



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE (CELAYA, GTO.).

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**STEREO DIGITAL : PROYECTO DE VANGUARDIA PARA LA CREACIÓN
DE UNA NUEVA EMISOR**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

MOLINA LARA, JESÚS

ASESOR: ROCHA LEDESMA, JUAN JOSE DE LA

Ciudad Universitaria, México, D.F.

1998



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



879324



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE
ESCUELA DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

2
lej.

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
CLAVE 8793-24

"STEREO DIGITAL: PROYECTO DE VANGUARDIA
PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMISORA"

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A
JESUS MOLINA LARA

10 / 10 / 98 # 20

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Celaya, Gto. Mayo de 1998

I N D I C E

CAPITULO 1

PARA ENTENDER LA NATURALEZA DE LA RADIO

1.1	¿Cómo es la radio?. Ventajas y desventajas. - - - - -	1
1.2	Desventajas de la radio-----	4
1.3	Ventajas de la radio-----	5

CAPITULO 2

ELEMENTOS BASICOS PARA LA PRODUCCION

RADIOFONICA-----	8
2.1 Estructura del programa-----	8
2.2 Estructura de la imagen radiofónica-----	11
2.2.1 La música-----	11
2.2.2 Los efectos de sonido-----	13
2.2.3 La locución-----	14
2.3 Los recursos técnicos-----	15
2.3.1 La cabina desonorizada-----	17
2.3.2 La cabina de operación-----	20
2.3.3 El departamento técnico-----	27
2.4 Los recursos humanos-----	28
2.4.1 El locutor-----	28
2.4.2 El operador técnico-----	28
2.4.3 El productor -----	29
2.4.4 El programador -----	30
2.4.5 El continuista -----	31

CAPITULO 3

PROYECTO 94.7 “STEREO DIGITAL”

3.1 Justificación del proyecto -----	32
3.1.1 El inicio como Stereo Amistad -----	34
3.1.2 La falta de estaciones de F.M en Celaya - -----	37

3.1.3	Cómo se otorgan los permisos de transmisión en F.M.	40
3.1.4	La llegada a Celaya de la primera estación de F.M	44
3.1.5	Comparación radiofónica entre Celaya y otras plazas	45
3.1.6	Implantación del sistema Combo	47
3.2	Proceso de planeación	50
3.3	Proceso de ejecución	53
3.4	Realización de programas	55
3.4.1	Tu programa	57
3.4.2	La leyenda Liverpool	59
3.4.3	Nostalgia Digital	61
3.4.4	Reto 94.7	63
3.4.5	Contacto 97/7	64
3.4.6	Laberinto	65
3.5	Programación de fin de semana	
3.5.1	Digital fantástico	67
3.5.2	Digital Hits	68
3.5.3	Rompecabezas	69
3.5.4	Antro-tour	70
3.5.5	Onda rasta	71
3.5.6	Metal Show	72
3.6	Estrategia promocional	73
3.7	Resultados (primera etapa)	75

CAPITULO 4

CONTINUACION DEL PROYECTO

4.1	Separación de Grupo Acir	77
4.2	Cierre de transmisiones de Stereo Digital 94.7	78
4.3	El surgimiento de Teleradio	80
4.4	La reestructura del nuevo Grupo Acir	80
4.5	La nueva Stereo Digital 780/99.3	81

CAPITULO 5

	VALORACIÓN FINAL	83
--	------------------	----

INTRODUCCION

Pese a la gran importancia y relevancia que tiene la ciudad de Celaya, tanto por su ubicación geográfica como por su población creciente, nuestra ciudad no ha sido del todo favorecida en lo que se refiere al establecimiento de medios de comunicación.

Tal vez podamos comprender el hecho de que televisoras que operan a nivel nacional prefieran dirigir sus intereses para establecer sus filiales y repetidoras en plazas cercanas a nuestra ciudad, tales como León y Querétaro; pero lo que si resulta verdaderamente increíble, es lo que sucede en el campo de la radiodifusión, que, comparado con el de las ciudades anteriormente mencionadas, es considerablemente inferior en cuanto a la calidad y al número de emisoras con que cuenta cada ciudad, principalmente en la banda de Frecuencia Modulada.

Es un hecho que la A.M. sigue siendo la banda líder, principalmente en las comunidades aledañas a los centros urbanos principalmente por el alcance que tienen las emisoras que utilizan esta banda para la difusión de sus señales. Para los dueños o concesionarios de dichas estaciones, esto representa una gran importancia ya que con ella logran obtener fuertes sumas de dinero promocionando productos y servicios dirigidos al auditorio que escucha estas estaciones, sin olvidar que procuran ofrecerles la música que por el momento, es la favorita del auditorio en casi todo el país: LA GRUPERA. Pero hoy en día en que la tecnología permite que las estaciones de Frecuencia Modulada tengan también una gran cobertura con una potencia moderada, parece ser éste el motivo por el cual también en las comunidades vecinas a las ciudades prefieren ya sintonizar emisoras de Frecuencia Modulada con los formatos musicales que gustan escuchar.

Con lo anterior, se podría tal vez pensar en la virtual desaparición de la banda de A.M. (como ya está ocurriendo en Estados Unidos), y aunque aquí en México parece que esto todavía tomara algo de tiempo, es una realidad que los radioescuchas de hoy ya sean del campo o de la ciudad, que gusten del Rock, Pop o grupero, buscan la nitidez y excelente calidad de transmisión que brindan las emisoras de F.M.

Tomando en cuenta la preferencia del auditorio por las emisoras de Frecuencia Modulada, las empresas dedicadas a la radiodifusión deben considerar la importancia que representa mantener una renovación constante en lo que se refiere a sus sistemas de transmisión.

Una de las principales preocupaciones de los oyentes, es buscar en el cuadrante radiofónico un canal en donde encuentre el género musical que prefiere y el cual se determina por su nivel socio-económico y por el medio ambiente en el que se desarrolla. Aunque en la actualidad existen sistemas digitales de transmisión radiofónica vía satélite que pueden ser previamente contratados, hay que notar que dichos sistemas no están al alcance de toda la comunidad, por lo que solo se analizara la radio en su forma convencional.

Estableciendo la realidad en la ciudad de Celaya, es poco alentador saber que oficialmente, se cuenta con una sola emisora de F.M. y que lamentablemente hoy, después de 11 años de operaciones, no ha variado prácticamente nada su forma de hacer y de ver la radio. Seguramente es por esta razón que los radioescuchas celayences comenzaron a buscar las estaciones de otras ciudades, tratando de encontrar más calidad en producción y programación, o simplemente para ya no escuchar lo mismo de siempre.

Aún cuando hace poco tiempo que se implementó el sistema

COMBO en dos estaciones de A.M. y que les permite tener transmisión simultánea también en F.M. sigue existiendo la negativa por parte de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes para otorgar más permisos de transmisión únicamente como emisoras de F.M.

Por éste motivo, GRUPO ACIR CELAYA comienza a crear el diseño de una estación compartida entre Querétaro y Celaya aprovechando que los concesionarios de Acir Celaya eran los propietarios de la frecuencia 94.7 F.M. pero con base oficial de transmisión en Querétaro. Esta emisora se convertiría de Stereo Amistad a Stereo Digital y aunque de inicio sería un proyecto compartido entre ambas ciudades, las pretensiones reales de sus dueños era que la estación se estableciera definitivamente en Celaya para competir directamente con la otra difusora de F.M.

Con el apoyo de planes novedosos en cuanto a la forma de hacer radio, se planteo la idea de cambiar el concepto de la emisora de tal forma que pudiera brindar al radioescucha algo nuevo y diferente de lo que acostumbraban presentar las estaciones de la región. Esto se lograría mezclando creatividad, ingenio y originalidad en la realización de cada programa y en la forma de promocionar la emisora tanto interna como externamente.

De esta forma y considerando que sería un proyecto compartido para dos ciudades, no se podía restar importancia ni a una ni a otra por lo que se intentaría manejar un equilibrio para superar por una parte a Stereo 95-5 de Querétaro y por la otra a El y Ella de Celaya, creando así una nueva visión radiofónica adecuada para hacer frente al nuevo milenio en telecomunicaciones.

1- PARA ENTENDER LA NATURALEZA DE LA RADIO.

1.1 ¿COMO ES LA RADIO?: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MEDIO.

Los mensajes que se emiten a través de la radio llegan a un gran auditorio. Esta característica aunada a la de ser un medio exclusivamente auditivo, exige tener un cuidado muy especial en el manejo de su discurso, condicionado por las cualidades y defectos propios de la radiodifusión.

“El término radio es genérico a la radiación de ondas convertidas en impulsos eléctricos y transformadas en sonidos o códigos”⁽¹⁾. Pues si, en la radio se generan ondas e impulsos eléctricos, pero... ¿Cómo entender que una voz pueda ser escuchada a kilómetros de aquí?.

(1) García Jimmy “LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA” Quito Ecuador, CIESPAL, PAG. 121.

En el caso del teléfono sucede que:



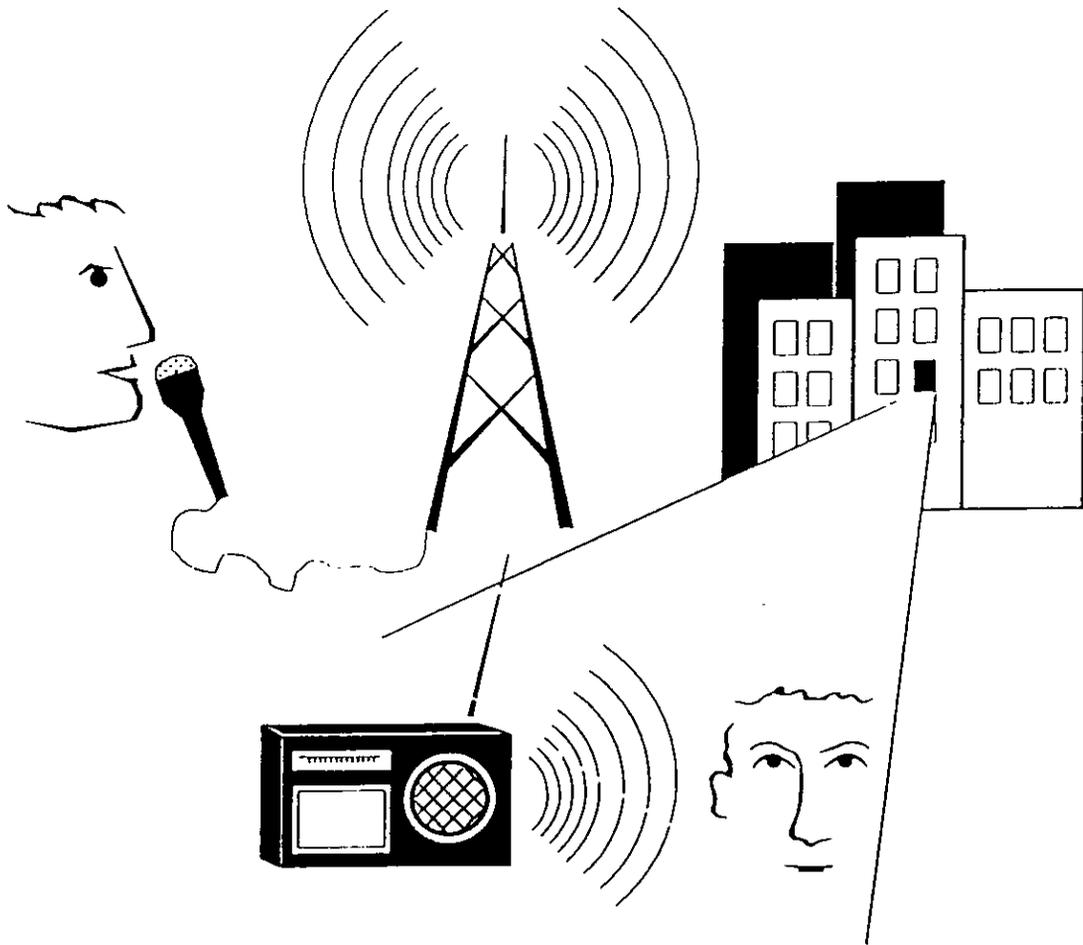
- a. El emisor del teléfono 1 habla por la bocina, la cual transforma las ondas de la voz en impulsos eléctricos.

- b. En el teléfono 2 del receptor, la función se invierte: Los impulsos eléctricos se transforman en vibraciones mecánicas o sonidos.



Debemos aclarar que los mensajes telefónicos son transmitidos por cables o fibras ópticas, mientras que los radiofónicos por ondas en el aire. Sin embargo, como sucede en la transmisión telefónica, también en la radiodifusión el sonido se descodifica de la misma forma, es decir, con un emisor y un receptor.

Analizando ahora la transmisión en radiodifusión:



- A) Un sonido procedente del ambiente, actúa sobre una membrana sensible contenida en el interior de un micrófono. Cuando se hace referencia de un sonido, hablamos de una voz, música o cualquier ruido que puedan ser captados por el micrófono.
- B) El micrófono transforma las vibraciones producidas por cualquier clase de sonido en señales eléctricas.
- C) Un transmisor genera corrientes de alta potencia convertidas en vibraciones eléctricas que a su vez llegan a una antena que se encargará de radiarlas.

D) Las vibraciones son recibidas por un aparato receptor de radio donde una corriente eléctrica será enviada a un altavoz o bocina que transformará las vibraciones en sonido.

la decodificación del sonido tanto en la radio como en el teléfono es prácticamente de la misma manera; sin embargo, a diferencia del teléfono, la radio es un medio que cubre una gran audiencia al mismo tiempo. Por lo tanto es un medio masivo de comunicación. El hecho de hacer radio no se limita a la pura y sencilla transmisión de sonido, sino que va mucho mas allá. Entre otras cosas, la radio es un medio auditivo y fugaz. Para hacer radio se debe elaborar un mensaje a partir del conocimiento de los gustos, preferencias y necesidades que los individuos que escuchan éste poseen. De lo anterior, surge la inquietud de conocer las ventajas y desventajas que la radio puede ofrecer a los usuarios de éste medio.

1.2. DESVENTAJAS DE LA RADIO.

A continuación se intentará analizar las desventajas que la radio presenta como medio masivo de la comunicación.

1. Solo permite escuchar al usuario (no permite una retroalimentación efectiva), por lo que podemos decir que es un medio unisensorial.
2. Por el hecho de ser unisensorial, exige un esfuerzo de concentración por parte del locutor y del usuario que puede llevarlos a la fatiga, corriendo el riesgo de caer fácilmente en la distracción. (NOTA: Esto ocurrirá siempre y cuando el radioescucha no tenga la verdadera intención de captar perfectamente el mensaje que le hacen llegar).

3. A diferencia de los medios escritos, su mensaje no tiene permanencia en el tiempo, pues es sumamente fugaz y difícil de retener.
4. La fugacidad del mensaje, obliga a ser reiterativos al momento de transmitir el mismo; lo que puede propiciar la monotonía en el usuario.
5. Alta competitividad por la gran variedad de opciones para escuchar, sobre todo en la banda de Amplitud Modulada (A.M.).
6. Ausencia de la imagen visual de los interlocutores, lo que dificulta tener una identidad afectiva entre el emisor y el receptor.

“Una imagen vale más que mil palabras”... la radio tiene una absoluta desventaja ante la televisión, si tomamos en cuenta que la imagen auditiva que tiene la radio no es a la que se refiere el dicho.

Por otro lado, la radio tiene que lidiar con la fugacidad de sus mensajes en contra de lo que los medios escritos tales como periódicos y revistas ofrecen: la facilidad de tener y poder consultar la información cuantas veces se quiera.

1.3. VENTAJAS DE LA RADIO

Pero si consideramos que cada medio tiene su propio lenguaje, la radio también tiene sus ventajas sobre otros medios de comunicación y además un área de acción mucho más definida en la que sin duda, se presenta perfectamente la efectividad de la misma.

1. Sus elementos técnicos son baratos y su instalación y operación es mucho más sencilla que la de cualquier otro medio.

2. El gran alcance que tienen las señales radiofónicas son inigualables ya que permiten tener un área de cobertura bastante extenso con una potencia de transmisión moderada, cosa que no ocurre con la televisión que, aunque también puede abarcar a un gran auditorio, requiere de mayor potencia.
3. A comparación de la televisiva, la producción radiofónica es sumamente económica y requiere de menos elaboración.
4. El aparato receptor es barato y fácil de transportar a cualquier parte. Ésto hace de la radio un medio de gran accesibilidad.
5. La recepción de la transmisión radiofónica se logra sin que la audiencia tenga que transportarse o someterse a condiciones específicas determinadas por un ambiente. (Al cine por ejemplo, se requiere ir a la sala y permanecer a oscuras).
6. Se recibe la transmisión sin que el público tenga que desplazarse o someterse a condiciones específicas ambientales (Como en el cine, hay que ir a la sala y permanecer a oscuras).
7. No existe otro medio capaz de despertar y estimular la imaginación como la radio.

La señal de radio se emite por el aire en forma de ondas que pueden ser recibidas por cualquier radio-receptor que esté dentro del rango de potencia de la señal.

Hablamos de receptores que encontramos en todas partes y en modalidades diferentes, desde auto-estereos, radio-grabadoras y radios portátiles, hasta los sofisticados equipos que se encuentran en las casas habitación. Todos ellos reciben una gran cantidad de emisiones radiofónicas que se pueden captar con solo mover el sintonizador del un aparato.

La existencia de tantos receptores, permiten que los mensajes radiofónicos puedan ser captados por un gran auditorio.

Dentro de la lista de cualidades se encuentra lo inmediato del mensaje, lo que significa que podemos enterarnos de algo en el preciso momento en que está sucediendo, cosa que no sucede con otros medios tales como la prensa en donde hay que someterse a un proceso de impresión y distribución, que de ninguna manera la hace inmediata a las noticias.

Pero si hay algo en lo que la radio no tenga competencia, es que no existe otro medio como la radio para estimular la imaginación. La ausencia de atractivas imágenes visuales, obligan al radioescucha a crear una imagen evocativa y con una fuerte referencia a lo conocido. Esta imagen, es en muchos casos más cálida y cercana a cada uno de nosotros que la que ofrece la televisión por ejemplo.

La imagen radiofónica se elabora de origen con elementos como el lenguaje, los efectos de sonido, la música y los recursos técnicos.

Esta imagen es recibida eventualmente de un modo distinto para cada radioescucha, aunque el concepto básico sea al final el mismo para todos, y así debe ser, ya que la función de cualquier medio de comunicación es hacer llegar el mensaje desde el emisor y hasta el o los receptores sean dos, tres, cien, o cien mil, cada uno con su propia identidad personal, pero la radio es sobre todo, una creación de imágenes sonoras a partir de elementos muy simples, técnica, trabajo y mucha imaginación.

Y así pues, esta es la fisonomía de la radio.

2. ELEMENTOS BASICOS PARA LA PRODUCCION RADIOFONICA.

Para la producción de un programa de radio, se necesitan algunos elementos básicos, que en promedio, resultan menos costosos que los de la televisión, el cine o la prensa.

Partiendo de la idea de que intentamos describir los elementos mínimos para la elaboración de una producción radiofónica, centraremos nuestra atención en un programa que contenga la calidad mínima para que sea factible de transmitir en una estación radiodifusora.

Entre los elementos más importantes para la producción de un programa, encontramos la estructura, los recursos técnicos y los recursos humanos, los cuales describiremos a continuación.

2.1. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.

La importancia de una buena selección del género radiofónico adecuado para nuestro programa, radica en que cada uno de ellos tiene una intensión comunicativa bien definida, por lo que resulta muy importante la adecuada selección del género para el tipo de mensaje que queremos emitir. Existen muchas clasificaciones para los géneros radiofónicos y optamos por considerar la que realiza Mario Kaplún. (2)

(2) Kaplún Mario. "PRODUCCION DE PROGRAMAS RADIOFONICOS". Quito, Ecuador. Eit. CIESPAL. 1980. Pag. 85.

DOCE GENEROS BASICOS Y SUS SUBGENEROS.

1. La charla.
 - a. Expositiva.
 - b. Creativa.
 - c. Testimonial.
2. El noticiero.
3. La nota o crónica.
4. El comentario.
5. La entrevista informativa.
6. La entrevista indicativa.
7. El radio–reportaje.
8. El radio–periódico.
 - a. Con base en documentos vivos (documental).
 - b. Con base en reconstrucciones (relatos con montaje).
9. El diálogo.
 - a. Didáctico.
 - b. Normativo.
10. La radio–revista o programa misceláneo.
11. La mesa redonda.
 - a. Foro (participa el público).
 - b. Debate (no participa el público).

12. El radio-teatro.

- a. Unitario.
- b. Seriado.
- c. Capitulado (radio-novela).

Además de estas clasificaciones, es conveniente agregar un género muy importante en el ámbito de la publicidad y la promoción de bienes y servicios: LOS SPOTS PRESENTADOS EN LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.

En vista de que la gran mayoría de estaciones en la ciudad de Celaya son emisoras comerciales, tanto locutores, gerentes, directores, dueños y concesionarios de señales conciben a la radio como un instrumento de comercialización inigualable. Por este motivo, es conveniente considerar a los SPOTS como un género más que hay que colocar dentro de las clasificaciones.

La radio local se ha caracterizado por su alta y desmedida transmisión de anuncios comerciales sobre todo en determinados horarios del día. Por poner un ejemplo: En la X.E.C.E.L. "RADIO LOBO" (emisora perteneciente a corporación Celaya), se llegan a registrar 110 anuncios de 11 a.m. a 1 p.m. mientras que en X.H.O.Z. "STEREO DIGITAL" se registran 130 anuncios comerciales en el mismo horario. Así que por la importancia que al spot radiofónico le dan los encargados de hacer la radio, y por ser el formato más socorrido por el momento en la mayoría de estaciones de la ciudad y del país, merece ser tomado en cuenta dentro de las clasificaciones y ser materia de estudio no solo de la publicidad, sino también, dentro de la expresión radiofónica como tal.

En fin, para seleccionar la adecuada estructura de un programa, debemos tomar en cuenta básicamente el contenido y el público al que ira dirigido. Es importante mencionar que los géneros

radiofónicos o estructura de un programa no deben ser del todo rígidos y deben tener la facilidad de combinarse unos con otros para de esta forma, crear programas con formatos nuevos y más completos ofreciendo al radioescucha nuevas posibilidades de entretenimiento.

2.2 ESTRUCTURA DE LA IMAGEN RADIOFONICA.

En la estructura de la imagen radiofónica, encontramos elementos que logran atraer la atención de la audiencia. Como sucede en la televisión o en la prensa donde los colores y diseños juegan un papel sumamente importante para acaparar la admiración tanto de lectores como de televidentes, en el lenguaje auditivo de la radiodifusión encontramos elementos como la música, los efectos de sonido y la locución.

Aunque estos elementos están íntimamente ligados al contenido, podemos decir que ellos son como la piel, como la fachada que le da identidad a una producción.

2.2.1 LA MUSICA.

“La música es un lenguaje universal... la música evoca los recuerdos de otros tiempos, nos revive situaciones, nos transporta a otros mundos y es el lenguaje que traduce a todos los idiomas la autentica comunicación de las sensaciones” (3).

(3) García Jimmy “LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA” Quito, Ecuador. Edit. CIESPAL. Pag.145

Quien tenga verdaderamente la intensión de entrar de lleno en el mundo de la comunicación, no puede desconocer la importancia de la música como un complemento, como un decorado o bien como un efecto para crear situaciones diversas. De hecho, podemos decir que la música en la radio, es la verdadera esencia de su colorido sonoro con la que podemos recibir una cantidad impresionante de estímulos.

Es un hecho irrevocable que la música es como un lenguaje universal, pero también cumple funciones específicas al ser utilizada en la producción radiofónica.

Además de transmitir emociones, de situarnos en lugares y tiempos, la música juega también un papel de signo de puntuación en la producción de radio, signos tales como punto y seguido, punto y aparte o la división entre capítulo y capítulo. Todo ello es representado por extensiones de fragmentos musicales de distintas características y algunas veces modificadas con ayuda de algún recurso técnico.

Las referencias que la música evoca, se clasifican según la función que desempeñan. Así, cuando la música evoca sentimientos tales como tristeza, dolor, angustia, ira o euforia, diremos que está cumpliendo con su cometido dentro de la producción. Es importante conocer y clasificar la música según la función que desempeña, por eso, tomaremos la siguiente clasificación realizada por Mario Kaplún:

A) Función expresiva: Donde la música contribuye a suscitar un clima emocional.

B) Función Descriptiva: Donde por medio de la música, podemos imaginar la descripción de un paisaje o el decorado de un lugar.

C)Función Reflexiva: Propicia espacios de recapitulación para analizar el contenido de lo que se ha escuchado.

D)Función Ambiental: Es la música que se produce en situaciones reales y concretas como en el caso de la música de una cafetería, en el lobby de un hotel, en un concierto, en una discoteca, etc.

E)Función Identificativa: Es lo que también se conoce como “Leit Motiv”. Es el tema musical que identifica a una emisión, personaje, lugar u objeto (4).

2.2.2. LOS EFECTOS DE SONIDO.

Otro de los elementos estético–expresivo en la radiodifusión, son justamente los efectos de sonido.

El tic–tac de un reloj, el alarido del público enardecido en un estadio de fútbol o el sonido de un auto alejándose rápidamente son solo algunos de los millones de efectos de sonido que se pueden utilizar como decorados radiofónicos y que permiten una idea clara y descriptiva de momentos, lugares y situaciones. Al igual que la música, los efectos de sonido tienen un papel básico y específico dentro de la producción radiofónica.

(4) Kaplún Mario. “PRODUCCION DE PROGRAMAS RADIOFONICOS” Quito Ecuador. Edit. Ciespal. Pag 163.

La adecuada utilización de estos recursos, depende, básicamente de la sensibilidad y la experiencia del productor que las manipule. En el empleo de los efectos de sonido, deben evitarse algunos aspectos tales como la obviedad, la exageración o la reiteración innecesaria, aunque actualmente los productores de la que podríamos llamar “LA NUEVA GENERACION RADIOFONICA”, prefieren experimentar y poner en práctica lo que se evitaba hacer anteriormente. Por ultimo, hay que señalar que una correcta aplicación de los efectos de sonido, nos ofrece un mayor realismo y mejor entendimiento del mensaje radiofónico.

2.2.3. LA LOCUCION.

Si valoramos debidamente la importancia que tiene en nuestros días la información que se ofrece en forma cotidiana, si valoramos el dinamismo y la rapidez con que deben llegar al publico oyente estos mensajes, comprenderemos la necesidad de la presencia de un locutor verdaderamente preparado y calificado para la transmisión y divulgación de los hechos.

La locución ocupa un lugar muy destacado en la sociedad actual, atendiendo a una gran cantidad de personas que en un momento determinado escuchan la radio o sintonizan su televisor para escuchar o ver un programa específico, ya sea de corte informativo o de entretenimiento. Hay que partir entonces, para sostener ese criterio, de conceptos muy precisos y claros respecto a las funciones de un locutor dentro del contexto de una estación de radio o de televisión aceptando que todo mensaje llega a una gran cantidad de público ya sea a través de su voz por la radio, o de su misma presencia por la televisión. Haciendo referencia a lo anteriormente ya mencionamos, del hecho que la radio es un medio capaz de despertar la imaginación en gran forma, podemos entonces comparar al locutor con la portada de un libro, ya que con su

concepción atrayente al momento de hablar frente a un micrófono, despertará un interés inusitado en el lector. Ahora, en el caso de la televisión, el locutor, con su personalidad y su técnica de desenvolvimiento frente a las cámaras, incitará en el televidente el interés por captar el mensaje que le transmite.

Esta atracción que despierta el locutor, que a su paso por la calle encuentra a cada instante una expresión de simpatía, la frase amable, el cariño permanente del auditorio hacia su persona, hacen valorar objetivamente la importancia de ésta profesión en la sociedad, al extremo que muchas veces su sola presencia y expresión, desempeñan un papel de verdadera influencia tanto para adultos, niños y jóvenes de todas las clases sociales.

2.3 LOS RECURSOS TECNICOS.

Un aspecto sumamente importante en cualquier empresa dedicada a la radiodifusión, es precisamente contar con una infraestructura adecuada tanto para la difusión de su señal, como para la realización de producción de material auto-promocional y publicitario.

Al hablar de infraestructura, nos referimos justamente al soporte tecnológico con que cuenta una emisora, y aunque es preciso mencionar que los avances tecnológicos en el campo de la radiodifusión son cada día más y más impresionantes, siguen existiendo emisoras que aunque no cuenten con equipos avanzados de grabación y producción, logran tener excelentes resultados en su trabajo aún con equipo modesto. Por esta razón, nos enfocaremos a mencionar el equipo que todavía es muy común ver en la mayoría de la radiodifusoras de la ciudad e incluso del país.

Comenzaremos primero mencionando las instalaciones adecuadas para la transmisión radial. Se debe contemplar en primera instancia,

el área destinada para el estudio principal desde donde se transmitirá toda la programación en vivo. El estudio principal, recibe también el nombre de cabina de transmisión.

Además del estudio o cabina principal, debe asignarse el área de un estudio secundario, también conocido como cabina de producción. Ahí se grabarán los spots comerciales que se transmitirán intercalados con la programación del día, así como promocionales de la emisora o bien programas que se transmitirán más tarde o en días subsecuentes. Otro aspecto importante de la cabina de producción, es que ahí también se generan casi todas las ideas que en el futuro, serán plasmadas en la grabación de promocionales o en el surgimiento de nuevos programas en vivo.

Por lo anterior, y como el objetivo es enumerar los elementos mínimos para la producción radiofónica ya sea programa, promocional o spot publicitario, hablaremos exclusivamente de la cabina de producción. Aquí es el momento de hacer un paréntesis para hacer notar un hecho notable que ocurre con la cabina de producción ya que en algunos casos, existen productores que trabajan independientes a cualquier asociación o grupo radiodifusor y aún así, crean y realizan producciones que se transmitirán en alguna estación. Podemos decir que éste es un modo adecuado y alternativo para las instituciones productoras o los productores que no cuentan con una radiodifusora propia o con un trabajo de base en alguna de ellas, ya que de esta manera les es posible realizar una actividad radiofónica completa. Estamos hablando de investigación, elaboración de guiones, creatividad, producción y transmisión.

Entonces, los elementos mínimos a nivel técnico para producir un programa de radio son:

1.-La cabina de producción desonorizada adjunta a la cabina de operación con el equipo siguiente:

- Una consola mezcladora de mínimo 8 canales.
- Dos tornamesas profesionales con ajuste de velocidad.
- Dos micrófonos profesionales con base (preferentemente multidireccionales).
- Un deck o reproductor de cassettes.
- Dos grabadoras de carrete abierto de ¼ de pulgada.
- Tres pares de audífonos profesionales.
- Dos reproductores de discos compactos (CD).
- Un amplificador.
- Un par de bocinas con buena potencia de salida.
- Varios rollos vírgenes de cinta de carrete.
- Una cartuchera grabadora.
- Una cartuchera reproductora.

Todos éstos elementos en conjunto, componen el estudio o cabina de producción.

2.3.1 LA CABINA DESONORIZADA.

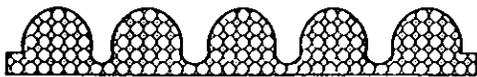
Para el montaje tanto de la cabina de transmisión como para la cabina de producción, se debe tomar en cuenta que ambas deberán contar con ciertas características en cuanto a acústica se refiere.

Cada espacio destinado a la realización radiofónica en cualquiera de sus facetas, requiere de condiciones acústicas sumamente especiales, ya que deben estar aislados de cualquier clase de ruido externo que pueda interferir en la grabación. Este aislamiento no debe hacerse buscando únicamente el lugar más tranquilo de las instalaciones, sino que además, requiere de un tratamiento especial en las paredes, pisos y techos.

Podríamos extendernos exhaustivamente en los puntos precisos para establecer adecuadamente una cabina, pero es tal la cantidad de información que debemos tomar en cuenta, que va desde una fórmula matemática para calcular el tiempo de rebote de sonido dentro del espacio asignado a la cabina, hasta una lista de materiales para lograr la adecuada desonorización de una cabina.

De modo que nos limitaremos a decir que los materiales más comunes para evitar bruscos rebotes de sonido y la filtración de ruidos externos son:

a) El hule espuma perfilado (con relieves especiales)



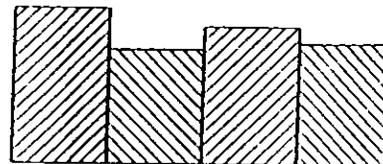
d) La alfombra con cortinas



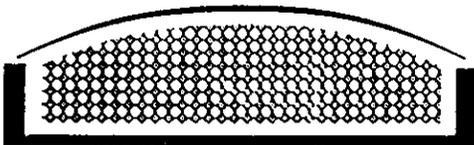
b) El corcho.



e) La madera en desniveles, y



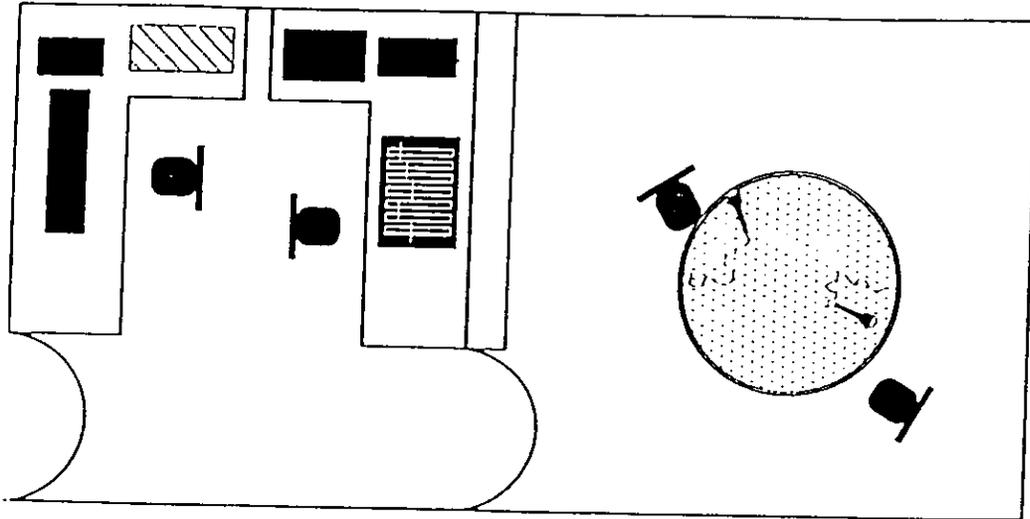
c) Los bastidores de hule espuma y tela.



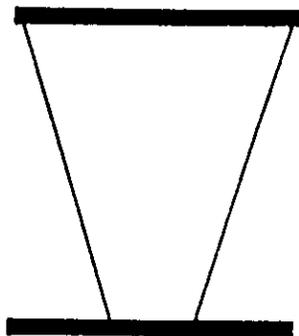
f) Las "canastillas" o embalajes para huevos (de cartón suave con relieves).



Otra parte importante de la buena acústica de una cabina de producción es la instalación adecuada de una pared divisoria entre donde se encuentran los locutores y la cabina de operación. Aquí, la cabina de producción vista desde arriba.



Otro aspecto importante al montar la cabina de producción es que entre la cabina y la sala de controles, debe haber una ventana que debe llevar un vidrio doble, con una distancia entre uno y otro del mismo ancho de la pared que separa los dos ambientes.



Vidrio doble de la ventana que separa el espacio de grabación del espacio de operación. Los vidrios deben tener un grosor mínimo de 6 milímetros. La inclinación es para evitar los rebotes de sonido

Estos vidrios no deben ir completamente verticales, sobre todo la que da al lado donde se encuentran los locutores.

Las puertas de las cabinas y los estudios deben ser dobles; una que abra hacia adentro y otra que abra hacia afuera, dejando entre las dos puertas un espacio vacío para que se forme una cámara de aire que servirá como aislante. En caso de no poner puertas dobles, por lo menos se deberá instalar una puerta de vidrio doble con el mismo sistema que tiene la ventana que divide el estudio.

2.3.2 LA CABINA DE OPERACIÓN.

Aquí es donde se reciben todos los sonidos de las diversas fuentes (micrófonos, grabadoras, discos, etc). Todos los sonidos recibidos de las diferentes fuentes, tenemos la posibilidad de combinarlos y alterarlos a su paso por la mezcladora o consola.

a) La consola o mezcladora.

“Es el regulador y mezclador del sonido; constituye el corazón de los estudios. A éste aparato, llegan todas las señales de los demás equipos que reproducen sonido y para ello tiene varias entradas o canales donde recibirá las señales de micrófonos, tornamesas y demás equipo. La consola además, amplifica, regula y mezcla el sonido que se procesa para salir al aire o para ser grabado (5)”.

(5) García Jimmy. “LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA” Edit. CIESPAL. Pag. 81 y 82.

b) Tornamesas profesionales.

Es el aparato reproductor de discos de acetato. Es un instrumento indispensable en la cabina de producción de radio, pues aunque el disco de acetato está prácticamente discontinuado en la actualidad, existe mucho material que podría requerirse en un momento determinado, el cual todavía no ha sido remasterizado en CD'S.

“La función del disco es la de almacenar información de una fuente sonora para posteriormente ser reproducido. Dicha información está contenido en un micro surco que ha sido previamente grabado en el disco (6)”.

Aunque la tornamesa ha sido ya superada por el reproductor de discos compactos (el cual analizaremos más adelante), todavía es de gran utilidad en una cabina de producción radiofónica.

c) Micrófonos profesionales con base.

Un micrófono es un captor de sonido. Puede definirse como “un aparato utilizado para convertir las onda sonoras en vibraciones de corrientes eléctricas (7)”.

Los micrófonos se clasifican por su sensibilidad, por su construcción y por su capacidad de captación.

(6) García Jimmy. “LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA” Edit. CIESPAL. Pag. 81 y 82.

(7) ALTA FIDELIDAD. Biblioteca Electrónica/informática. Tomo 13. Edit. De Orbis S.A. Barcelona, 1986.

Existen en el mercado una gran cantidad de marcas, modelos y tamaños, sin embargo, el micrófono ideal es aquel que logre satisfacer las necesidades específicas del usuario. Así pues, hablaremos de una de las cualidades más importantes al buscar un buen micrófono para radio: LA CAPTACION. Los micrófonos permiten recibir el sonido de una o varias direcciones a la vez, de acuerdo a ésta característica, se dividen de la siguiente forma:

UNIDIRECCIONALES: Son micrófonos que reciben el sonido en una sola dirección, es decir, de frente. Si el locutor se coloca de en el costado o en la parte posterior del micrófono, éste recibe el sonido muy lejano o simplemente no lo recibe.

MULTIDIRECCIONALES: Son micrófonos que captan el sonido proveniente de varias direcciones totalmente opuestas, esto quiere decir que no importa a que distancia o en que posición se coloque el locutor, pues el micrófono siempre captará el sonido.

La selección adecuada de un micrófono depende de las necesidades de quien lo adquiere. Por ejemplo: Si el usuario busca un sonido limpio y claro de una fuente específica, le conviene adquirir un micrófono unidereccional; sin embargo si tenemos a dos o tres personas en el mismo estudio, se tendría que utilizar un micrófono para cada una, o en su defecto, aprovechar las ventajas que podría ofrecer un micrófono multidireccional, con la conocida desventaja de no poder controlar algunos ruidos ocasionales durante la grabación.

En cuanto a las bases, pedestales o soportes para los micrófonos, debemos decir que también son elementos muy importantes, pues de ellos depende evitar el movimiento exesivo del micrófono para aislarlo de golpes y vibraciones que ocurran a su alrededor.

e) Deck o reproductor de cassettes.

El reproductor de cassettes es otro aparato básico para la cabina de producción. Los cassettes que se reproducen en el deck son cintas magnéticas gravables que se venden dentro de un estuche plástico lo cual lo hace sumamente manejable y fácil de transportar. De hecho, podemos decir que el cassette es una versión compacta de la clásica cinta de audio para la grabadora de ¼ de pulgada. Existen también en el mercado cassettes pregrabados ya sea con música o con efectos de sonido de todo tipo.

d) Grabadora de carrete abierto de ¼ de pulgada.

“Las grabadoras que se emplean en las emisoras, deben ser profesionales, con indicador de intensidad de sonido, decibelímetro, estéreo o monofónicas; que su respuesta sea lo mas fiel posible; que tenga varias velocidades de 3 ¾, 7 ½ y 15 pulgadas por segundo y que sus cabezas magnéticas y los ecualizadores se mantengan en la mejor condición para la mejor operación del aparato (8)”.

Con la aparición de las grabadoras de carrete en el mercado, permitieron que la radio contara con una programación pregrabada, además de facilitar la comercialización de productos y servicios que antes de su aparición, se manejaban anuncios en vivo; sin olvidar también que las grabaciones comenzaron a formar parte de un archivo de información sonora.

(8)García Jimmy. “LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA”. Quito, Ecuador. CIESPAL. Pag. 90.

Hasta hace algunos años, la grabadora de cinta de carrete era la mejor opción en cuanto a calidad auditiva y también por las facilidades que brindaba para corregir errores y editar. Sin embargo, las nuevas tecnologías láser, están desplazando lentamente a la grabadora de cinta magnética.

Equipos como el D.A.T. (Digital Audio Tape), el minidisc (Sistema de disket-láser de computadora) y los sistemas de edición y archivo computarizados son ya utilizados en muchas radiodifusoras del país.

Definitivamente, el surgimiento de nuevos equipos en el campo de la radiodifusión facilita cada vez más las tareas de quienes se dedican a hacer radio, y aunque es impresionante la tecnología que manejan estos nuevos aparatos, aún existe un acervo musical y de archivo en cinta magnética considerable. Esto aunado a que un porcentaje importante de empresarios radiodifusores no cuentan con los recursos para adquirir las nuevas tecnologías, nos da margen de asegurar que la vida de la grabadora de cinta de carrete de ¼ de pulgada, es todavía larga.

f) Audífonos Profesionales.

Para el operador de audio es muy importante contar con un par de audífonos de excelente calidad, con buena definición de agudos, medios y graves. También es importante que sean cómodos. Diremos que los audífonos, son una especie de “monitor fino” con que cuenta el operador de la cabina de audio.

g) Reproductor de discos compactos.

Forma parte de la nueva generación tecnológica en los equipos empleados para la radiodifusión. El disco compacto ha venido a

revolucionar la industria de la música grabada al ofrecer un disco de mucho menor tamaño que el disco de acetato y con una calidad y definición auditiva infinitamente superior. La tremenda capacidad de almacenaje y el casi nulo desgaste del disco compacto, aumentan su popularidad hasta hacerlo de uso común hoy en día.

El sistema de disco compacto funciona en base a un rayo láser aguja reproductora, es por eso que al no existir fricción como ocurre con el disco de acetato y la aguja del tornnemesa, es desgaste del disco compacto es casi nulo. Además, el disco compacto brinda al operador la facilidad de captar el momento musical exacto que requiere con la función de “cue” o posición de inicio sin que tenga que permanecer manualmente oprimiendo algún botón del aparato.

h) Un Amplificador.

Como su nombre lo indica, servirá para amplificar la señal que entre a la consola o mezcladora para que pueda ser escuchada a través del monitor.

i) Dos bocinas.

Las bocinas jugarán el papel como monitores externos (a diferencia de los audífonos que solamente sirven de monitor a quien los está portando). En caso de no contar con los audífonos, tanto el operador como el locutor-grabador tendrán oportunidad de checar lo que se está grabando aumentando el volumen de las bocinas o monitores. Por ello, es necesario que las bocinas tengan una potencia de salida considerable.

j) Rollos de cinta de carrete.

Es importante contar con una buena cantidad de cintas de carrete para realizar grabaciones constantemente. Aunque las cintas de carrete que utilizan las grabadoras tienen una duración considerable aún cuando se regrabe varias veces sobre ellas, es necesario contar con varias de ellas, ya que muchas veces, se requiere guardar cintas para archivo sin que sea posible borrarlas para utilizarlas nuevamente, y también considerando que se deben desechar las cintas que después de varias veces de haber grabado en ellas, ya no tienen la misma eficacia en cuanto a fidelidad de grabación o de reproducción.

k) Cartuchera Reproductora.

Las cartucheras frecuentemente son más utilizadas en la cabina de transmisión por el hecho de que casi toda la publicidad que se transmite en las emisoras está contenida en cartuchos de ocho traks, mismos que son reproducidos por las cartucheras. De cualquier forma, las cartucheras también son requeridas en el estudio de producción debido a que ahí se generan los spots publicitarios así como los promocionales de las estaciones. Cuando es necesario cambiar algún anuncio o promocional, el encargado de la cabina de producción no necesita ir a escuchar a la cabina de transmisión la versión contenida en un cartucho para ver que modificaciones requiere.

L) Cartuchera Grabadora.

A diferencia de las cartucheras reproductoras, las cartucheras de grabación sí deben estar forzosamente con el equipo de la cabina de producción. La cartuchera grabadora tiene como función principal la de grabar en el cartucho de ocho traks parte de la información que ya previamente había sido grabada en la cinta de carrete. Una vez que la información es transferida del carrete al

cartucho, ese cartucho es llevado a la cabina de transmisión para su difusión final.

2.3.3 EL DEPARTAMENTO TECNICO .

Aunque podríamos decir que éste departamento forma parte del apartado de Recursos Humanos (que posteriormente analizaremos), consideramos que es mejor referirlo en éste momento para no perder la referencia de su función.

Como ya hemos vistos, tanto como para la producción y la transmisión radiofónica se requiere de una buena cantidad de equipo y aunque gran parte del mismo es conocido por mucha gente por ser de uso común hasta en las casas, tales como deck de cassettes, tornamesas, reproductor de compactos y hasta el micrófono, hay aparatos (principalmente equipo de transmisión) que requieren de un cuidado especial en el momento de registrar alguna avería. Casi siempre por la complejidad de esos aparatos, resulta difícil encontrar quien pueda repararlos, por eso, las emisoras cuentan con un equipo humano capaz de controlar cualquier clase de falla. Lo denominan DEPARTAMENTO TECNICO.

Normalmente, el departamento técnico esta al mando de un ingeniero en electrónica que conoce todas las características del equipo para poder repararlo y montarlo de nuevo. Otra actividad donde se involucra de lleno al departamento técnico es en la realización de controles remoto, esto es, cuando se genera una transmisión desde un lugar ajeno a la cabina destinada para éste fin. En estos casos, el departamento técnico se encarga de la instalación del equipo y de checar que la señal se emita clara y correctamente.

2.4 LOS RECURSOS HUMANOS.

Lo único que nos falta por considerar es el elemento humano, y aunque los recursos de esta área dependen de la cantidad de trabajo a realizar, diremos que para la producción de un programa de radio, los elementos humanos mínimos son: El locutor, el operador técnico, el productor, el programador y el continuista.

2.4.1 EL LOCUTOR.

De la importancia de los locutores en la producción radiofónica ya hemos hablado en las páginas anteriores. La cantidad y el tipo de los locutores necesarios para la producción de un programa, spot o promocional radial depende de la producción misma. Es decir, de las voces que se consideren adecuadas para ser representativas del mensaje que queremos plasmar en la producción para enviarlo a un cierto tipo de público. Aquí hay que resaltar el hecho de que cuando no se cuenta con muchos recursos, se puede trabajar por lo menos con un solo locutor. Esto ocurre no porque no se cuente con más de un locutor, sino porque los horarios de grabación que tiene cada uno de ellos, no compagina con el de los demás, por lo cual es difícil contar con más de un locutor de un momento a otro. Por tal motivo, cuando se tiene la idea de la producción, es mejor informar al equipo con el que se pretende realizarla sobre las sesiones de grabación.

2.4.2 EL OPERADOR TÉCNICO O DE CABINA.

Este operador técnico también forma parte del cuadro básico de producción y debe tener las siguientes características:

A. Habilidad para manejar el equipo de producción de radio tales como consola, grabadoras, tornamesas, cartucheras y reproductores de discos compactos entre otros.

- B. Tener conocimientos básicos de teorías sobre el sonido referentes a ecualización, saturación, niveles óptimos de una grabación, efectos de sonido, etc.
- C. Conocer las diferentes técnicas de edición: edición electrónica por computadora o edición tradicional por corte.
- D. Conocer el proceso de la producción radiofónica: investigación, redacción de guiones, terminología radiofónica (en español e inglés), señas dentro de la cabina de grabación, etc.
- E. Tener conocimientos básicos de electrónica y mantenimiento del equipo que tiene a su cargo.

Algo que es importante señalar, es que en algunos lugares del país como en el caso de Celaya, nos encontramos con que muchos locutores desempeñan también las funciones del operador de audio y mientras hablan y comentan frente al micrófono, preparan la música que deberán meter al término de su intervención o bien el siguiente bloque de anuncios comerciales, también manejan todo el equipo de transmisión.

2.4.3 EL PRODUCTOR.

El productor de radio juega también un rol sumamente importante en la producción de radio, ya que es el encargado de coordinar todas las acciones requeridas para poder transmitir un programa de radio. Así que divide el trabajo entre las personas involucradas en el proyecto, trabajos como investigación, concertación de entrevista, búsqueda de material musical, redacción de guiones, mecanografiado, elaboración de copias necesarias, citar a los locutores y solicitar el tiempo de grabación en cabina.

También es trabajo del productor supervisar que todo el material este completo y terminado, dirigir la grabación o en el caso de ser programa en vivo, coordinar la transmisión. El productor es quien sabe cual es el rumbo que debe tomar el programa a partir de los objetivos del mismo, de los intereses de la radiodifusora o de la institución que lo patrocine. Así, será responsable de cualquier incidente o situación que se encamine en contra de estos puntos .

2.4.4 EL PROGRAMADOR.

Cuando se realiza un programa de radio, es sumamente importante la adecuada selección de la música que será incluida en el mismo. Como ya repasamos con anterioridad, la música es un lenguaje universal con el que se pueden expresar todo tipo de sentimientos y emociones, por eso, es importante que el programador quien justamente está encargado de la selección musical, tenga en consideración varios aspectos para realizar adecuadamente su trabajo:

- A. EL TIPO DE EMISORA: Es básico que el programador encaje perfectamente en el tipo de emisora al cual ha sido asignado conociendo los géneros musicales que la estación transmite.
- B. EL TIPO DE PROGRAMA: Existen emisoras que dentro de su programación incluyen emisiones de diferentes tipos musicales, por ello, es necesario que el programador conozca el perfil del programa para elegir correctamente las piezas que puedan encajar en él.
- C. EL AUDITORIO AL QUE SE DIRIGE: Es claro que cada individuo o grupo de individuos tiene gustos musicales distintos según su edad o nivel socio-económico, por lo que el

programador debe considerar estos puntos al momento de realizar su trabajo.

D. EL HORARIO DE TRANSMISION: Ya que tocamos aspectos como edad y estratos sociales y económicos, hay que señalar que no toda la gente escucha la radio a la misma hora. Por ejemplo, los estudiantes normalmente escuchan radio por las tardes; así que los programadores deben procurar una selección musical que guste a los estudiantes y que justamente, sea transmitida por las tardes.

2.4.5 EL CONTINUISTA.

Otro elemento fundamental en la producción radiofónica es el continuista. Esta persona es la encargada de llevar el orden y coordinar la transmisión de anuncios comerciales de la emisora. La función del continuista debe estar íntimamente ligada con la de todo el personal que labora en la difusora, pues como ya sabemos, la gran mayoría de emisoras no solo de la ciudad, sino del país, son comerciales y por lo tanto basan su estructura económica en la venta del tiempo aire para la promoción de productos y servicio mejor conocido como spot.

En coordinación con los demás miembros del personal, el continuista deberá estar enterado de la programación que se seguirá durante el día para procurar meter un determinado número de comerciales entre cada emisión musical. Además, cada departamento deberá estar en comunicación constante con el continuista para informarle de cualquier situación especial que pueda alterar la transmisión de anuncios. Entre estas situaciones podemos mencionar alguna falla en el equipo o la suspensión de energía eléctrica durante un periodo de tiempo (situación que deberá ser informada por el departamento técnico), la transmisión de un programa especial

(situación que deberá ser informada por el departamento de programación), etc.

3-. PROYECTO 94.7 "STEREO DIGITAL"

3.1 JUSTIFICACION DEL PROYECTO.

Como ya se ha mencionado con anterioridad, la razón principal para la creación de "Stereo Digital" 94.7 F.M. radica en el hecho de que hasta ese momento en Celaya, la única emisora existente en el cuadrante de Frecuencia Modulada era "El y Ella" (107.5 F.M.). El hecho de que en la ciudad existiera una sola estación de F.M. desde hacía ocho años hasta antes del surgimiento de éste proyecto en 1994 era verdaderamente alarmante, y más aún por el hecho de saber que durante esos ocho años de existencia, "El y Ella" continuaba con su anticuada postura de hacer radio y sin rasgos aparentes de renovación o cambio en ningún aspecto.

De hecho, y con una gran seguridad, podemos afirmar que en "El y Ella" han desfilado únicamente cuatro voces diferentes para conducir sus dos únicas emisiones en vivo que tienen durante todo el día y peor aún, actualmente, siguen echando mano de producciones que utilizaban desde el primer año en que iniciaron transmisiones. Nos referimos a producciones alusivas a las diferentes temporadas del año tales como 14 de febrero, fiestas patrias, Navidad y año nuevo, solo por mencionar algunas.

Tal parece que pensaron que el auditorio soportaría una estación estancada en lo mismo en lo que se refiere a voces, producción y programación, pero como era de esperarse, afortunadamente no fue así. Tal parece como si "El y Ella" hubiera

(situación que deberá ser informada por el departamento de programación), etc.

3-. PROYECTO 94.7 "STEREO DIGITAL"

3.1 JUSTIFICACION DEL PROYECTO.

Como ya se ha mencionado con anterioridad, la razón principal para la creación de "Stereo Digital" 94.7 F.M. radica en el hecho de que hasta ese momento en Celaya, la única emisora existente en el cuadrante de Frecuencia Modulada era "El y Ella" (107.5 F.M.). El hecho de que en la ciudad existiera una sola estación de F.M. desde hacía ocho años hasta antes del surgimiento de éste proyecto en 1994 era verdaderamente alarmante, y más aún por el hecho de saber que durante esos ocho años de existencia, "El y Ella" continuaba con su anticuada postura de hacer radio y sin rasgos aparentes de renovación o cambio en ningún aspecto.

De hecho, y con una gran seguridad, podemos afirmar que en "El y Ella" han desfilado únicamente cuatro voces diferentes para conducir sus dos únicas emisiones en vivo que tienen durante todo el día y peor aún, actualmente, siguen echando mano de producciones que utilizaban desde el primer año en que iniciaron transmisiones. Nos referimos a producciones alusivas a las diferentes temporadas del año tales como 14 de febrero, fiestas patrias, Navidad y año nuevo, solo por mencionar algunas.

Tal parece que pensaron que el auditorio soportaría una estación estancada en lo mismo en lo que se refiere a voces, producción y programación, pero como era de esperarse, afortunadamente no fue así. Tal parece como si "El y Ella" hubiera

subestimado la capacidad de los radioescuchas quien sabe con que intensidad.

De aquí surge otra importante razón para la creación de “Stereo Digital 94.7”. Pensar en el surgimiento de una estación innovadora y con una propuesta radiofónica atractiva y diferente, con recursos creativos y frescos en cada segmento de transmisión, ya fuera con producción previamente elaborada o bien en espacios con locutores y conductores en vivo.

Por último, justificaremos este proyecto, mencionando la preocupación de GRUPO ACIR CELAYA por capturar nuevamente a la gran cantidad de auditorio perdido. Por una parte cuando “El y Ella” llegó a Celaya, acaparó prácticamente a todos los radioescuchas de la ciudad, y por otra parte, luego de algunos años de repetir y repetir siempre lo mismo, “El y Ella” también comenzó a perder la atención de la audiencia, misma que prefirió buscar la sintonía en canales radiales de otras ciudades.

Aún cuando fue prácticamente imposible lograr que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgara la ansiada concesión de Frecuencia Modulada en Celaya para recapturar el auditorio perdido y lograr competir y desbancar en poco tiempo a “El y Ella”, el permiso de transmisión fue otorgado en Querétaro para que compartiera los créditos con Celaya.

En las siguientes páginas, analizaremos los puntos más relevantes del proyecto de ésta estación compartida: Sus inicios, su evolución, la aceptación del auditorio y como es que después de una serie de inesperadas situaciones, el proyecto terminó siendo exclusivo para Celaya con el manejo de la misma administración que lo inició pero con otra empresa que surgió a raíz de la separación de GRUPO ACIR CELAYA.

3.1.1 EL INICIO COMO “STEREO AMISTAD”.

Inicialmente, la frecuencia 94.7 comenzó sus transmisiones el 20 de Enero de 1992 con el nombre de “Stereo Amistad” y bajo las siglas de identificación X.H.O.Z. En el comienzo, sus transmisiones eran generadas en Querétaro y exclusivamente para esa ciudad. Aunque su señal era capaz de llegar a otras ciudades cercanas (como Celaya o San Juan del Río), la estación estaba identificada y registrada como emisora de Querétaro.

Aún cuando desde el principio se tenía la idea de que la estación fuera compartida con Celaya, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes estipuló ante los funcionarios de ACIR CELAYA que el permiso para compartir los créditos si sería otorgado, pero hasta después de un año de transmisión normal de la difusora (esto quiere decir que el canal 94.7 trabajaría durante ese tiempo para una sola plaza). Ante las condiciones impuestas por la secretaría, se determinó que no había ningún problema, de hecho, se determinó que la estación se dejaría funcionando bajo el nombre de “Stereo Amistad” durante dos años teniendo como finalidad dos objetivos:

1. Que los radioescuchas (tanto de Querétaro como de Celaya y otras plazas) identificaran la existencia de un nuevo canal de Frecuencia Modulada.
2. Una vez identificada, evaluar las posibilidades reales de competencia de 94.7 con respecto a las demás difusoras.

Teniendo en cuenta los dos puntos anteriores, se podría especular acerca de los resultados que brindaría el proyecto para

cuando llegara el momento de su transformación definitiva en “Stereo Digital”.

Para el arranque de 94.7 “Stereo Amistad”, se implementó una fórmula musical parecida a la que manejaban la X.H.C.G.T. 107.5 “El y Ella” de Celaya y la X.H.Q.T.O. 95.5 “Stereo 95/5” de Querétaro, que eran justamente las emisoras con las que se pretendía competir en cada ciudad. Particularmente en el caso de Celaya, 1992 era un año excelente para que “Stereo Amistad” comenzara con sus emisiones, ya que desde hacía casi dos años atrás (1990) el auditorio de la ciudad comenzó a escuchar las estaciones de León y Querétaro principalmente. De hecho, los resultados fueron satisfactorios casi de inmediato ya que apenas a los 6 meses de haber comenzado con las transmisiones de Stereo Amistad, en Celaya tenía casi el mismo nivel de audiencia que “El y Ella” (que para entonces tenía 6 años operando en la ciudad) y en Querétaro había logrado reducir el auditorio de 95/5 en un 25%.

Al igual que “El y Ella” y “Stereo 95/5”, Stereo Amistad era una emisora dirigida al auditorio de clase media-alta de entre 15 y 45 años, alternando en su programación música del género rock-pop en inglés y en español con programación corrida durante todo el día de 6 a.m. a 12 a.m. Esto quiere decir que la programación no tenía una serie de programas específicos que tuvieran que salir al aire a un horario determinado, sino que la programación musical era ininterrumpida.

El primer año de transmisiones de Stereo Amistad fue verdaderamente importante tanto para ACIR QUERETARO como para ACIR CELAYA debido a que en ambas ciudades, la emisora alcanzó niveles de audiencia muy aceptables y calificando como notable lo ocurrido en Celaya donde prácticamente había igualado a su principal competidora. Hay que decir que el primer

año, marcó la pauta para lo que posteriormente se implementaría en la estación en lo que respecta a programas. Uno de los mayores aciertos, fue haber incluido desde el inicio de la emisora el noticiero “INFORMATIVO PANORAMA” que se produce y transmite por la cadena RADIO ACIR a 47 plazas de la república mexicana y que hasta ese momento no se transmitía por ninguna estación que se pudiera sintonizar en Querétaro o en Celaya.

Ya para el segundo año, “Stereo Amistad” contaba con una estructuración de programas que le permitió mantener el auditorio que había adquirido apenas un año atrás. La programación la difusora se mejoró considerablemente por el sistema que se adoptó para su elaboración:

Mediante bloques musicales de tres números musicales cada uno, incluyendo en ellos una canción vieja, un éxito de catálogo, y un éxito de novedad para pasar posteriormente al corte comercial y después de los anuncios, continuar con el mismo sistema de tres canciones. Otra característica importante en la programación y que dio buenos resultados fue intercalar un bloque de música en español y el siguiente de música en inglés. Además, con el apoyo del departamento de continuidad, se trató de evitar la saturación de anuncios comerciales entre cada bloque musical, pero obviamente, hay temporadas en que la carta comercial de la emisora, esta sumamente cargada de spots. En estos casos, se trabajaba con el sistema canción–corte respetando el orden de una en inglés y otra en español. Otro punto favorable, fue la incorporación de un par de locutores (un hombre y una mujer) para anunciar y comentar acerca de la música y otras cosas relevantes, aunque después estos locutores fueron sustituidos por el nuevo equipo asignado para integrar el equipo de trabajo de la estación.

Con las modificaciones realizadas y los excelentes resultados obtenidos con ellas, se había trazado un camino que la emisora debería seguir (e incluso mejorar) en el momento del cambio a “Stereo Digital” Habían transcurrido ya dos años y la disposición de la Secretaría de Comunicaciones ya estaba cumplida. Stereo Amistad estaba lista para su transformación definitiva en “Stereo Digital” a partir de 1994.

3.1.2 LA FALTA DE ESTACIONES DE FRECUENCIA MODULADA EN CELAYA.

Por una gran cantidad de motivos, la falta de estaciones de frecuencia modulada en una ciudad con las características de Celaya es preocupante y además, es una situación que debe estudiarse y analizarse con mucho detenimiento.

Debemos comenzar examinando un punto que esta muy arraigado a la sociedad celayense: La costumbre.

Tal parece que la gente que ha vivido toda una vida en la ciudad, pensó que Celaya estaba exenta de situaciones reales como el crecimiento demográfico, de la delincuencia, del progreso mismo de la ciudad y de muchas otras cosas que consideraban totalmente irrelevantes y que no afectarían su modo de vida, pero ahora se dan cuenta de que no fue así. Desgraciadamente la cerrada mentalidad de mucha de esa gente (que por cierto cuenta con importante prestigio social y considerable poder económico), se ha dedicado a bloquear el progreso de la ciudad, impidiendo de mil maneras el establecimiento de nuevas empresas y comercios, así como a la realización de proyectos que resultarían benéficos para la ciudad. Tal parece como si Celaya fuera uno de esos pueblos que hubo durante la revolución mexicana en donde los caciques intentan acaparar todo dejando que la vida de la mayoría de la gente gire al

rededor de ellos y esta situación ha venido afectando a toda la sociedad en su conjunto: Desde el comercio, hasta la radiodifusión que es el punto que a nosotros nos interesa.

Por muchas circunstancias, Celaya (aunque no lo parezca), es un punto de gran importancia en el país. Una razón de peso para afirmar la relevancia de la ciudad es por su situación geográfica, formando parte de uno de los corredores industriales mas importantes de México. Esto ha propiciado que una importante cantidad de migrantes establezcan su residencia en Celaya y con esto, sería lógico pensar que ante una población creciente, los servicios deberían aumentar y mejorar en todos aspectos. Lamentablemente, esto no ha ocurrido así.

Podríamos enumerar muchos puntos en los que urgen tener mejoría en la ciudad, pero nos concretaremos a hablar específicamente sobre el campo de la radiodifusión, donde podemos afirmar que Celaya, no esta a la altura de lo que su población busca y requiere. Es un hecho que el número de estaciones de Celaya que transmiten en la banda de Amplitud Modulada, definitivamente es aceptable y cumple con su objetivo llenando las expectativas de los radioescuchas, pero no ocurre lo mismo con las estaciones de la banda de Frecuencia Modulada.

Primero: El número de emisoras de Frecuencia Modulada con que cuenta la ciudad es ridículo. Según Comunicaciones y transportes, una ciudad como la nuestra debería contar por lo menos con 5 estaciones de Frecuencia Modulada que puedan ofrecer estilos diferentes para que el auditorio pueda elegir. Como siempre, habrá aspectos positivos y aspectos negativos en cada emisora, pero lo importante aquí, es que los oyentes tengan más opciones para elegir.

Esto no ocurre en Celaya debido a que solo existe una estación de F.M. establecida en la ciudad y aunque lo de menos es mover el sintonizador del aparato receptor y encontrar un canal de cualquier otra ciudad, siempre termina por ser incomodo saber que tu propia ciudad, no hay buenas opciones de entretenimiento radial.

Segundo: Mucho se dice que “NO IMPORTA LA CANTIDAD, SINO LA CALIDAD”. Ojalá que este dicho popular pudiera ser aplicado en el caso de la radiodifusión en Celaya, pero desafortunadamente, no estamos en condiciones de poder hacerlo, porque nuestra única estación oficial de F.M. no es precisamente valuarte de calidad radiofónica.

Lamentablemente, “El y Ella” no ha mostrado ni siquiera el mínimo interés por mejorar, y desde el inicio de sus transmisiones ha sido siempre lo mismo. Hoy en día en que las estaciones COMBO o de doble frecuencia (Que no son oficialmente de F.M.) llegaron a Celaya, “El y Ella” trata desesperadamente de recapturar audiencia, situación que se torna particularmente difícil por el estereotipo que a pulso se gana la emisora con su público que sabe de antemano que de esa estación quedan muy pocas cosas rescatables que verdaderamente sean dignas de prestarles atención.

Tercero y último: Como ya se ha mencionado, tener pocas alternativas locales de entretenimiento radial, implica la emigración de los radioescuchas a las estaciones foráneas, dando como resultado que tengan conocimiento de productos y servicios que se ofrecen en otros lugares, afectando así el movimiento económico de la ciudad,

sin olvidar que se ponen en evidencia la gran cantidad de carencias que existen en Celaya.

3.1.3 CÓMO SE OTORGAN LAS CONCESIONES DE TRANSMISIÓN EN F.M.

Para entender lo que ocurre en Celaya con respecto a los canales que se asignan en la banda de Frecuencia Modulada, se debe analizar cada parte implicada en dicho asunto. Una de ellas y muy importante, es la que juega la Secretaría de Comunicaciones y Transportes como reguladora en el otorgamiento de permisos de transmisión en todas sus modalidades (radio A.M-F.M, televisión, radio-comunicación, etc.).

Según la información obtenida en una charla con la Lic. Edith González Dorman, encargada de la división Radio F.M. en la citada secretaría, los requisitos para obtener la concesión son relativamente sencillos de cubrir. A continuación, se enumeran los requisitos preliminares al otorgamiento de un permiso para instalar y operar una estación de radiodifusión sonora:

1. Comprobación de la nacionalidad y ciudadanía mexicana del o los solicitantes:
 - a. Las personas físicas lo harán mediante copia certificada del acta de nacimiento o de cualquier otro documento que haga prueba plena.
 - b. En casos de asociaciones, mediante copia certificada de las actas de nacimiento de cada miembro del órgano supremo de dicha asociación.
2. Comprobar la legal constitución, fines y naturaleza de la asociación civil, mediante copia certificada del documento correspondiente.

3. Cuando la solicitud sea firmada por una persona distinta al solicitante, se deberá acreditar la personalidad y las facultades de la persona que formula la solicitud en representación del solicitante.
4. Original del Curriculum Vitae del solicitante.
5. Carta compromiso sobre la programación que habrá de difundirse a través de la estación, en la que se especifique el género del formato musical y el horario de transmisión.
6. Carta compromiso de no comercializar o insertar patrocinios durante las transmisiones de prueba de la estación.
7. Documento que acredite el legal uso del terreno, casa o inmueble en donde se pretenda instalar la estación.
8. Documento en el que se manifieste los propósitos generales que animan al solicitante para establecer una estación radiodifusora, en el que se describan las condiciones sociales y económicas que prevalecen en la localidad donde se pretende operar la estación.
9. Proyecto de inversión para la instalación, operación y mantenimiento de la estación.
10. Especificación del origen de los recursos con que se pretende financiar la instalación, operación y mantenimiento de la emisora, así como compromiso por escrito y calendarizado de las personas que aportarán tales recursos.
11. Proyecto técnico, conforme a la norma oficial mexicana en cuanto al diseño y ubicación de la estación radiodifusora.

12. Plano de ubicación del lugar donde se proyecte instalar la planta transmisora de la estación.

13. Pago de derechos por estudio de la solicitud, de conformidad con los artículos primero, segundo, tercero y cientotrentavo de la ley federal de derechos:

- a. De acuerdo con la categoría de la estación radiodifusora en proyecto, el monto del depósito de la fianza no podrá ser menor de \$20.00 y no excederá en ningún caso de \$50.00.
- b. En caso de que por cualquier motivo el interesado abandonara el trámite, la garantía se aplicará en favor del Erario Federal.

Es conveniente señalar que el cumplimiento de los requisitos, no implica de ninguna manera el otorgamiento del permiso ni la autorización para instalar la estación, toda vez que cada solicitud esta sujeta a un estudio y a las opiniones de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes así como de Gobernación. Además de las disponibilidades técnicas para el uso y aprovechamiento del espectro radioeléctrico de la población en interés.

Como se puede ver, los requisitos para obtener el permiso de transmisión en un canal de Frecuencia Modulada son sencillos y fáciles de cumplir, incluso para una persona común que nunca se hubiese dedicado al negocio de la radiodifusión. Entonces...¿Porqué motivo no existen más estaciones de Frecuencia Modulada en Celaya?

Analizando otra parte en el caso, los empresarios radiodifusores, afirman que Comunicaciones y Transportes les antepone varios argumentos para negarles las concesiones. Entre los argumentos que se señalan sobresalen los siguientes:

1. Que el cuadrante de la zona esta saturado.
2. Que el espectro radioeléctrico de la ciudad no es adecuado para la transmisión en la banda de F.M.
3. Que existen prioridades para el establecimiento de emisoras de F.M. en las zonas norte y sur-éste del país.

Pero regresando a la parte de la Secretaría, la Lic. González Dorman comenta que el caso de Celaya es particularmente peculiar por la actitud asumida por los empresarios locales. Lo que aclaró básicamente, es que cada una de las empresas de radio establecidas en la ciudad, no podían soportar el hecho de que sus competidores obtuvieran el permiso de transmisión antes que la propia, es decir, la secretaría otorga un número determinado de concesiones según la importancia de la plaza que la solicita, cuando se cumplen los requisitos anteriormente mencionados y se otorga la concesión, se le asigna su frecuencia, siglas y especificaciones técnicas con las que habrá de operar. Una vez que se ha hecho todo esto, los detalles de la nueva concesión se publican en el diario oficial de la federación. Ya otorgada la concesión, se pueden presentar objeciones ante la secretaría cuando dicha concesión afecte directamente a terceros o bien a otros concesionarios. En el caso de Celaya, se llegó a la conclusión (por parte de comunicaciones y transportes) de que las objeciones que se presentaban contra los permisos otorgados aquí, eran solo producto de la envidia entre empresas. Por esa razón, la secretaría determinó que indefinidamente se negaría cualquier petición de autorización para transmisión en F.M. que proviniera de Celaya. Según la Lic. González Dorman, la ciudad había sido elegida ya 7 veces con anterioridad, pero ante las peleas entre los empresarios, se optó por ceder esos permisos a León, Querétaro y Aguascalientes.

De hecho, la secretaría asignó por cuenta propia un par de frecuencias con el sistema "COMBO" para dos estaciones de Celaya: 920 a.m/88.1 f.m "Radio Cañón" y 780 a.m/99.3 f.m "Stereo Digital" (anteriormente "Que Bonita").

Para los casos de las frecuencias "COMBO" no es necesario solicitar permiso ante comunicaciones y transportes, sino que la secretaría por determinación propia, otorga los permisos. Cuando esto ocurre (como en los casos de la emisoras anteriormente citadas) no será válida ninguna objeción al respecto, sin importar de donde o de quién provenga.

3.1.4 LA LLEGADA A CELAYA DE LA PRIMER ESTACION DE FRECUENCIA MODULADA

Podemos decir que cuando llegó a Celaya la primer estación de frecuencia modulada, comenzaron también a despertar las expectativas de los radiodifusores locales. Además, la competencia entre las empresas de radio comenzó a generarse en forma plena y abierta.

En 1985, Celaya comenzó a sufrir una transformación en muchos aspectos, ya que mucha gente determinó salir de las grandes ciudades (principalmente México) para establecer su residencia en ciudades más pequeñas, y uno de los puntos más atractivos para los migrantes se localizaba en la zona del bajío. A raíz del incremento en su población, Celaya comenzó a registrar la apertura de una gran cantidad de establecimientos nuevos ofreciendo a los consumidores una gran variedad de productos.

En lo que toca al campo de la radio, en Celaya existían apenas 7 emisoras, todas ellas de amplitud modulada. En aquél 1985, se

rumoraba que en poco tiempo, llegaría una empresa radiodifusora nueva y que traería consigo una estación de F.M.

Efectivamente para el 21 de Marzo de 1986, se estableció en la ciudad aquella empresa de la que tanto se había hablado: Corporación Celaya de Radiodifusión. Esta empresa, dependiente de Corporación Mexicana de Radiodifusión, era y es manejada por un equipo humano verdaderamente experimentado para establecer y manejar estaciones de radio en otras ciudades de la república tales como México D.F, Puebla y Toluca. Cuando Corporación Celaya llegó para establecerse en la ciudad, lo hizo con dos emisoras: Una en el 950 A.M. “Radio Fiesta” y 107.5 F.M “El y Ella”. Esta última, representó una nueva etapa en la radiodifusión local por ser la pionera en la banda de F.M.

Antes de que “El y Ella” llegara a Celaya, antes de 1986, los radioescuchas de esta ciudad todavía no buscaban mucho las estaciones de Frecuencia Modulada, lo que nos lleva a pensar que hasta ese momento, las empresas de radio locales, si eran capaces de satisfacer las exigencias del público con las emisoras existentes hasta entonces. Aunque para esos días solo un pequeño porcentaje del auditorio (integrado por cierto por un bloque de gente adulta) gustaba de escuchar las estaciones foráneas de F.M, principalmente 101.1 F.M. “Stereo Cristal” de Querétaro y 95.1 F.M. de Irapuato “Stereo 95” por la excelente variedad de música instrumental que presentaban, “El y Ella” fue muy bien recibida por el auditorio de la ciudad y rápidamente entró en el gusto de la gente.

3.1.5 COMPARACION RADIOFONICA ENTRE CELAYA Y OTRAS PLAZAS.

Como ya lo hemos mencionado en páginas anteriores, es un hecho que en la actualidad, Celaya no esta a la altura ni en condiciones de competir en el campo radiofónico con otras ciudades cercanas. Si bien cuando “El y Ella” comenzó a operar en la ciudad

el auditorio local estaba conforme con las estaciones que había hasta aquel momento, de un tiempo a ésta fecha, se ha hecho muy poco para poder competir con otras ciudades en cuanto a radio se refiere.

Desde luego que Celaya no es la capital ni la ciudad más importante del estado de Guanajuato, pero aún así, es claro que deberían existir más alternativas de sintonía en la banda de Frecuencia Modulada. Siempre se ha dicho que las comparaciones de cualquier tipo, son verdaderamente molestas, pero en este caso, es necesario que comparemos a Celaya con otras plazas que obviamente se han visto mucho más favorecidas en lo que se refiere al establecimiento y operación de canales de transmisión en Frecuencia Modulada.

Comenzaremos hablando de Querétaro, ciudad que por su cercanía a la nuestra, es posible que aquí logremos sintonizar las 8 emisoras que transmiten desde la capital del vecino estado. Entre esas estaciones, podemos encontrar una gama de formatos musicales capaces de satisfacer todos los gustos. En Querétaro es posible encontrar emisoras con la música del ayer (comúnmente llamadas “olddies”) en la frecuencia “Mix 97.9”; también podemos encontrar el sabor tropical yailable de la música grupera en “Fiesta Mexicana” en el 97.1; la música en español en todos sus géneros también se puede encontrar en el cuadrante en “Stereo 94.7” y además, si se prefiere la música en inglés en cualquiera de sus géneros, se puede sintonizar en 95.5 “La estación”. Hemos nombrado solo 4 de las ocho emisoras de F.M. que existen en Querétaro y ya podemos darnos cuenta de la superioridad que guarda nuestra vecina ciudad sobre Celaya.

Si tomamos otro rumbo y nos instalamos ahora en León, encontraremos que el caso es prácticamente idéntico: 10 emisoras que transmiten en Frecuencia Modulada y al igual que en Querétaro,

se encuentran en ellas todos los géneros musicales: Grupero (102.3 “Fiesta Mexicana”), en español (98.5 “Stereo Amistad”), en inglés (99.9 “Stereo Rey”), etc. Aunque es muy evidente que tanto Querétaro como León son ciudades más importantes que Celaya, la diferencia en el número y calidad de emisoras, es abismal.

Ahora bien, si buscamos otras ciudades que por importancia puedan compararse con Celaya, podemos hablar de Irapuato y de San Juan del Río. En ambas ciudades, existen dos emisoras en Frecuencia Modulada: En Irapuato “Sonorama 93” 93.5 F.M y “Golden Music” 95.1 F.M. En San Juan del Río “Super 105” 105.3 F.M. y “Digital 103” 103.3 F.M. Podríamos asegurar, que Celaya es una ciudad incluso más importante que Irapuato y San Juan del Río, razón por la que nuevamente se retoma a la importancia que representa que el auditorio de la ciudad escuche preferentemente las emisoras locales, que lamentablemente, no existen en F.M.

3.1.6 LA IMPLANTACION DEL SISTEMA COMBO.

Una de las nuevas modalidades en el otorgamiento de permisos de transmisión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, es el sistema de transmisión simultánea en dos frecuencias denominado “COMBO”.

Las emisoras que difunden su señal con el sistema “COMBO” tienen la oportunidad de transmitir en dos canales, uno en la banda de Amplitud Modulada y otro en la banda de Frecuencia Modulada. Las estaciones “COMBO” tienen asignada como frecuencia oficial la que se les asigna en la banda de Amplitud Modulada, por lo que su canal de F.M. es únicamente un complemento.

En los casos de las estaciones que se les permite transmitir en “COMBO” no es necesario que presenten solicitud para ello ante

Comunicaciones y Transportes, sino que esta reparte los permisos indistintamente y con preferencia a las ciudades donde no existen emisoras de Frecuencia Modulada, aunque también puede repartir permisos de este tipo en lugares donde ya existen difusoras en esa banda pero el número de ellas es muy reducido, como en el caso de Celaya.

Algo que es notable e importante de señalar, es que no existe en la Ley Federal de Radio y Televisión ningún artículo o apartado que haga mención acerca de las estaciones que operen y transmitan con el sistema “COMBO”. Sin embargo, en acuerdo mutuo entre la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de

Gobernación, existe un pequeño reglamento en donde se estipulan las normatividades de las emisoras que transmiten simultáneamente en las bandas de Amplitud y Frecuencia Modulada. Nuevamente con la ayuda de la Lic. Edith González Dorman, logramos recopilar los aspectos más importantes con respecto a éste tipo de estaciones.

Entre los puntos más relevantes para su reglamentación, encontramos los siguientes:

- a. Las emisoras que cuenten con el sistema de transmisión denominado “COMBO”, son estaciones experimentales. Con esto, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, pretende evaluar los resultados que se obtengan con la implantación del sistema, ya que este mismo también se implementó en todo el territorio de Estados Unidos entre 1987 y 1990 con muy buenos resultados.
- b. En lo que compete a la frecuencia: La Secretaría de Comunicaciones y Transportes especifica que las emisoras que cuentan con el sistema “COMBO”, tienen como base o

frecuencia oficial la que la misma secretaría les asigna el cuadrante de Amplitud Modulada, considerando como complementario el canal asignado en el cuadrante de Frecuencia Modulada. Por ello, es que en los apartados de páginas anteriores, se menciona que solo existe en Celaya una emisora de F.M. ya que las otras dos operan bajo el sistema combo.

- c. Por su capacidad de transmisión: Este tipo de emisoras, al igual que todas, tienen la libertad de hacer modificaciones para su transmisión. En su frecuencia asignada en A.M. tendrán la libertad de aumentar o disminuir su potencia de transmisión según las conveniencias y necesidades de la emisora, siempre y cuando cuenten con la debida autorización de la secretaría de comunicaciones. Normalmente, las estaciones tanto de A.M. como de F.M. solicitan permisos para aumentar su wattaje de potencia para tener una mayor cobertura y teniendo en mente la explotación de un mercado regional, pero en el caso de las emisoras “COMBO”, podrán solicitar el aumento de potencia únicamente para su canal de Amplitud Modulada, pero no para su canal alterno de F.M. ya que ninguna estación de este tipo, podrá transmitir con más de 3,000 watts de potencia en F.M. sin importar la potencia que tenga en su canal de A.M. Es por eso, que las estaciones combo en lo que a F.M. se refiere, serán estaciones locales, exclusivas para la ciudad donde se asignen, sin importar que su canal de Amplitud Modulada tenga cobertura regional.
- d. Por su periodo de duración: Como ya lo mencionamos, Comunicaciones y Transportes tipifica a las estaciones “COMBO” como experimentales y espera los resultados que se obtengan con la implantación de éste sistema. El pacto que la Secretaría hizo con los empresarios al otorgar estaciones con

transmisión simultánea, estipula que dicho permiso duraría 5 años, después de los cuales, los concesionarios quedarían en libertad de elegir con cual de los dos canales se quedarán. Cualquiera de ellos que elijan (ya sea el de A.M o el de F.M), quedará registrado ante la secretaría como estación correspondiente a cada banda, pero ya en carácter de oficial. En el caso de Celaya, la primer estación que entro en este sistema, fue X.E.R.E. 920 A.M. "Radio Cañon" a la que se le asignó el canal 88.1 F.M. en Febrero de 1995. Poco tiempo después, en Junio de 1995, a X.E.Z.N. 780 A.M. "Radio Fiesta" se le proporcionó el canal 99.3 F.M. Justamente esta última frecuencia, será la que se analice en las páginas posteriores de éste trabajo, debido a que en este canal se establecería finalmente el proyecto "Stereo Digital".

3.2 PROCESO DE PLANEACION.

Con la finalidad de asegurar el éxito de cualquier proyecto, siempre será necesario un proceso de planeación donde se analicen y estudien detalladamente todas las posibles variables que puedan intervenir una vez puesto en marcha el proyecto y afectar los resultados planteados de inicio. La planeación, es un proceso de análisis que permitirá manejar de manera optima los recursos con que se cuentan para que las acciones que habrán de ponerse en práctica, logren conducir al triunfo que se espera.

Anteriormente, la planeación no era considerada como un factor determinante para poner en marcha un proyecto exitoso. Hasta hace apenas unos años, las empresas solían iniciar y arrancar proyectos de un día para otro sin pensar en los posibles contratiempos que pudieran enfrentar. En ocasiones, cuando todo se

desenvolvía normalmente, los objetivos eran alcanzados, pero en muchas otras, en que factores no contemplados aparecían, sus proyectos terminaban en lamentables fracasos. Con el paso del tiempo y considerando que los fracasos suelen ser muy costosos para una empresa (tanto para su prestigio como para sus finanzas), casi todos los ejecutivos favorecen a la planeación antes de ejecutar acciones en forma precipitada, ya que se han dado cuenta que una adecuada planeación, arroja resultados satisfactorios y permite tener opciones para controlar situaciones inesperadas, brindando incluso la posibilidad de encaminarlas de tal forma que puedan favorecernos, y de no ser así, de eliminarlas.

Como empresa moderna, Grupo Acir no fue la excepción al aplicar un detenido proceso de planeación cuando comenzó a gestar el proyecto de “Stereo Digital”. De hecho, se presentó una situación que no se tenía contemplada al iniciar el plan de trabajo y que posteriormente, resultaría benéfica para el proyecto.

La disposición de la Secretaría de Comunicaciones para que la estación operara exclusivamente en Querétaro durante su primer año, benefició grandemente al proyecto, sobre todo porque permitió al auditorio de Querétaro y Celaya identificar la existencia de una nueva frecuencia en el cuadrante. El plan inicial, contemplaba que desde el principio, la emisora compartiera sus créditos entre ambas ciudades bajo el nombre de “Stereo Digital”, pero por lo que estipuló la secretaría, se tuvieron que hacer algunas modificaciones.

La primera de ellas, fue iniciar el proyecto con otro nombre. En lugar de comenzar como “Stereo Digital” se iniciaría como “Stereo Amistad”. El nombre de Stereo Amistad, se eligió por la tradición que tiene la cadena Acir para que en muchas plazas de la república en donde tiene emisoras de F.M, alguna se llame Stereo Amistad, como en el caso de Puebla, León y Zacatecas.

Una vez iniciadas las actividades de la emisora, se puso en marcha otro punto que se contemplo durante el proceso de planeación referente a la programación: Se decidió que la estación contemplaría una programación juvenil-mixta, es decir, balancearía la perfectamente la música en inglés y en español, sin llegar a ser una estación exclusiva en inglés como Stereo 95-5 o solo enfocada a la música en español (como se convertiría cuando Stereo Digital abandonó el 94.7 y pasó al combo 780 a.m/99.3 f.m).

Gran parte de la planeación que de inicio se aplicó en Stereo Digital 94.7, se hizo en base a la comparación, es decir, notando las deficiencias de las emisoras que serían las principales competidoras tanto en Celaya (El y Ella) como en Querétaro (Stereo 95/5) se trataría de no incurrir en las mismas fallas.

Otra modificación relevante que se hizo sobre el plan de trabajo inicial al saber la determinación de Comunicaciones y Transportes, fue que se retrasaría un año más el cambio de la emisora. El aguardar otro año para dar a la estación su transformación final, permitió a los encargados del proyecto aumentar y mejorar la serie d programas que se presentarían a partir de 1994 así como el desarrollo de nuevas ideas para los promocionales de lo que sería "Stereo Digital".

3.3 PROCESO DE EJECUCION.

Una vez hecho el plan de trabajo que se aplicaría para el óptimo funcionamiento del proyecto, se dio paso a la ejecución. En el punto referente a la a la ejecución, se hizo una división: Una parte con la ejecución previa a que Stereo Digital 94.7 comenzara a salir al aire y otra que se contemplaba cuando ya la difusora estuviera operando.

La parte que comprendió la ejecución previa a las operaciones iniciales de la emisora, incluía la elaboración de la producción que vestiría a la estación identificándola de inicio con "Stereo Amistad". Para ese momento, todavía no eran incluidos elementos espectaculares en la realización de la producción, más bien se intentó hacer para el inicio una serie de producciones sencillas, sin querer decir con eso que fueran escasas y sin el contenido necesario para proyectar la emisora.

En este momento, es importante resalta la importancia que toma la producción de una emisora para predecir si éxito. Por tal motivo, se decidió en conjunto con el departamento encargado de la misma, que los paquetes de producción de la difusora se renovarían cada 6 meses para evitar aturdir al auditorio con los mismos promos, identificaciones y jingles. Nuevamente, esta medida dio buenos resultados con el público que favorablemente aceptó 4 diferentes paquetes distintos de producción durante 1992 y 1993 en los que la emisora transmitió bajo el nombre de Stereo Amistad.

La segunda parte del plan ejecutorio abarcó los aspectos referentes a la programación musical y a la comercialización de la emisora. Ya sobre la marcha, la programación se modificaba tan seguido como era posible de tal forma que se evitara repetir en varias ocasiones un mismo número musical, salvo en los casos de que se tratara de un tema de moda extremadamente popular sin importar que fuera en español o en inglés. Aún cuando los temas que se programaban se rotaban constantemente para evitar la repetición, siguió prevaleciendo el esquema programático por bloques que se explicó en el punto 3.1.1. Haciendo referencia al mismo punto, también se fue modificando el sistema de transmisión de spots tomando en cuenta las temporadas fuertes del año donde la carga de anuncios comerciales es mayor e igualmente cuando la orden comercial tenía menor carga, para aprovechar el tiempo programando más música o bien incluyendo los promocionales de identificación de la emisora.

Obviamente, una gran parte de las acciones que se realizaron ya funcionando el proyecto, derivaron de una previa y detenida planeación. Aún cuando algunos puntos tuvieron que modificarse al casi al momento de ejecutarlos, no eran del todo desconocidas las razones que obligaban a dichos cambios. Es necesario aclarar que todos los cambios que se hicieron durante el proyecto, derivaron directamente de las necesidades del mismo, dando a entender que aún cuando se modificara la programación, la extensión de los bloques musicales o la producción de la emisora, la línea de identidad no debería perderse ni modificarse se un momento a otro.

3.4 REALIZACION DE PROGRAMAS.

La barra programática de una emisora de radio es un factor determinante para que el público radioescucha la adopte o la rechace.

En la actualidad la radio se ha convertido en un medio más de entretenimiento que de información, seguramente por la desventaja que tiene que tiene ante otros medios que son mucho más completos que la radio, y que por lo tanto resultan mucho más atractivos; medios tales como la televisión, donde la presentación de las imágenes de los sucesos noticiosos, la pone por encima de la radio en cuestiones de información.

Ante este hecho, la radio esta obligada a presentar a su auditorio una opción real de auténtico entretenimiento. Para la realización de un buen programa de radio, se deben tomar en cuenta ciertas características de los oyentes a los que ira dirigido; aspectos como edad, estilos de vida, actividades cotidianas, etc.

Es más, existen difusoras que en sus emisiones no incluyen segmentos de programación con un nombre y horario determinado que normalmente conocemos como “programas”, sino que todo su horario de transmisión está dedicado a difundir música en forma continua y solo interrumpida por espacios comerciales o por segmentos de producción autopromocional.

Aún estas emisoras, deben contemplar la variedad y el equilibrio en su programación, analizando a la clase de auditorio a que se dirigen a determinadas horas del día para de esta manera, seleccionar los cortes más adecuados para incluirlos en la programación.

Durante el primer año de transmisiones de 94.7 “Stereo Amistad” se presentaba una programación con cortes musicales en inglés y en español, pero alternándolos en forma indistinta.

Esto quiere decir que no se prestaba atención si se programaban 2 cortes en inglés o en español de forma consecutiva.

Como ya se planteo en el punto 3.1.1, hasta el segundo año de operaciones fue cuando se puso mayor orden en la programación de la emisora, pero aún sin incluir en ella un programa específico.

Fue hasta el 7 de Enero de 1994, cuando la emisora se transformo en “Stereo Digital”, cuando se involucro al auditorio de ambas ciudades en una frecuencia compartida y cuando se dio entrada a una serie específica de programas.

Para determinar la clase de programas que formarían parte de “Stereo Digital”, se realizó un análisis de las estaciones locales examinando qué era lo que proyectaba y en qué forma lo hacían. Con apoyos de referencia, se adoptaron ideas principalmente de las mismas emisoras de Grupo ACIR tanto de Querétaro como de Celaya para tener una base en la creación de los programas para Stereo Digital.

Todos los programas, de los cuales a continuación se analizarán sus características y aspectos más importantes, fueron pensados y llevados al espacio radiofónico de Stereo Digital por ser considerados como ideas poco explotadas con anterioridad para la elaboración de programas de radio, principalmente los que se asignaron para cubrir los espacios de fin de semana.

Ahora, en las siguientes páginas, se expondrán las características y cualidades de la barra de programación incluida desde Enero de 1994 hasta Marzo de 1996 en Stereo Digital “LA ESTACION DE CELAYA Y QUERETARO”.

Debemos señalar, que los horarios en los que no se contempla algún programa específico, fueron cubiertos con programación corrida elaborada con el sistema de bloques anteriormente explicado.

3.4.1 “TU PROGRAMA”.

Este fue un espacio del que de antemano, se esperaban buenos resultados por llevar el formato típico de complacencias, el cual muchas emisoras de la región y del país, suelen incluir en sus programaciones.

La experiencia similar más cercana que se tuvo anterior al arranque de este programa, fue justamente de una de las emisoras de Grupo ACIR Celaya “Stereo Juventud”, donde ya se tenía establecido desde hacía buen tiempo un programa de complacencias y que por cierto, tenía muy buen resultado.

Un aspecto muy importante cuando se lanzó al aire “TU PROGRAMA” era que en la región no había emisoras de Frecuencia Modulada que contemplaran los programas de complacencias atendiendo enteramente el gusto del público, sino que éste tipo de programas eran reservados para las emisoras de Amplitud Modulada.

Es más, de la única y más cercana emisora de F.M. de la que se tuvo conocimiento que manejaba un programa similar, fue de “Stereo 97-7” en la ciudad de México (emisora perteneciente a Organización Radio Centro) que lo hacía desde 1993.

En el nombre de “TU PROGRAMA” se encontraban implícitos 2 aspectos:

1. El que el radioescucha tomara el “Tu” como sinónimo de propiedad, haciendo ver que el programa era completamente del auditorio.
2. El que también se identificara el “Tú” en el contexto de persona y que situaba a cada uno de los oyentes como programador del espacio.

Con la premisa de que el programa sería un éxito, se decidió brindarle el horario más prolongada que a cualquier otro programa: 2 horas para dejar que el público enviara saludos y programara sus temas preferidos y como si esto no fuera suficiente, se asignaron 2 emisiones de “TU PROGRAMA” al día, de Lunes a Viernes de 12 a 2 p.m. y de 5 a 7 p.m, lo que se traduce en cuatro horas de complacencias al día.

La secuencia básica del programa, es ya por todos conocida: El conductor del espacio entra al aire saludando a su auditorio e invitándolo a mandar saludos y a elegir la melodía de su preferencia, en inglés o en español.

Para el acopio de llamadas telefónicas se contaba con dos líneas telefónicas en la cabina, una para el auditorio de Querétaro y otra con servicio gratuito de 91-800 para el auditorio de Celaya y de algunas otras plazas a donde también llegaba la señal de la emisora.

Para que “TU PROGRAMA” tuviera el menor número de errores posibles, y considerando sobre todo que era una emisión de complacencias, el departamento de programación debería estar pendiente de tener disponible en cabina, por lo menos el 85% del

material musical solicitado por el público, esto con la finalidad de evitar quedar mal con la audiencia por no contar con los temas

Por último, hay que mencionar la consigna de los conductores de ambas emisiones de “TU PROGRAMA” para evitar repetir el mismo número musical en un mismo espacio del programa, así como evitar tocar la música que se contemplaba en el siguiente programa, sobre todo hacia el final de cada emisión.

Ante el éxito de “TU PROGRAMA”, la respuesta de las emisoras que se consideraban las principales competidoras, fue la siguiente: En Querétaro, ninguna estación realizó algo similar.

En Celaya, “El y Ella” designó la última hora del programa “ESPACIO EN VIVO” en sus dos emisiones, para que el auditorio pudiera elegir sus temas favoritos, pero únicamente complaciendo y sin mandar saludos de ningún tipo.

3.4.2 “LA LEYENDA LIVERPOOL”.

Uno de los grupos que revolucionó la música contemporánea y que marcó la pauta para la incursión de una nueva generación de músicos y grupos precedentes de Inglaterra cuando el mercado musical había sido dominado ampliamente por agrupaciones norteamericanas, sin duda alguna fueron THE BEATLES o como también se les conoce “EL CUARTETO LIVERPOOL”.

Es casi imposible imaginar a una persona que en algún momento de su vida, no haya tenido contacto con la música de THE BEATLES.

De hecho, nos atrevemos a decir que aún la gente de avanzada edad que en 1962 cuando surgió la agrupación no se interesaba en lo más mínimo por la música de moda, así como las generaciones

posteriores a 1971 cuando decidieron oficialmente separarse, han vivido la experiencia musical del que quizá, según una gran cantidad de expertos en la materia, ha sido la mejor banda en la historia musical contemporánea.

Considerando la gran importancia que representa la música de THE BEATLES, se lanzó al aire el programa “LA LEYENDA LIVERPOOL”, en donde se incluía todo el material grabado por el grupo, así como datos, sus numerosos récords de ventas, anécdotas insólitas de su integrantes, entrevistas y temas inéditos grabados por la agrupación.

Uno de los grandes retos que enfrentaría el programa, sería darle variedad al mismo consiguiendo cada vez más material y presentar no solo los temas que casi toda la gente conoce y rotarlos una y otra vez.

Por ello, se realizaron durante 1992 y 1993 cuatro viajes a Estados Unidos para conseguir material de THE BEATLES que en México sería difícil o prácticamente imposibles de encontrar.

En esos viajes, lograron conseguirse más de 50 discos remasterizados con la tecnología actual del Compact Disc con material de ensayos del grupo que nunca fueron grabados en discos comerciales de estudio, así como numerosas entrevistas otorgadas a la prensa norteamericana y europea entre 1965 y 1969.

Además, se procuraba tener contacto constante con el auditorio tanto de Querétaro como de Celaya invitándolo a participar en el programa en caso de saber algún aspecto del grupo o de su música que el conductor ignorara. Esto dio pie a que una parte importante del auditorio comenzara también a indagar sobre los puntos desconocidos acerca de THE BEATLES.

Como era de esperarse, “LA LEYENDA LIVERPOOL” resultó ser un gran éxito, primero porque hacía ya tiempo que no se tenía en la radio un programa exclusivo de THE BEATLES, y además porque el programa estaba sumamente nutrido tanto de música como de información.

Su horario de transmisión era de 2 a 3 de la tarde de Lunes a Viernes, debido a que el programa estaba dirigido a la gente adulta en cuya época musical, los temas de THE BEATLES eran algo muy relevante, aunque hay que decir que el programa también acaparó la atención de mucha gente joven. Por eso, es un hecho que hoy en día, “LA LEYENDA LIVERPOOL” continua vigente.

3.4.3 “NOSTALGIA DIGITAL”.

Existen aspectos de la historia que suelen repetirse continuamente.

Uno de ellos, es, seguramente, el debate generacional para determinar cuál ha sido la mejor época musical. Desde luego, cada generación defiende por sobre todas las cosas, el periodo musical que marco su juventud.

Lo que si es un hecho, es que desde la música de la década de los 60’s, pasando por los 70’s y culminando en los 80’s, han sido épocas sumamente representativas para la historia musical por lo que en cada década se aportó.

Eso aunado a la tremenda decadencia musical que se ha experimentado principalmente desde mediados de esta década y que hoy, sobre el final de la misma, aún prevalece.

De aquí surge la idea de crear un espacio musical dedicado a las tres décadas anteriormente mencionadas, con la finalidad de evocar en el auditorio que vivió su momento en cada una de ellas, sus más gratos recuerdos en una “NOSTALGIA DIGITAL”.

EL ESPACIO DE “NOSTALGIA DIGITAL” era más musical que informativo, aunque durante el programa se hacían notar algunos de los aspectos más relevantes sobre la historia y los logros de las bandas que aparecían en cada emisión, resaltando que en el programa se incluían únicamente melodías en inglés.

Otro aspecto importante de “NOSTALGIA DIGITAL” fue el horario que se asignó para su transmisión: De Lunes a Viernes de 3 a 4 p.m. (inmediatamente después de “La leyenda Liverpool”).

La razón principal de transmitir el programa en ese horario, fue pensando en que para encontrar en casa a los radioescuchas a los que se intentaba hacer llegar el programa, debería ser a la hora de la comida, o bien hasta después de las 8:00 p.m.

Se eligió la primera opción, tomando en cuenta que los horarios nocturnos favorecen más a la televisión que a la radio.

Los programas ideados por la competencia para competir con “NOSTALGIA DIGITAL” eran “Past to Present” en Stereo 95-5 de Querétaro (que por cierto coincidía con el horario de “Nostalgia Digital”), y “En alas del Tiempo” en El y Ella de Celaya.

La desventaja de éste último, era que tenía una sola emisión a la semana cada Domingo por la mañana, mientras que “Past to Present” y “Nostalgia Digital” eran difundidos de Lunes a Viernes.

3.4.4 "RETO 94-7"

En los años recientes, los medios electrónicos de comunicación han sido objeto de severas y variadas críticas porque se han dedicado a presentar programas de entretenimiento sin sentido y con poco contenido, sin que estos sean capaces de hacer pensar al radioescucha o al televidente (según el caso) y peor aún, sin aportarles algo que represente benéfico para ellos.

Con la finalidad de crear un programa para poner a prueba el conocimiento de los radioescuchas, se creo "RETO 94-7" en Stereo Digital.

"RETO 94-7" era un programa donde el conductor formulaba una pregunta invitando al auditorio a comunicarse a los números telefónicos de cabina para dar respuesta al cuestionamiento. Desde luego, junto con las preguntas, se alternaban diversos temas musicales de actualidad en inglés y en español, dando con ello el toque de entretenimiento al programa.

El horario de transmisión de "RETO 94-7" era de 4 a 5 de la tarde, horario ideal para que especialmente el publico joven, conformado gran parte por estudiantes, participaran en el programa. Durante cada emisión de "RETO 94-7" se formulaban aproximadamente de 12 a 15 cuestionamientos, cada uno de ellos con diversos grados de dificultad.

Para "RETO 94-7", se contaba con una gran cantidad de juegos comerciales de preguntas y respuestas tales como trivias y el clásico maratón en sus diferentes versiones. Además, se tomaban preguntas publicadas en revistas y algunas otras fuentes que fueron la base del programa.

Algo que hacía que la emisión resultara más atractiva, era que en cada programa (de Lunes a Viernes) se formulaba una pregunta con alto nivel de dificultad. Para aquellos radioescuchas (ya fueran de Celaya o de Querétaro) que lograban contestar acertadamente a esa pregunta, se les hacían diversos regalos como artículos promocionales de la emisora (gorras, playeras, llaveros) o bien pases de cortesía para el cine, para una cena, o para la entrada y consumo en algún bar o discoteque de Celaya o Querétaro.

3.4.5 "CONTACTO 94-7".

Desde el año 1983 y aproximadamente hasta mediados de 1989, se desató en el terreno musical el surgimiento de una exagerada cantidad de agrupaciones de Rock en español sobre todo en Sudamérica y España.

Tal vez motivados por ese desmedido crecimiento en el número de bandas de Rock en español en otros países y por el éxito que dichas bandas tuvieron a su entrada a México, el ambiente rockanrolero mexicano comenzó a resurgir y a ser semillero de varias agrupaciones nuevas. Desde luego, este movimiento también contribuyó a dar nueva vida a los pioneros del rock mexicano como Alejandro Lora, Javier Bátiz y Guillermo Briseño, solo por mencionar algunos.

Motivados por la importancia que tomó el Rock en español en la década de los 80's, se implementó un espacio de difusión para este movimiento en Stereo Digital: "CONTACTO 94-7".

Proyectando lo mejor del repertorio comercial e inédito de las bandas argentinas, chilenas, españolas, y sobre todo mexicanas, "CONTACTO 94-7" se convirtió en un auténtico foro de proyección no solo para bandas con cartel en el ambiente rocanrolero, sino que

también fue escenario para que grupos nuevos (que actualmente ya son también reconocidos), tuvieran la oportunidad de dar a conocer su propuesta musical.

3.4.6 “LABERINTO”.

El espacio asignado para el programa “LABERINTO” resultó ser el más novedoso de la programación de Stereo Digital 94.7, principalmente por la forma de llevar la conducción del programa.

En “LABERINTO”, se puso práctica la idea para que dos personas condujeran el programa, situación que resultó ser la clave del éxito del programa, debido a que no existía un show de radio con las características que proyectaban los locutores de LABERINTO, principalmente por su espontaneidad e ingenio para manejar cada situación y cada momento del programa.

LABERINTO se caracterizó por ser un programa con música exclusivamente en inglés, comprendiendo los grandes éxitos de los 80's hasta los recientes hits de los 90's, alternando los temas con atinados comentarios de los grupos que se presentaban en el tiempo del programa.

Otro aspecto importante de LABERINTO, fue que era utilizado como un espacio libre de expresión para que los radioescuchas tuvieran un contacto entre ellos mismos y con los conductores del programa, charlando acerca de las actividades hechas durante el día y comentando anécdotas del auditorio y de los locutores.

Este programa, también se convirtió en el principal espacio de promoción de los eventos musicales más importantes de Querétaro y

de Celaya, así como de los grandes conciertos realizados en los diferentes foros de ciudades como México, Guadalajara y Monterrey entre 1994 y parte de 1996.

A tan solo 4 meses de la entrada al aire de “LABERINTO” se tenía ya acaparado un porcentaje muy importante de audiencia en comparación con lo que presentaban Stereo 95-5 de Querétaro y El y Ella de Celaya.

De hecho, la transmisión de LABERINTO, de Lunes a Viernes de 9 a 10 de la noche, únicamente se veía ligeramente disminuida en su nivel de audiencia los Viernes, cuando 95.5 presentaba en resumen de las 15 mejores canciones de la semana del “AMERICAN TOP 40”.

“American Top 40” era un programa que contaba las mejores canciones de Estados Unidos y Canadá, registrando sus movimientos semanalmente según los reportes de la revista Billboard.

Aun cuando ese programa transmitía una versión en español producida por W.F.M en México, 95-5 prefería transmitir la versión original del programa en inglés.

Por su parte, El y Ella comenzó un programa llamado “BACK TO MUSIC” incluyendo también música de los 80’s y los 90’s, pero tenía una serie de puntos negativos que hacían que fuera prácticamente imposible que pudiera competir con LABERINTO.

Actualmente, “BACK TO MUSIC” de El y Ella cuenta con una buena aceptación por parte del auditorio, pero definitivamente, durante el tiempo que LABERINTO estuvo al aire, resultó ser una opción mucho más atractiva para los oyentes.

3.5 PROGRAMACION DE FIN DE SEMANA .

Con el objeto de dar descanso a los programas presentados de lunes a viernes en Stereo Digital, y además brindar a nuestro auditorio algo diferente para el fin de semana, se creo una serie de programas destinados a cubrir las transmisiones de sábado y domingo.

Uno de los propósitos principales que se perseguían al crear una programación de fin de semana, era además de evitar la saturación de los oyentes con la misma programación de entre semana, explorar algunas ideas nuevas con respecto a la música, al formato y al contenido de los programas.

La programación de fin de semana de Stereo Digital, incluía varios aspectos novedosos referentes a los puntos mencionados en el párrafo anterior. Por esa razón, y al no saber cuál sería la reacción de los radioescuchas en lo que a aceptación se refiere, se decidió que dichos programas cubrirían las emisiones de sábado y domingo, ya que de esta forma, podrían evaluarse más efectivamente sus resultados después de un cierto tiempo para determinar el futuro de cada uno de ellos, dependiendo del éxito obtenido.

A continuación, se examinarán las características de cada uno de los programas que se diseñaron en Stereo Digital para el entretenimiento del auditorio de Celaya y Querétaro los fines de semana.

3.5.1 DIGITAL FANTASTICO .

La proyección de éste programa, fue pensada en un sector del publico al que por lo menos, la radiodifusión local, no había tomado en cuenta hasta entonces: LOS NIÑOS:

El programa tenía una duración de una hora cada sábado de 10 a 11 de la mañana, siendo un programa de investigación de diversos temas que suelen atraer la atención de los niños tratando siempre de transmitir esa información de una manera ágil y fácilmente asimilable para ellos. En “DIGITAL FANTASTICO” los niños podían aprender de las costumbres y tradiciones de países lejanos, de animales, historias, cuentos y toda clase de asuntos que para los niños representa cierta importancia.

En el programa, también eran incluidas secciones musicales y consejos útiles para los niños.

Una de las más grandes satisfacciones del programa, fue cuando hubo la necesidad de contar con un apartado postal especial para el programa, debido a la gran cantidad de cartas en las que los niños hacían sus comentarios del programa y de los temas que les gustaría que se explicaran en él.

Lamentablemente, luego de que la emisora cambiara su canal de transmisión cuando se traslado a Celaya, el programa solo duró 4 meses más en Stereo Juventud, antes de que ésta sufriera también un cambio radical en su nombre y formato.

3.5.2 DIGITAL HITS.

En la actualidad, es muy común encontrar listas de popularidad con la música de todos los géneros en diversas publicaciones, principalmente revistas y diarios. En la radio, las listas de popularidad también ocupan un lugar importante dentro de su programación.

Existen emisoras en las que se transmiten lista de popularidad basadas en importantes publicaciones que dominan ampliamente el ambiente musical, como el conteo que hace dos años se respaldaba en las listas de la famosa revista BILBOARD: "AMERICAN TOP 40" (Hoy conocido como "WORLD CHART SHOW") y que se fundamenta en los reportes de las principales emisoras de radio en el mundo, aunque también existen emisoras que transmiten sus propias listas de popularidad según los reportes de sus radioescuchas.

El caso del programa "DIGITAL HITS" es como el último que se explicó en el párrafo anterior: Digital Hits era la lista de popularidad de Stereo Digital, tomando en cuenta principalmente, los reportes del auditorio en la emisión de complacencias.

Las emisiones de Digital Hits, incluían las 30 mejores canciones de la semana transmitiéndolas de la siguiente forma:

- a. Los sábados las 30 mejores en español de 9 a.m. A 12 p.m.
- b. Los domingos las 30 mejores en inglés de 9 a.m. A 12 p.m.

3.5.3 "ROMPECABEZAS" .

El "dance" es uno de los géneros musicales que más éxito ha tenido en la presente década.

La música dance comprende además de los temas que están grabados originalmente con éste estilo, una gran cantidad de melodías que seguramente, ya habían experimentado buenos niveles de éxito pero en otro ritmo, principalmente pop.

Las discotecas, son el lugar más apropiado para escuchar la música dance, o al menos los más comunes, ya que como su nombre

lo indica, el dance no es más que músicaailable. Ante la gran aceptación del público hacia la música dance, se lanzó al aire en Stereo Digital el programa “ROMPECABEZAS” con las mejores mezclas de dance transmitido sábado y domingo de 6 a 7 p.m.

Anterior a ROMPECABEZAS, existía un programa similar transmitido por El y Ella llamado “ZEUZ DISCO CLUB” en donde se hacían mezclas tipo discoteque de los años 70’s y que también se transmitía los sábados de 6 a 7 p.m.

3.5.4 “ANTRO-TOUR”.

Los bares, video-bares, discotecas y clubes nocturnos, representan uno de los principales atractivos para el entretenimiento no solo entre la gente joven, sino también, para la gente adulta.

Con la finalidad de dar a conocer la variedad de éstos lugares de diversión no solo de los establecidos en Celaya y Querétaro sino también en ciudades cercanas incluyendo también México, Guadalajara y San Luis Potosí, se creó el “ANTROTOUR” de Stereo Digital.

En las emisiones de ANTROTOUR, cada sábado de 9 a 10 p.m. se visitaban diferentes lugares de las ciudades anteriormente mencionadas (y otras más), para que durante el programa, los conductores hicieran el análisis del lugar visitado.

Dicho análisis, contenía datos del lugar, tales como ubicación, como llegar al lugar, precios de entrada, tipo de música que ahí suele escucharse, así como diversas entrevistas con los clientes del lugar, los meseros, gerentes y Disc Jockeys.

De todos los programas de Stereo Digital, ANTROTOUR era el único que no se transmitía en vivo, principalmente porque el horario que se le asignó, no era buen tiempo para lograr captar el ambiente de cada lugar.

Los análisis de los bares de México, Guadalajara y San Luis Potosí, se realizaban solo una vez al mes; además, en las emisiones de RETO 94-7, dentro de los premios de las trivias con mayor dificultad, se encontraban viajes pagados a estas ciudades y entradas a los lugares analizados en ANTROTOUR.

3.5.5 "ONDA RASTA".

El Reggae es uno de los ritmos musicales más cautivadores, principalmente por su ritmo netamenteailable. Pese a que el Reggae cuenta con características que lo hacen muy agradable al escucharlo, en ésta región del país, se desconoce mucho sobre sus orígenes, sus representantes y su evolución histórica.

Por esas razones, se creó un espacio de difusión para el Reggae llamado ONDA RASTA que se transmitía los sábados de 4 a 5 de la tarde.

Además de la gran variedad musical que se presentaba en el programa, se analizaban y comentaban los aspectos más importantes de cada agrupación. Algo muy importante en ONDA RASTA, radicó en el hecho de que no era un espacio exclusivo para la difusión del Reggae Africano y Caribeño, sino que también difundía el material de agrupaciones Europeas e incluso Mexicanas.

Con lo anterior, ONDA RASTA logró erradicar la idea generalizada de que el buen Reggae es exclusivo de Jamaica y del caribe, ofreciendo al auditorio grandes bandas de otras latitudes.

3.5.6 "METAL SHOW".

El Heavy Metal es uno de los géneros musicales más controvertidos y polémicos que han surgido en la historia de la música contemporánea.

Debido al poder y la energía con que se interpreta, lo enigmático que envuelve a casi todas sus bandas representantes aunado a su maquiavélica apariencia, han desatado gran polémica en torno a las banda de Rock Pesado, como también se le conoce.

En repetidas ocasiones, se ha comentado que el Heavy Metal ha dado origen a supuestos cultos satánicos, sin olvidar que se le considera como gran generador de violencia; pero mientras todo esto no termina de aclararse y explicarse en forma contundente, lo que si es un hecho, es que alrededor del mundo, las bandas de Rock Pesado cuenta con una cantidad impresionante de fanáticos y obviamente, México no podía ser la excepción.

Con el fin de que el Heavy Metal se difundiera en forma más abierta, Stereo Digital abrió su programación a "METAL SHOW", que como su nombre lo indica, era un show donde se incluían los cortes de las bandas más populares del género que se transmitía los sábados de 5 a 6 de la tarde.

Pese a que los temas de bandas norteamericanas son los mas sonados en el genero pesado, también se dio lugar en METAL SHOW a bandas mexicanas, sudamericanas y españolas, ya que

aunque parezca difícil de creer, el Heavy Metal también suena muy bien cuando se interpreta en español.

3.6 ESTRATEGIA PROMOCIONAL.

Una gran parte del éxito de Stereo Digital 94.7 F.M. provino de la promoción continua con la que desde un principio contó la emisora.

Desde que la frecuencia 94.7 entró al aire en enero de 1992 bajo el nombre de Stereo Amistad, se comenzó con un proceso de planeación que no terminaría sino hasta marzo de 1996, cuando el corporativo radiofónico ACIR dejó de administrar la emisora.

El proyecto de la difusora cuando comenzó como Stereo Amistad, contemplaba únicamente que los radioescuchas comenzaran a identificar el nuevo canal en la banda de Frecuencia Modulada en el 94.7.

La promoción comenzó una etapa más intensa el 1ero de Septiembre de 1993, meses antes de que el proyecto de Stereo Digital comenzara a funcionar en Enero del 94.

En ésta fase de la estrategia de promoción, se contemplaron anuncios sumamente vistosos en los diarios locales tanto de Celaya como de Querétaro ocupando prácticamente una plana completa cada día informando (de forma expectante) el cambio que transformaría a Stereo Amistad.

Además del incesante bombardeo publicitario en la prensa, con la coordinación de los departamentos de producción de ACIR Querétaro y de ACIR Celaya, se elaboraron una serie de

producciones cortas (de entre 10 y 15 seg.) referentes a la próxima aparición de “Stereo Digital, la estación de Querétaro y Celaya” y al igual que en la prensa, de una forma expectante.

Dichas producciones se transmitirían en las emisoras de Acir Celaya (Stereo Juventud, Stereo Carnaval y Radio Cañón) y en las estaciones de ACIR Querétaro Stereo Cristal, Mix F.M y Radio Variedades) cada media hora. Los locutores de cada emisora, también recibieron ordenes de hacer comentarios de la nueva emisora por lo menos dos veces cada hora.

Una vez iniciadas las actividades de “Stereo Digital” en enero de 1994, se continuó con las labores de promoción pero ya en forma menos intensa. En la prensa por ejemplo, continuaban saliendo desplegados promocionales de Stereo Digital, pero únicamente dos veces por semana; en lo que respecta a la promoción en las demás emisoras tanto de ACIR Querétaro como en Celaya, se eliminaron las producciones pre-grabadas pero continuaban los constantes comentarios de los locutores en cabina en cada emisión en vivo.

Otro aspecto que también se contempló y se puso en práctica, fue el diseño y elaboración de numerosos objetos promocionales alusivos a la emisora; hablamos de artículos como plumas, llaveros, gorras, playeras, vasos y calcomanías con el logotipo de la estación.

Dichos artículos se regalaban en forma continua durante las transmisiones de la emisora, sin olvidar que invariablemente, dos veces por semana, las unidades móviles de Acir Querétaro y Acir Celaya, visitaban diferentes puntos de ambas ciudades promocionando “Stereo Digital” y regalando a los radioescuchas los artículos de los que ya hicimos mención.

Además, en cada evento de trascendencia musicalmente hablando musicalmente, Stereo Digital casi siempre estuvo presente, aspecto que benefició enormemente a la promoción de la emisora por ser la única que estaba presente tanto en eventos grandes como en pequeños.

Esto originó que continuamente se tuviera contacto con los integrantes de diferentes agrupaciones, artistas, promotores y casas disqueras , por los que posteriormente se lograría la realización de cuatro festivales musicales de entrada gratuita al público que de antemano sabía que era un evento promovido por Stereo Digital 94.7 F.M.

La existencia de anuncios y letreros con el logo de Stereo Digital en diferentes lugares de esparcimiento y entretenimiento de Celaya y Querétaro, sirvieron también como gran apoyo promocional a la emisora.

3.7 RESULTADOS DEL PROYECTO (PRIMERA ETAPA).

Los resultados obtenidos durante la primera etapa de transmisiones del proyecto “Stereo Digital” fueron verdaderamente impresionantes, y de hecho, podemos afirmar que superaron todas las expectativas planteadas desde el inicio.

Si bien el proyecto de Stereo Digital estaba dividido en etapas, hay que decir es ésta primera se originó por situaciones completamente ajenas a lo que originalmente estaba contemplado. De cualquier manera, hubo que realizar la evaluación de los resultados obtenidos desde Enero de 1994 hasta Enero de 1996.

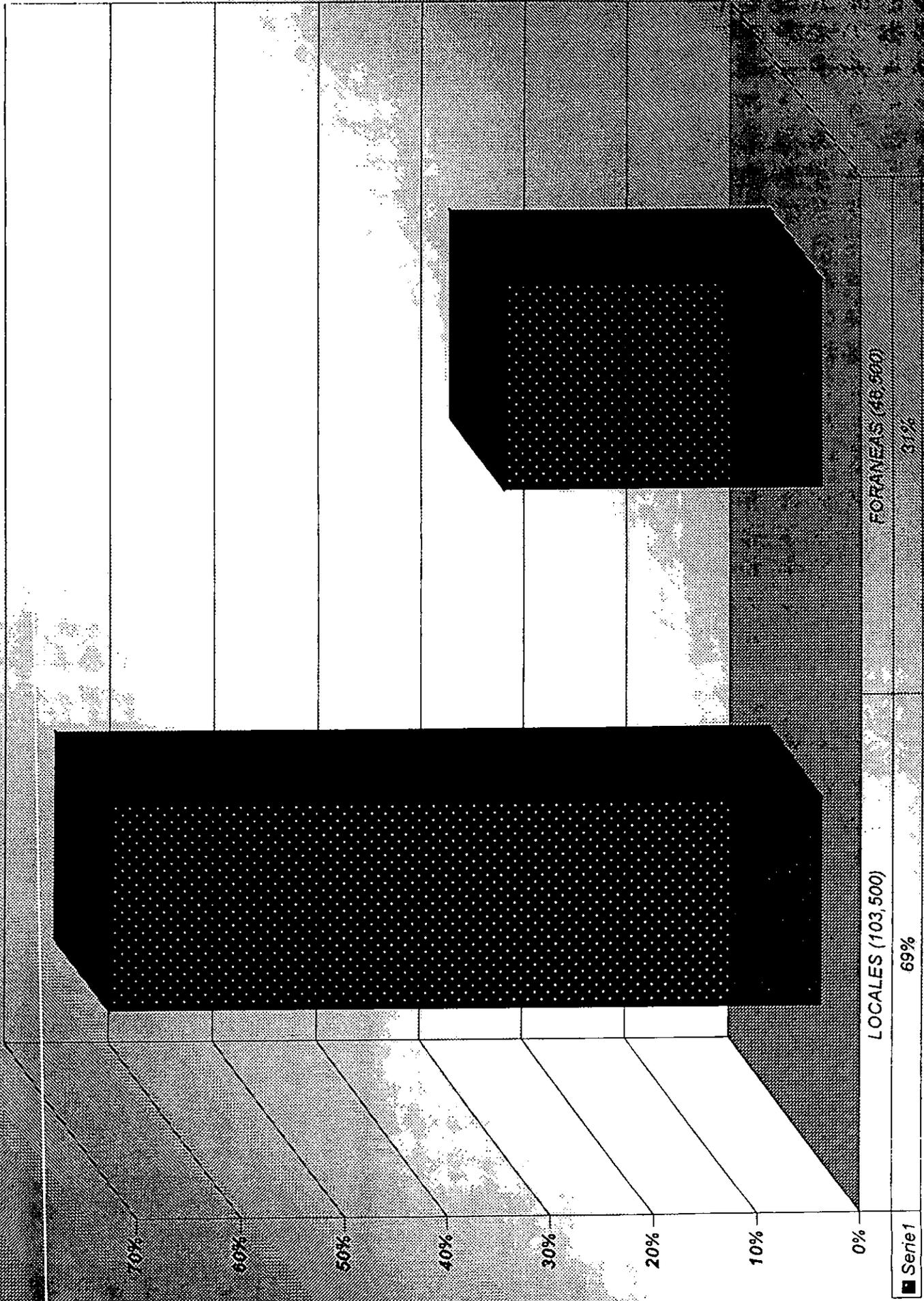
Con la finalidad de que dicha evaluación resultara lo más veraz posible, se determino llamar al equipo de investigación de I.N.R.A. (Instituto Nacional de Radiodifusión) para realizar una investigación en los niveles de audiencia de la emisoras.

Anterior a esta ocasión, la última vez que I.N.R.A. efectuó una investigación de ratings en la ciudad de Celaya, fue en el año 1990. Para ése año, las emisoras de la ciudad registraban un nivel de audiencia notablemente bajo y preocupante con respecto a las estaciones de otras plazas. Una de las grandes satisfacciones para los integrantes y realizadores del equipo de Stereo Digital, fue que aún con una frecuencia compartida con Querétaro, se logro devolver a una emisora que también involucraba a Celaya, gran parte del auditorio que se había perdido.

Considerando que para 1990 los radioescuchas locales estaban concentrados en casi un 70 % en las estaciones foráneas, sin que ninguna lograra acaparar a la mayoría de ese porcentaje, a continuación se presentan los resultados de Stereo Digital en su periodo de estancia en el 94.7 F.M. de 1994 a 1996.

Como se muestra en la siguientes gráficas, se aprecia claramente que Stereo Digital 94.7 cumplió enteramente con su objetivo: Regresar a Celaya (o en esta caso a una emisora que en cierta forma también pertenecía a Celaya) el porcentaje de auditorio perdido años atrás, y no solo eso, sino que además, logro superar ampliamente a su principal competidora “El y Ella”.

PREFERENCIAS ENTRE EMISORAS LOCALES Y FORANEAS

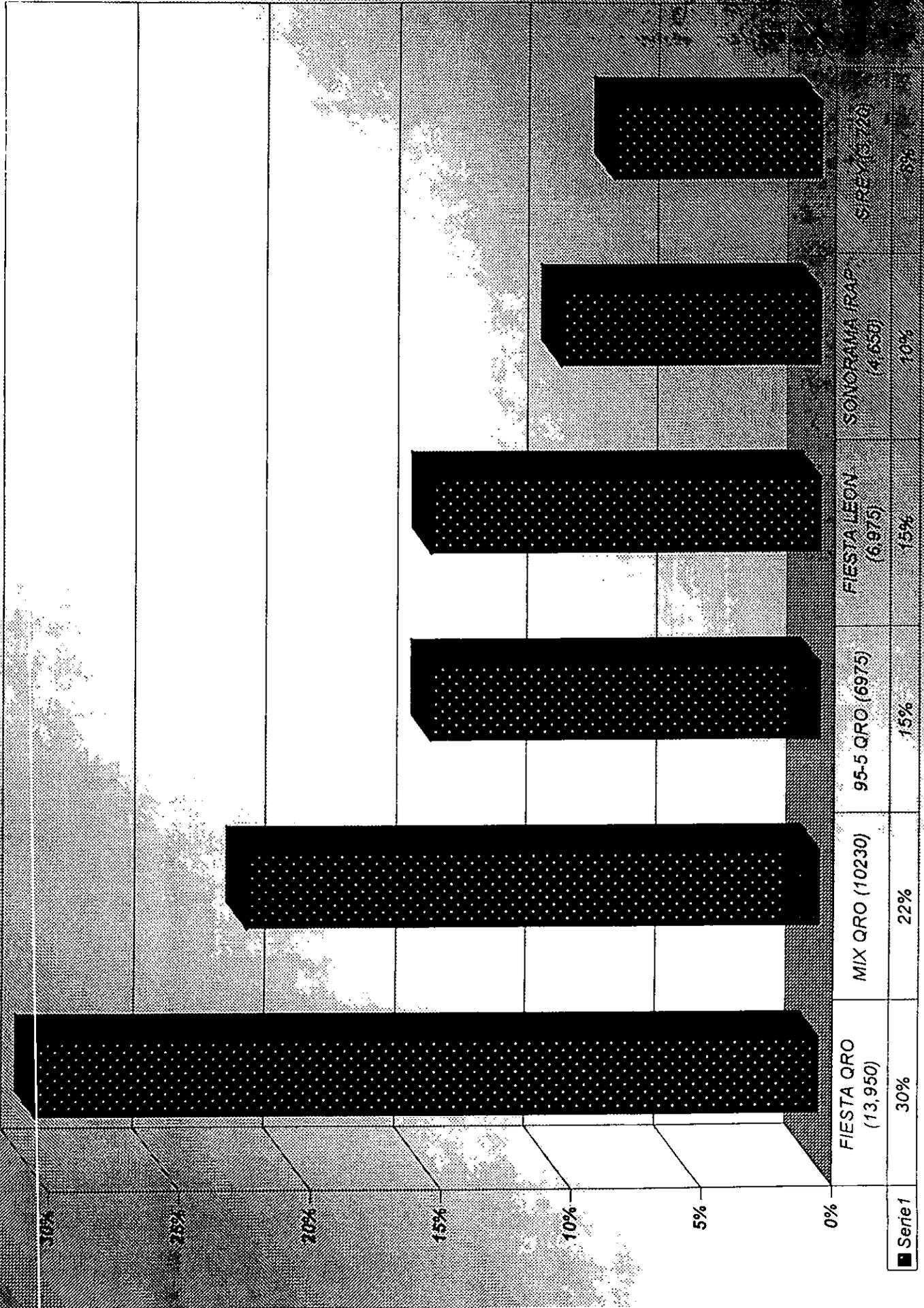


PREFERENCIAS DE LAS EMISORAS LOCALES

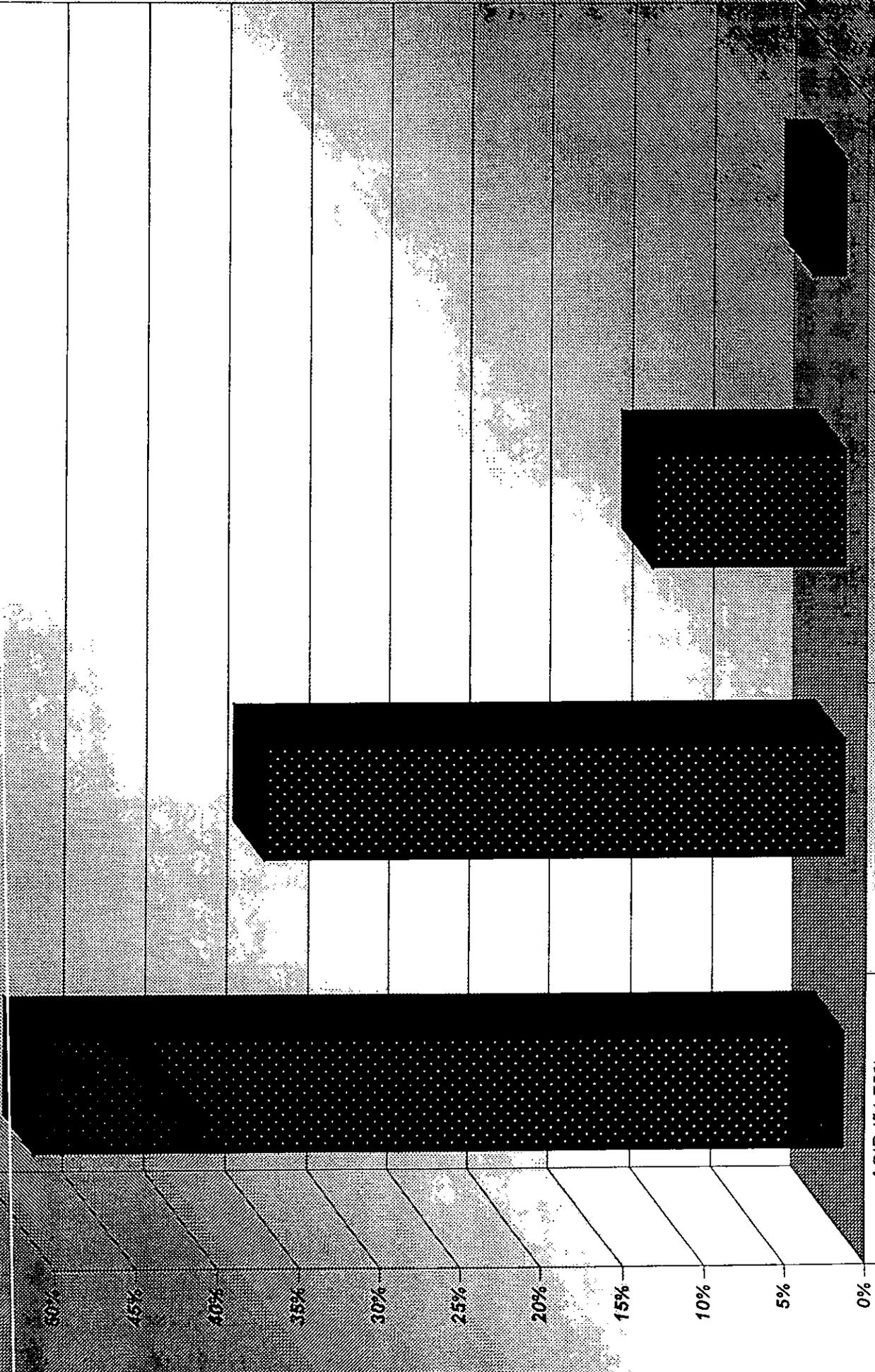


■ Serie1

PREFERENCIA DE EMISORAS FORANEAS



PREFERENCIA POR GRUPO RADIOFONICO



■ Serie1	ACIR (51,750)	COPR (37,260)	RIDC (12,420)	INDEFINIDO
	50%	36%	12%	3%

4. CONTINUACION DEL PROYECTO.

4.1 SEPARACION DE GRUPO ACIR.

Sobre finales del año 1995, comenzó a correr un fuerte rumor acerca de la virtual desintegración de Grupo Acir Celaya. Aún cuando los verdaderos motivos de tales rumores los ignoraba todo el personal de la empresa, incluyendo al equipo de trabajo de Stereo Digital, se comenzó a especular acerca del futuro de las estaciones, incluyendo a la mina de oro llamada Stereo Digital.

Lo único que para entonces era evidente, era que la ruptura de Grupo ACIR Celaya, pondría en peligro las metas que hasta entonces se habían alcanzado.

Aquí es conveniente analizar como se encontraba entonces el panorama radiofónico en Celaya:

Primero, en cuestión de las emisoras existentes y de las empresas que operaban cada una de ellas. Nombraremos primero a Grupo ACIR que operaba tres estaciones en la banda de Amplitud Modulada y una de ellas en el sistema combo: Stereo Juventud 840 a.m, Stereo Carnaval 1510 a.m. y Radio Cañón 920 a.m / 88.1f.m, recordando también que eran los propietarios de 94.7 “Stereo Digital”.

Se encontraba también a Corporación Celaya de Radiodifusión, que manejaba El y Ella 107.5, Radio Lobo 950 a.m y Que bonita 780am/99.3 f.m. La tercer empresa de la ciudad era Radiodifusión corporativa de Celaya con tres emisoras en A.M.

Finalmente, para marzo de 1996, se decidió el destino que tomaría la industria radiofónica en Celaya y que aún hoy, prevalece

prácticamente sin cambios: La sonada desintegración de Grupo Acir se hizo oficial el 14 de marzo de 1996, y a partir de aquí, se comenzaría a trazar un rumbo diferente para las emisoras locales y para las empresas que se harían cargo de las mismas.

4.2 CIERRE DE TRANSMISIONES DE STEREO DIGITAL 94.7

Como era de esperarse, los problemas que propiciaron la desintegración de Grupo ACIR Celaya, afectaron a la emisora que hasta entonces se había situado como la favorita del público radioescucha de Querétaro, Celaya y la región: “Stereo Digital”.

Podemos decir, que todo aquello que se evito hacer cuando el proyecto surgió en 1992, hablando concretamente de decisiones precipitadas y tomadas a la ligera, comenzaron a surgir a partir de la separación.

Los ex–concesionarios de ACIR Celaya, que como ya se explicó con anterioridad eran los propietarios del canal 94.7, decidieron cancelar inmediatamente las transmisiones de la emisora retirando el nombre de Stereo Digital.

La ruptura de ACIR Celaya ocurrió el 14 de marzo de 1996, y para el día 16, Stereo Digital ya no existía más. Si bien es cierto que desaparecer físicamente del cuadrante una emisora es prácticamente imposible, lo que se hizo fue retirar toda la producción y cancelar los sistemas de programación que se habían implantado con anterioridad, por lo que la emisora siguió operando en su formato inglés y español, pero ya sin orden, sin nombre que identificara a la estación y sin esencia radiofónica.

Los ex–concesionarios de ACIR Celaya, decidieron que dejarían la frecuencia 94.7 transmitiendo en Querétaro hasta principios del

mes de abril, mientras pensaban que hacer con ella y determinar el destino que tomaría.

Mientras todos éstos movimientos ocurrían, uno de los empresarios de radio más fuertes de la república mexicana, hizo contacto con los ex-concesionarios de ACIR para discutir el futuro de la frecuencia 94.7. A raíz de dichas pláticas, los ex-ejecutivos de ACIR Celaya y el Sr. Emilio Nazar, surgió una nueva empresa de radiodifusión en la ciudad conocida hoy como TELERADIO.

En dichas negociaciones, se pactó el cambio con el señor Nazar de una frecuencia combo de su propiedad entonces manejada por Corporación Celaya de Radiodifusión, por la frecuencia 94.7 en Querétaro, lo que significaba que “Bonita 780 A.M/99.3F.M.” pasaría a formar parte del nuevo grupo TELERADIO.

De esta forma, y ya para abril de 1996, el panorama radial en Celaya estaba nuevamente en orden y conformado por las siguientes empresas:

- A. TELERADIO
- B. CORPORACIÓN CELAYA DE RADIODIFUSION.
- C. GRUPO ACIR
- D. RADIODIFUSION CORPORATIVA DE CELAYA.

**ESTA TESTIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

4.3 EL SURGIMIENTO DEL NUEVO GRUPO: TELERADIO.

Como ya se analizó, la ruptura de Grupo Acir trajo como consecuencia una serie de interesantes movimientos al ambiente radiofónico local, principalmente para las dos empresas que hasta ese momento, eran la más fuertes en la ciudad.

El surgimiento del Grupo Teleradio, se fundamentó en las bases de lo que anteriormente conformaba Grupo ACIR, tanto por las instalaciones como por las emisoras que ahí terminaron. Este es buen momento para hacer notar que los ex--concesionarios de ACIR contaban con tres emisoras propias antes de unirse al corporativo en 1988, por lo que se puede decir que para comenzar con otra empresa, aún sin el respaldo de Grupo ACIR, era una posibilidad real y completamente factible de realizar.

Para el comienzo del grupo Teleradio en abril de 1996, se realizaron una serie de importantes movimientos con el fin de determinar el formato que cubriría cada emisora: "Stereo Juventud" 840 a.m. pasó de una estación juvenil, a una emisora grupera denominada "La Pachanga"; "Stereo Carnaval" 1510 a.m. paso de ser grupera a una emisora de catalogo en español; y la reciente adquisición de "Bonita 780 a.m. -99.3 f.m. pasó de ser una estación de catalogo en español, a estación juvenil con formato inglés-español retomando el nombre de "STEREO DIGITAL".

4.4 LA REESTRUCTURA DEL NUEVO GRUPO ACIR.

Con todos los movimientos que afectaron el orden de las empresas de radio en Celaya, determinando cuántas y cuáles

emisoras formarían parte de cada una de ellas, fue necesario realizar ajustes para seguir operando en el mercado local.

Sin duda, GRUPO ACIR cargó con la peor parte en el proceso de reestructura de la industria, ya que con la ruptura que se originó con los concesionarios anteriores, GRUPO ACIR quedó sumamente limitado al quedar únicamente con una emisora: X.E.R.R. 920 a.m - 88.1 f.m “Radio Cañón”.

El corporativo de Grupo ACIR con base central en la ciudad de México, cuenta actualmente con 53 sucursales en las principales ciudades de la república mexicana. En cada ciudad donde Grupo ACIR determina la apertura de una nueva sucursal, procura hacerlo con emisoras propias, pero en algunos casos (como el de Celaya), decidió unirse con empresarios pioneros para que sus emisoras llevaran el nombre de ACIR. Además, les proporcionó una estación más (Propiedad de ACIR) para que junto con las de los concesionarios transmitieran en Celaya.

A raíz de la separación, los empresarios celayenses se retiraron del corporativo ACIR, desde luego, con sus respectiva emisoras.

Con todo lo anterior, se penso en la desaparición de ACIR Celaya vendiendo Radio Cañón y retirándose de la plaza, pero con inteligentes movimientos, se logró salir adelante aún con una sola emisora, por lo que GRUPO ACIR aún tiene presencia radiofónica en Celaya.

4.5 LA NUEVA STEREO DIGITAL 780/99.3

Debido a los magníficos resultados obtenidos con Stereo Digital 94.7 F.M. parecía difícil de creer que solo por la separación

de ACIR Celaya, tuviera que cancelarse un proyecto tan redituable en todos los aspectos.

Las intenciones de los ejecutivos de lo que hoy conforma TELERADIO al retirarle el nombre y la identidad a la frecuencia 94.7, era evitar que el nombre de Stereo Digital fuere registrado oficialmente por el corporativo ACIR a nivel nacional pensando en cambiar los formatos de todas las Stereo Amistad de la república como se había iniciado en Celaya y Querétaro, motivados por la increíble aceptación del auditorio.

Hablar de ésta segunda eta de Stereo Digital bajo la administración de Teleradio, es hablar de un retroceso evidente en cuanto al formato de programación en la emisora. Si bien cuando se transmitía en el canal 94.7 se tenía una barra específica de programación (ya analizada) que había dado excelentes resultados a la estación, en esta nueva etapa se cancelaron todos los programas que anteriormente ocupaban el espacio de Stereo Digital.

El retroceso se noto de inmediato debido a que la programación se realizaba insertando indistintamente temas en inglés y en español, tal como sucedía en 1992 durante el primer año de Stereo Amistad.

Al igual que en aquél 1992, se contrató la señal de uno de los noticieros más importantes de la radio a nivel nacional para ser transmitido en Stereo Digital 780/99.3, nos referimos al noticiero "PARA EMPEZAR".

Algo que ha distinguido a Stereo Digital en ésta segunda etapa, es el tipo de producciones que ha lanzado al aire en cuestión de autopromocionales, identificaciones y jingles, los que por su

novedad y alto nivel creativo, han llamado la atención y despertado comentarios favorables por parte del auditorio celayense.

Aunque Stereo Digital 780am/99.3fm no incluye una barra programática a la que deba apegarse todos los días (como sucedía con la emisora cuando ocupaba el canal 94.7), los programas especiales que actualmente transmite la emisora, son verdaderamente buenos, principalmente por su extraordinaria labor de pre-producción y producción.

Afortunadamente, pese a que Stereo Digital 780am/99.3fm no siguió con la misma línea que le había brindado el apabuyante éxito de 1994 a 1996, hay que decir que hoy, tiene cautivo a un número importante de radioescuchas en la ciudad de Celaya y que aún, sigue siendo una estación modelo por la propuesta radiofónica que maneja.

5. VALORACION FINAL.

Con toda la información contenida en éste trabajo, podemos darnos cuenta que el proyecto “Stereo Digital”, ha sido uno de los más exitosos que se hayan creado en la radio local e incluso regional.

Sin duda, la frase más común contenida en la redacción de éste trabajo : “Uno de los puntos más importantes para el proyecto fue...” Si bien cada acción que se puso en marcha durante el proyecto contribuyo más o menos que otra para lograr el triunfo que se alcanzó, todas ellas en conjunto, lograron no solo conseguir los objetivos trazados, sino además mantenerlos y reafirmarlos por 2 años consecutivos, con la certeza de que su el proyecto hubiese

novedad y alto nivel creativo, han llamado la atención y despertado comentarios favorables por parte del auditorio celayense.

Aunque Stereo Digital 780am/99.3fm no incluye una barra programática a la que deba apegarse todos los días (como sucedía con la emisora cuando ocupaba el canal 94.7), los programas especiales que actualmente transmite la emisora, son verdaderamente buenos, principalmente por su extraordinaria labor de pre-producción y producción.

Afortunadamente, pese a que Stereo Digital 780am/99.3fm no siguió con la misma línea que le había brindado el apabuyante éxito de 1994 a 1996, hay que decir que hoy, tiene cautivo a un número importante de radioescuchas en la ciudad de Celaya y que aún, sigue siendo una estación modelo por la propuesta radiofónica que maneja.

5.- VALORACION FINAL.

Con toda la información contenida en éste trabajo, podemos darnos cuenta que el proyecto “Stereo Digital”, ha sido uno de los más exitosos que se hayan creado en la radio local e incluso regional.

Sin duda, la frase más común contenida en la redacción de éste trabajo : “Uno de los puntos más importantes para el proyecto fue...” Si bien cada acción que se puso en marcha durante el proyecto contribuyo más o menos que otra para lograr el triunfo que se alcanzó, todas ellas en conjunto, lograron no solo conseguir los objetivos trazados, sino además mantenerlos y reafirmarlos por 2 años consecutivos, con la certeza de que su el proyecto hubiese

durado mucho tiempo más, se seguiría ratificando el éxito de la emisora.

Incluso ahora, que Stereo Digital a dejado atrás una cantidad importante de los aspectos que la condujeron al éxito, sigue manteniéndose como la favorita del auditorio celayense con un solo factor al que se le brinda especial atención: La producción.

Como ya se explicó, la producción es la piel, el vestido que da identidad a una estación de radio, y en Stereo Digital éste aspecto ha cobrado especial importancia. Aunque es evidente que el modelo de producción adoptado por Stereo Digital en esta segunda etapa de operaciones no es del todo nuevo, ya que una emisora de la ciudad de México (W.F.M 96.9) fue la pionera en realizar ése tipo de promocionales, identificaciones y jingles, en Celaya éste concepto si es nuevo, y por ,lo que se aprecia, también muy apreciado por el auditorio.

Aunque comparando los niveles de audiencia de Stereo Digital cuando transmitía en el 94.7 y ahora que transmite en el combo 780 a.m/99.3 f.m. es evidente que ha tenido una disminución en cuanto a preferencia, tal vez por no contar con una estructura más definida como se tenía en un principio, la emisora es un claro ejemplo de lo que se puede lograr aun explotando eficientemente uno de los tantos aspectos que determinan el éxito de una emisora.

Como una opción de entretenimiento, Stereo Digital es una emisora dedicada a realizar actividades que sean del completo agrado de la comunidad radioescucha. Para que esto pueda ser posible, la emisora sigue contando con un equipo sumamente capaz encargado y responsabilizado de cada una de las transmisiones.

Además de esto, la organización de la empresa a la que pertenece a designado también a un equipo que se ha encargado de dar a la emisora una especie de “imagen corporativa”.

Como imagen corporativa, nos referimos a la imagen que la emisora a adquirido entre el público a través del tiempo. Aunque los términos de imagen e identidad son utilizados indistintamente, tienen significados diferentes; veamos entonces en que consiste la diferencia.

La identidad corporativa, es la suma de historia y de estrategias de una empresa. No se cambia con facilidad y evoluciona paulatinamente según las exigencias y un acontecimiento importante no puede modificarlas de manera radical.

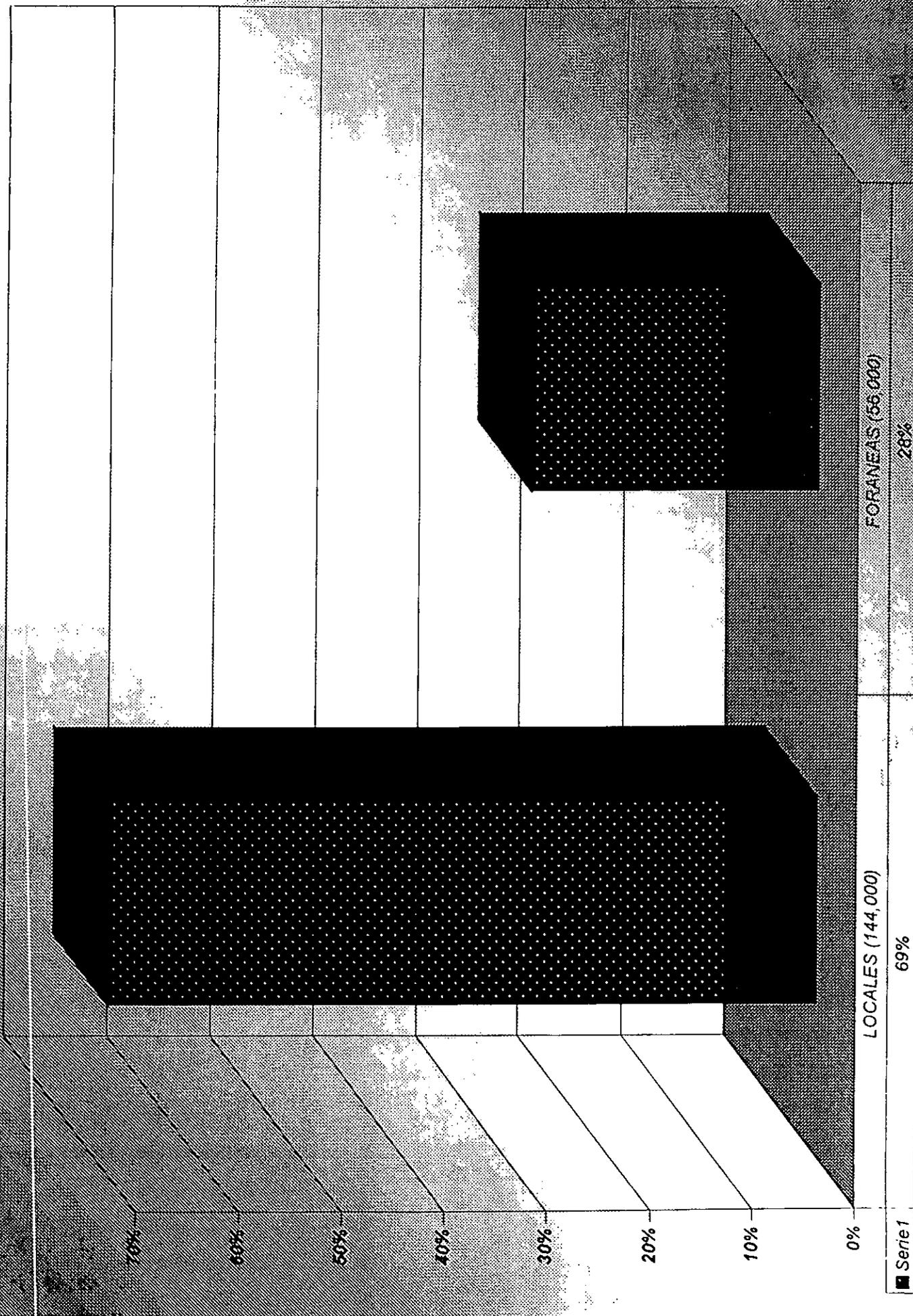
En el caso de la separación de Grupo ACIR, cuando el destino del proyecto Stereo Digital 94.7 debía decidirse, podemos decir que se perdió parte de la identidad corporativa.

Por otra parte, la imagen corporativa se desarrolla como algo natural y queda determinada por la actitud general de los directivos y empleados de una empresa, y es la que el publico tiene o se forma de la misma y en el caso del establecimiento de Stereo Digital en otra frecuencia, esto fue lo que ocurrió con la aceptación del auditorio que tiene muy bien conceptualizada a la emisora.

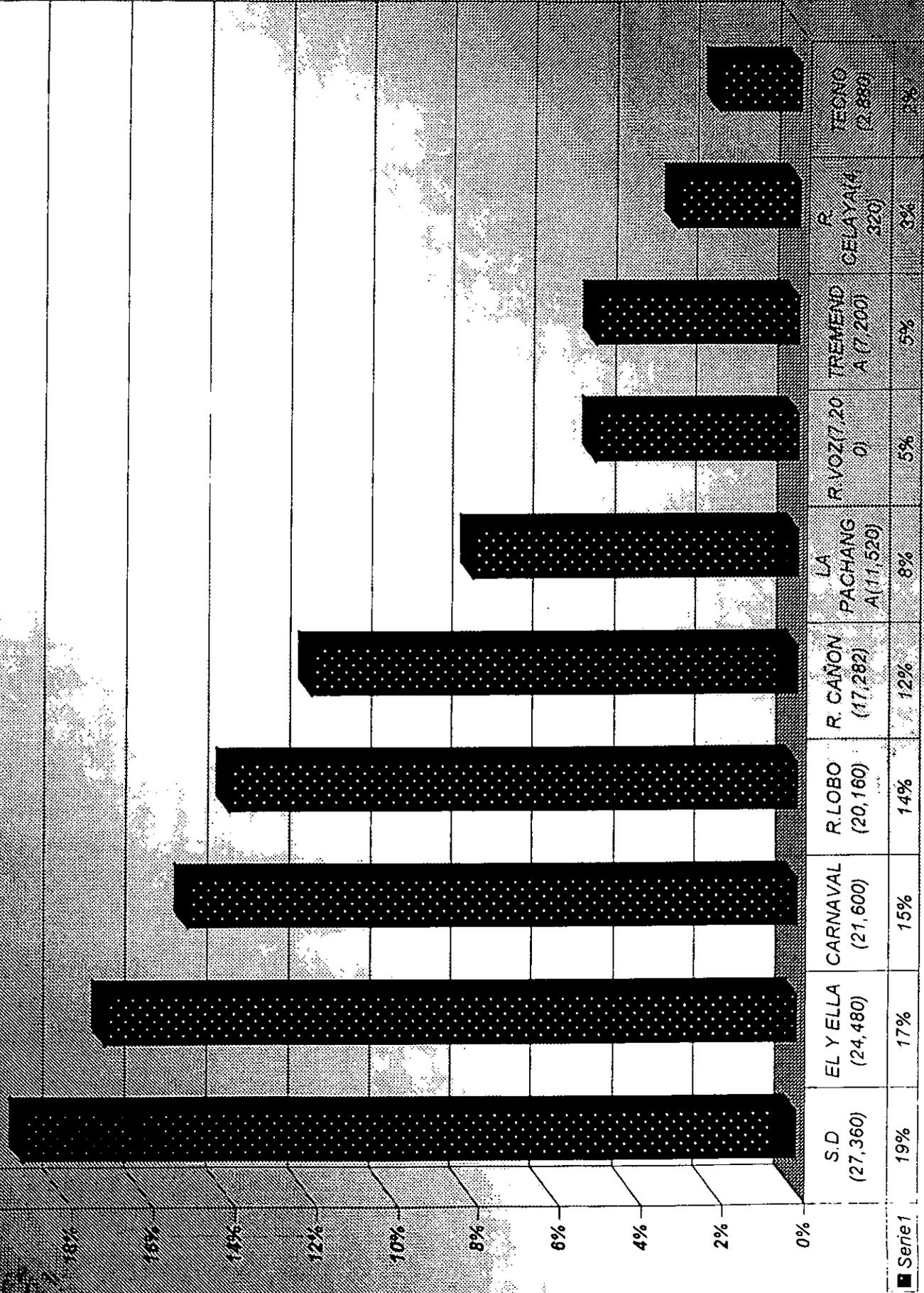
De cualquier forma, lo que si es evidente, es que pese a los cambios en la frecuencia y en la estructura de la emisora, cuenta con un porcentaje considerable de la audiencia local y además a logrado acaparar la atención del publico de otros lugares, cosa que antes de su aparición no había ocurrido.

Para la confirmación del éxito de la emisora en su nueva frecuencia y con la integración del Grupo Teleradio en la escena radiofónica local, se volvió a solicitar una encuesta al equipo investigador de I.N.R.A. para medir el potencial de las emisoras ya existentes, pero principalmente, para analizar los resultados del cambio de Stereo Digital. La encuesta se terminó de aplicar en abril de 1997 con los resultados que a continuación se presentan.

PREFERENCIA ENTRE EMISORAS LOCALES Y FORANEAS

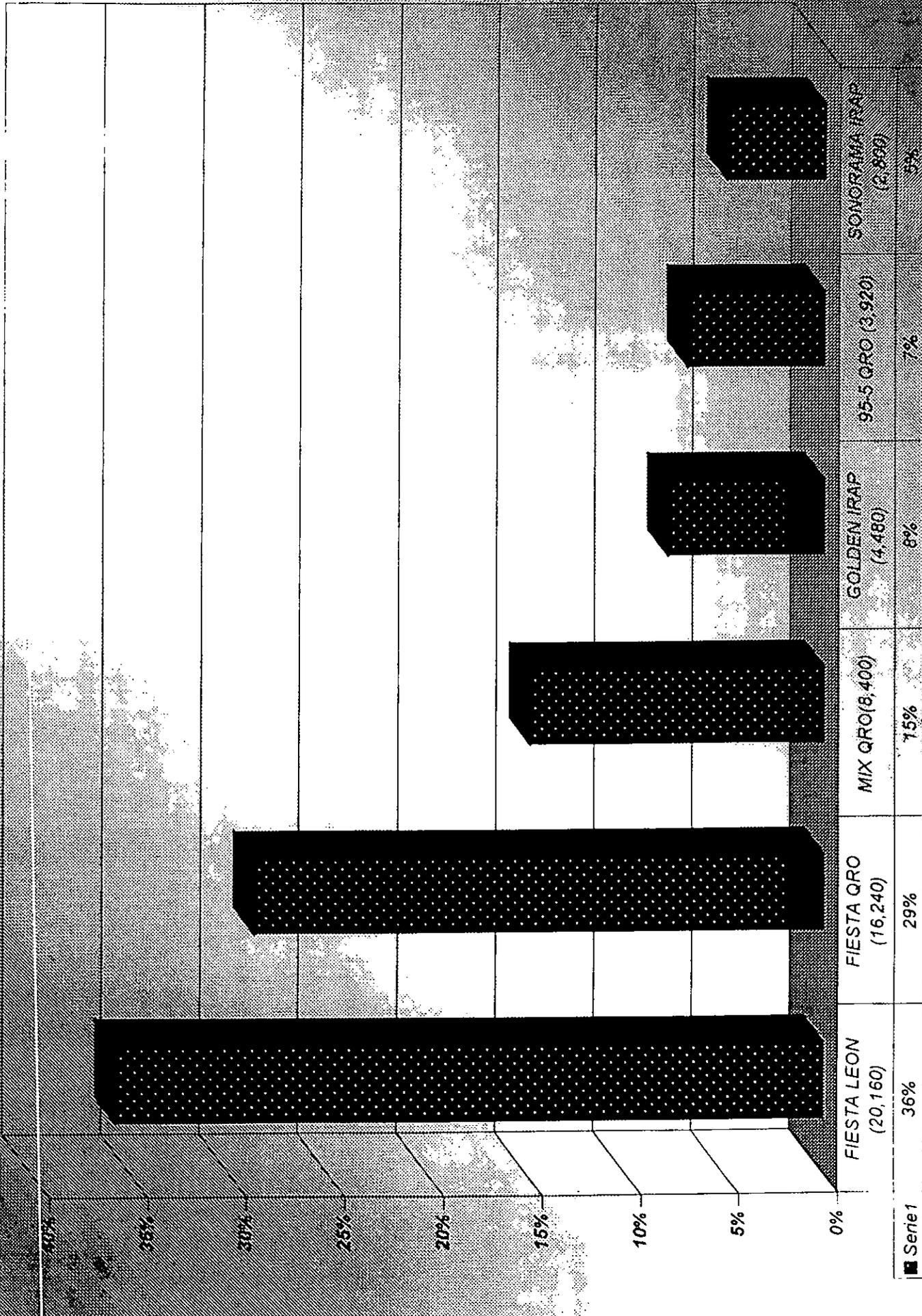


PREFERENCIA EN LAS ESTACIONES LOCALES

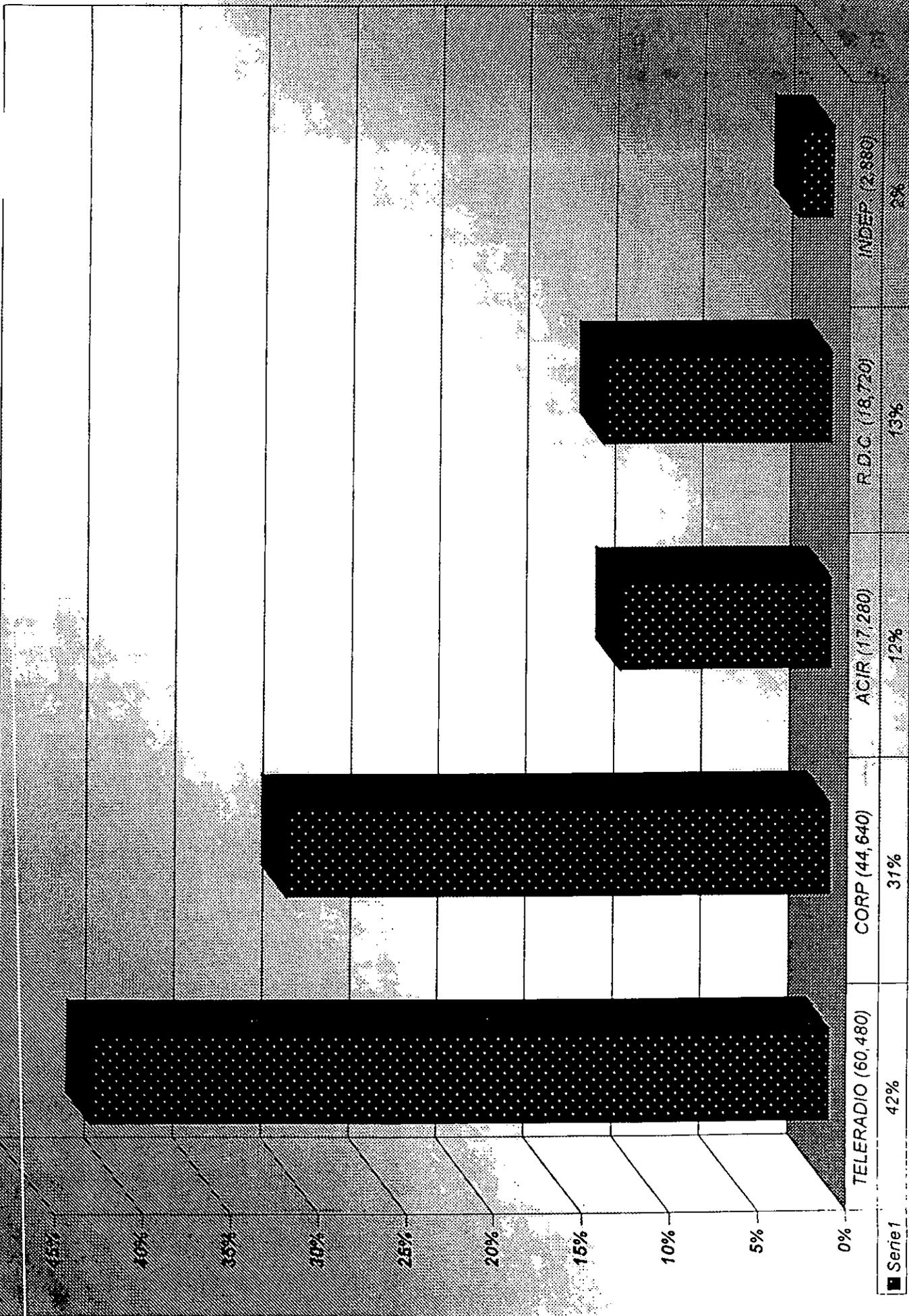


■ Serie 1

PREFERENCIA DE LAS EMISORAS FORANEAS



PREFERENCIA POR GRUPO RADIOFONICO



Después de la evaluación de resultados, simplemente se confirma una vez más que aun con la turbulencia vivida en marzo y abril de 1996, Stereo Digital tiene un porcentaje muy aceptable en el gusto de la población celayense y permanece en el primer lugar de las 10 emisoras existentes en la ciudad.

Aunque la muestra de ésta encuesta fue ligeramente mayor a la anterior, Stereo Digital ha permanecido en el primer lugar de preferencia, lo que se traduce en que la comunidad radioescucha aprecia y valora el trabajo del equipo de la emisora, preocupado por experimentar mejoras continuas.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS.

García Jimmy. "LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA". Quito, Ecuador. Editorial CIESPAL, 1980 (Colección Intiyán)

Kapún Mario. "PRODUCCION DE PROGRAMAS RADIOFONICOS" Quito, Ecuador. Editorial CIESPAL, 1980

PUBLICACIONES PERIODICAS.

"ALTA FIDELIDAD". Biblioteca Electrónica/Informática. Tomo 2 "giradiscos y cápsulas" y tomo 13 "Micrófonos". Barcelona, edit. ORBIS, 1986