

879324



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO
CLAVE 8793-24**



**PROYECTO DE UN SISTEMA DE AUDIO INTERNO
EN LA UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE**

TESIS

PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION**

PRESENTA:

C. EDGAR LOPEZ FALCONY

ASESOR:

Lic. Guillermo García Rodríguez

M340264

CELAYA, GUANAJUATO, 2005



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

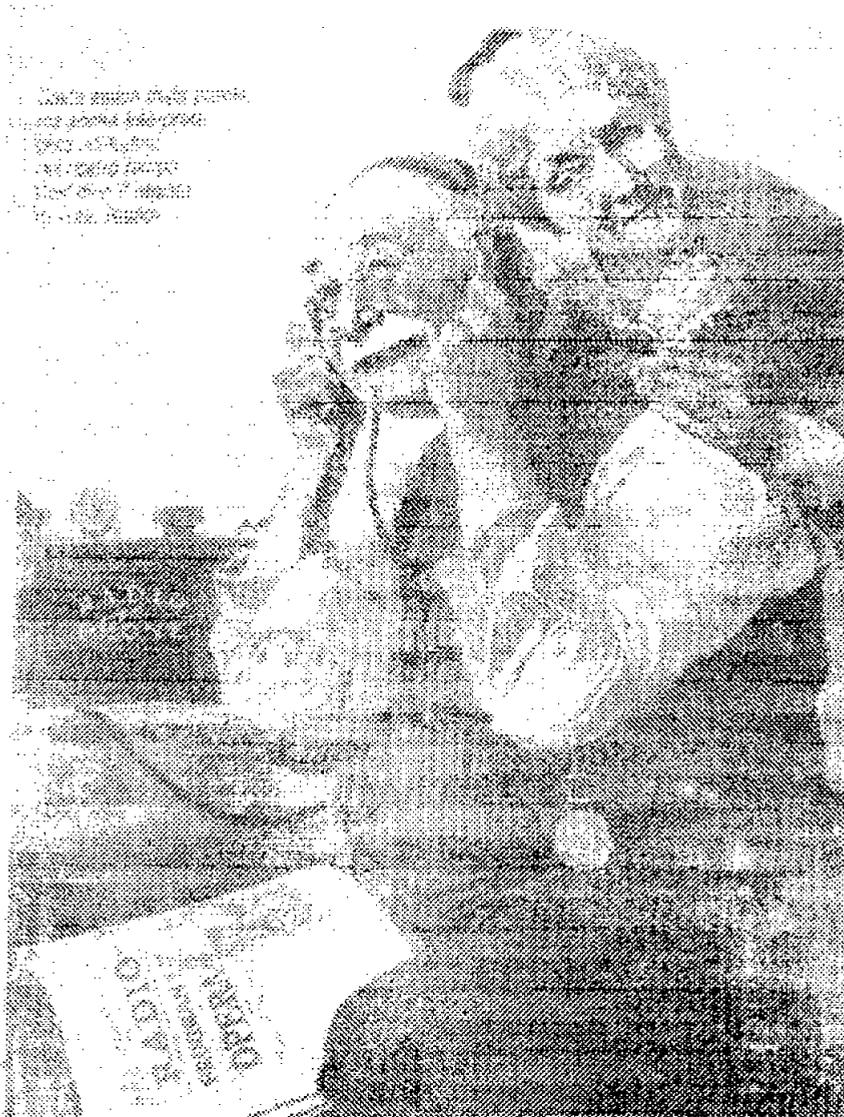
DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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.

Llegara un día en que un hombre te hablará a miles de kilómetros de distancia y tú tranquilamente le podrás escuchar donde estés mas no le podrás ver por estar tan lejos.

Quinta Profecía Maya.



Calida amiga de la palabra e intérprete de la soledad de nuestro tiempo, esta imagen de la infancia le ha dado la vuelta el mundo entero.

“Usar la radio es una técnica y una arte”
- Mario Kaplun

INDICE

INTRODUCCION

INDICE

CAPITULO UNO: MARCO HISTORICO

1.1	Lenguaje Radiofónico	2
1.2	Lenguaje Verbal	3
1.3	Definición de la Radio	5
1.4	Antecedentes históricos	9
1.5	Desarrollo de la radio en el siglo XX a nivel mundial	10
1.6	Desarrollo de la radio en México	12
1.7	La transformación de la radio en México	13
1.8	La radio cultural en México	19
1.9	La radio comercial en México	20
1.10	La radio en la actualidad	21
1.11	Antecedentes de la Universidad Lasallista Benavente	23
1.11.1	Antecedentes	23
1.11.2	Filosofía de la Universidad Lasallista Benavente	25
1.12	La carrera de Ciencias de la Comunicación	
1.12.1	Perfil profesional	25
1.12.2	Campo de acción	26
1.12.3	Características generales de la carrera	27
1.13	Marco Referencial, Radio UNAM	
1.13.1	Historia	29

CAPITULO DOS: FUNCIONALISMO Y ESTRUCTURALISMO APLICADOS AL PROYECTO

2.1	Aportaciones filosóficas	34
2.1.1	Estructuralismo	34
2.1.2	Funcionalismo	40
2.2	Modelo estructural aplicado al proyecto	45
2.3	Modelo funcional aplicado al proyecto	50

CAPITULO TRES: PRODUCCION RADIOFONICA

3.1	Características de la radio	55
3.2	Lenguaje radiofónico	58
3.3	Elementos del lenguaje radiofónico	
3.3.1	La palabra	58
3.3.2	La voz	60
3.3.3	La música	61
3.3.4	Los efectos y silencios	62
3.4	El guión radiofónico	62
3.5	El guión literario	64
3.5.1	La redacción	65
3.5.2	La empatía	66
3.5.3	Estilo	67
3.6	El guión técnico	67
3.6.1	La carátula	68
3.7	Ejemplo de guión a utilizar	69
3.8	¿Quiénes están detrás de la producción?	73
3.9	Preproducción, producción y postproducción	75
3.10	Tipos de programa para radio	77

CAPITULO CUATRO: PROYECTO DE UN SISTEMA DE AUDIO INTERNO EN LA UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE

4.1	Justificación	81
4.2	Objetivo General	81
4.3	Objetivos específicos	82
4.4	Descripción del proyecto	83
4.5	El noticiario	91
4.6	Mesa redonda	94
4.7	Programa de música variada	98
4.8	Mesa redonda para la Sección Preparatoria	101
4.9	Mesa redonda para la Sección Secundaria	104
4.10	Programa de música variada para Preparatoria y Secundaria	107
4.11	Programa infantil (Sección Primaria)	109
4.12	Horarios de transmisión	112
4.13	Personal o Recursos Humanos	
4.13.1	Coordinador de la radio	114

4.13.2	Programador	114
4.13.3	Redactor	115
4.13.4	Operador de equipo	115
4.13.5	Locutor(es)	116
4.13.6	Personal técnico	116

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

La radio es un invento que revolucionó la forma en que los seres humanos se pueden comunicar entre si, lo que parecía increíble al principio es una realidad tangible. Así como cambió la realidad de la comunicación con sus inicios, de la misma manera se espera que la forma de transmitir información dentro de la Universidad Lasallista Benavente cambie con ayuda de este medio.

La radio como medio masivo de comunicación no ha sido aprovechada en su totalidad dentro de la Universidad Lasallista Benavente, esto se debe a que no se cuenta con un nivel de producción cotidiano y/o las producciones realizadas son pocas y no se les da seguimiento, es por esto que surge la idea de formar un sistema interno de difusión que se parece a una estación de radio por el cual se puedan transmitir producciones generadas por los mismos estudiantes.

En este trabajo se plantea la posible implementación de un sistema que permita difundir información en el campus universitario, para ello es necesario plantear una estructura funcional, en la que cada uno de los integrantes tenga responsabilidades y la capacidad de tomar decisiones por si mismos para el beneficio de la misma estructura; se tienen que conocer los antecedentes del medio, definición, su desarrollo a través de los

años, los cambios que ha sufrido así como conocer el lenguaje que se utiliza en el medio.

Se debe tener en cuenta que para que se lleve a cabo cualquier proyecto es necesario que pase por un proceso por el cual será sometido para su aprobación, desarrollo y su transmisión, esto con el fin de que el estudiante conozca y se familiarice con el sistema de producción al que se encontrara una vez egresado de la universidad.

Es importante empezar con un proyecto sencillo y no tan ambicioso pero con un plan para posible desarrollo a futuro en donde nuestra capacidad de producción vaya de acuerdo con la posibilidad de involucrar a una mayor cantidad de estudiantes dentro de la organización.

Este proyecto se enfoca principalmente en el beneficio profesional del alumnado que esté en su servicio social o practicas profesionales, además de igual forma se pretende involucrar a los alumnos de la carrera en Ciencias de la Comunicación por medio de programas en donde se integren los mismos a través de actividades físicas o mentales.

Más adelante se conocerá lo más relevante de la historia de la Universidad Lasallista Benavente, la historia de la carrera de ciencias de la comunicación entre otros puntos interesantes, además se abarca el tema de la estructura organizacional con la que debe contar un

CAPITULO UNO

MARCO
HISTÓRICO

*"Lenguaje es el conjunto de elementos que, ordenados, nos permiten expresar nuestros sentimientos e ideas. La producción radiofónica ha ido creando su propio lenguaje, el cual se forma con los elementos que nos ofrece la especificidad del medio."*¹

1.1 LENGUAJE RADIOFÓNICO

Elementos como la voz, la palabra, la música, el guión, producción radiofónica, son parte fundamental de nuestro lenguaje.

Palabras como **radiodifusión** y **broadcasting** son de uso común en este medio, sin embargo, forman parte de la historia y del lenguaje:

Radiodifusión, es una combinación de las voces en radio que proviene del latín **radius**. En la palabra compuesta **broadcasting**, su traducción es "transmitir" o "transmisión", en este significado encontramos la acción de difundir, es decir, diseminar información a la gente a lo largo y ancho del mundo.

Esta palabra nació en la marina de los Estados Unidos de América cuando los barcos la utilizaban cada que querían comunicarse con emisoras en las costas.

¹ Pérez Hdez., Mario Alberto, Practicas Radiofónicas, Manual del productor, 2º Edición, Editorial Porrúa, Pg. 20

En resumen, al conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos se le denomina: **Radiodifusión.**

1.2 LENGUAJE VERBAL.

Desde el momento de nuestro nacimiento tenemos la necesidad de comunicarnos con los que nos rodean, como bebés nos es imposible darnos a entender por medio de un lenguaje verbal articulado por palabras y frases, ahí es donde entra en primera instancia el lenguaje corporal, el cual con base en nuestra experiencia sabemos como interpretar cada movimiento o cada gesto que se presenta en una persona con la cual estemos interactuando.

A lo largo de nuestro crecimiento vamos aprendiendo el lenguaje verbal de nuestros padres y personas que nos rodean, permitiéndonos comunicar nuestros intereses e inquietudes de una manera mas específica, permitiendo que nuestro mensaje llegue de la manera adecuada evitando malas interpretaciones, de igual manera, con el tiempo aprendemos el lenguaje escrito, lo cual nos permite plasmar nuestro mensaje para que tenga un carácter perdurable y de la misma manera, permite su consulta sin ninguna distorsión o cambio.

Sin duda alguna, el origen de nuestro lenguaje ha sido una gran fuente de controversia. Es evidente que algunas palabras parecen imitar sonidos naturales, mientras que

otras puede que provengan de expresiones de emoción, como lo es la risa, el llanto, la ira, etc.

Las diferencias entre clases, géneros, profesiones o grupos por edad se reflejan por aquellas modificaciones que se le hagan al lenguaje, aunque también puede haber diferencias por la influencia tecnológica que se ve a diario en todo el mundo. Un claro ejemplo son los diccionarios ya que han ido aceptando nuevas palabras o modificando las que ya existen de acuerdo a la evolución del lenguaje mundial.

Una de las formas mas primitivas de lenguaje, fue el pictórico, lenguaje mediante el cual se hacían dibujos en la pared que representaban alguna situación o algún rito que aquellas etnias tuvieran, esto lo hacían para poder registrar su lenguaje. Conforme el conocimiento fue desarrollándose a nivel mundial, la escritura, se convirtió entonces en algo necesario para transmitir información.

Los fenicios introdujeron el alfabeto, el cual se había originado en el Oriente. El primer alfabeto fue adaptación del griego; nuestro actual alfabeto, el que nosotros conocemos como latino, viene de los romanos en el occidente.

De tal forma, fue como nuestra lengua ha evolucionado para convertirse en la que usamos a diario, lo que nos da

la oportunidad de comunicarnos entre diferentes civilizaciones expresándonos por el lenguaje escrito o verbal.

Así como usamos un lenguaje para comunicarnos a diario con nuestros semejantes, existen ya otras formas de hacerlo, una de ellas es el lenguaje radiofónico, pero para poder empezar a definirlo se tienen que definir sus principios como la radio entre otras.

1.3 DEFINICION DE LA RADIO

La radio, definida por el diccionario de la lengua española como:

1. Término general aplicado a las ondas radio electrónicas y/o el aparato que sirve para captar los programas transmitidos por una emisora.²
2. Sistema de comunicación mediante ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio.³
3. Término general que se usa en la aplicación de las ondas radioeléctricas.⁴

Podemos concluir entonces que:

² Diccionario Escolar LAROUSSE

³ Enciclopedia Encarta 2003 TM.

⁴ Diccionario de la Lengua Española

Siendo un aparato eléctrico que tiene como función difundir, entretener e informar, es también un instrumento para el hombre y su lengua. La radio es un instrumento fundamental para poder establecer comunicación en todo derredor del mundo.

1.4 ANTECEDENTES HISTORICOS

Considerables descubrimientos acontecieron dentro del campo de la electricidad antes de descubrir la radio.

La radio nació en 1873 cuando el británico James Clark Maxwell dio a conocer su teoría sobre las ondas electromagnéticas que se refiere nada mas a las ondas de luz, sin embargo, Heinrich Hertz pudo generar esas mismas ondas pero de forma eléctrica, suministrando una carga eléctrica a un condensador y a continuación ocasionó un cortocircuito mediante un arco eléctrico; de esta forma, Hertz consiguió medir algunas de las propiedades de estas ondas "hertzianas" incluyendo su onda y su longitud.

Dado que Heinrich Hertz fue el primer científico capaz de generar, transmitir, recibir, y medir las ondas electromagnéticas de la radio, todo el mundo utiliza las siglas de su apellido para simbolizar la unidad electrónica de las ondas electromagnéticas con Hz o hz.

Sin embargo, la idea de utilizar ondas electromagnéticas para poder transmitir mensajes de un

lado a otro, no fue la novedad; puesto que ya existía el heliógrafo, que transmitía mensajes por medio de un haz de luz modulado en puntos y rayas que nos da a conocer el código Morse (creado por Samuel F.B. Morse).

Aún cuando las ondas de radio pueden cubrir distancias enormes estas pueden ser distorsionadas, sufrir atenuaciones y aún así siguen siendo perceptibles, amplificables y detectables. Estas ondas fueron capaces de ser recibidas y decodificadas por medio de los amplificadores; esto no quiere decir que no tenemos que agradecer los avances tecnológicos, es decir, gracias a ella existe en la actualidad la facilidad para poder transmitir y disfrutar de la radio.

David Edward Hughes descubrió que las ondas electromagnéticas podían circular entre una punta metálica y un trozo de carbón.

Oliver Joseph Lodge inventó el cohesor, que se encargaba de captar las ondas transmitidas por aire.

Guillermo Marconi fue quien perfeccionó esa técnica, haciendo un alambre con forma de antena y haciendo contacto con la tierra, tal y como conocemos en la actualidad la antena de un radio común es por eso que Guglielmo Marconi (Guillermo Marconi), se considera universalmente el inventor de la radio.

Uno de los sucesos que dejaron huella en la historia de la radio fue la tragedia del Titanic, la que causó que Marconi vendiera su empresa en los Estados Unidos de América (American Marconi) y gracias a Sarnoff, años después, se creó la Radio Corporation of América (RCA) entre los años 1912 y 1920.

Otro hecho histórico transmitido por la radio fue el Día D, el desembarco en Normandía, donde Sarnoff se encontraba enlistado con el fin de transmitir dicho evento. Sin embargo, Sarnoff no era tan buena persona como aparentaba; cuando la segunda guerra mundial terminó, convenció a la Federal Communication Commission (FCC) de cambiar la banda de Frecuencia Modulada (FM) de 45-55 Mhz a 88-108 Mhz, con este cambio todos los radios que Marconi había vendido se convirtieron en aparatos inútiles de la noche a la mañana.

Desde 1885 en adelante, Marconi, fue mejorando y perfeccionando la antena y además, mejoró los osciladores conectados a antenas rudimentarias, el transmisor y el telégrafo que funcionaban como un amplificador y gracias a estas perfecciones:

- En 1896 se pudo transmitir señales desde una distancia de 1,6 km.

- En 1897 se transmitieron señales desde la costa, a un barco a 29 km. en alta mar.
- En 1899 se logró establecer una comunicación integral entre Inglaterra y Francia.
- A principios de 1901 se pudo enviar señales a más de 322 km., y a fines de ese año logró transmitir una carta entera a través del océano Atlántico.⁵

Para 1902, ya se enviaban de forma regular mensajes transatlánticos y en 1905 muchos barcos contaban con equipos de radio para comunicarse con emisoras en la costa.

Gracias a su trabajo y como reconocimiento en el campo de la telegrafía sin hilos, en 1909 Marconi compartió el premio Nobel de Física con el físico alemán Kart Ferdinand Braun.

A lo largo de todos estos años se introdujeron diferentes mejoras técnicas. Para la sintonía se utilizaron circuitos resonantes. Las antenas se fueron perfeccionando, descubriéndose y aprovechándose sus propiedades direccionales.

Se utilizaron transformadores para aumentar el voltaje enviado a la antena. Se desarrollaron otros detectores para complementar al cohesor y su rudimentario

⁵ Microsoft Enciclopedia Encarta 2003

descohesor. Se construyó un detector magnético basado en la propiedad de las ondas magnéticas para desmagnetizar los hilos de acero, un bolómetro que medía el aumento de la temperatura de un cable fino cuando lo atravesaban ondas de radio y la denominada válvula de Fleming, precursora de la lámpara de vacío.

1.5 DESARROLLO DE LA RADIO EN EL SIGLO XX A NIVEL MUNDIAL

En 1906 se produjo un avance revolucionario, punto de partida para la electrónica, al incorporar el inventor estadounidense Lee de Forest un tercer elemento, la rejilla, entre el filamento y el cátodo de la válvula. Este tubo se bautizó con el nombre de audión y actualmente se conoce por triodo (válvula de tres elementos), en un principio se utilizó como detector, pero pronto se descubrieron sus propiedades como amplificador y oscilador; en 1915 el desarrollo de la telefonía sin hilos había alcanzado un grado de madurez suficiente como para comunicarse entre Virginia y Hawai (EUA) y entre Virginia y París (Francia).

Las funciones rectificadoras de los cristales fueron descubiertas en 1912 por el ingeniero eléctrico e inventor estadounidense Greenleaf Whittier Pickard, al poner de manifiesto que los cristales se pueden utilizar como detectores. Ese descubrimiento permitió el nacimiento de los receptores con detector de cristal tan populares en la década de 1920. En 1912, el ingeniero

eléctrico estadounidense Edwin Howard Armstrong descubrió el circuito reactivo, que permite realimentar una válvula con parte de su propia salida. Éste y otros descubrimientos de Armstrong constituyen la base de muchos circuitos de los equipos modernos de radio.

En 1902, el ingeniero Arthur Edwin Kennelly (Americano) y el físico británico Oliver Heaviside (de forma independiente y casi simultánea) proclamaron la probable existencia de una capa de gas ionizado en la parte alta de la atmósfera que afectaría a la propagación de las ondas de radio.

Esta capa, bautizada en principio como la capa de Heaviside o Kennelly-Heaviside, es una de las capas de la ionosfera. Aunque resulta transparente para las longitudes de onda más cortas, desvía o refleja las ondas de longitudes más largas. Gracias a esta reflexión las ondas de radio se propagan mucho más allá del horizonte.

La propagación de las de radio en la ionosfera se ve seriamente afectada por la hora del día, la estación, la actividad solar, leves variaciones en la naturaleza y la altitud, que tienen lugar con gran rapidez, pueden afectar la calidad de la recepción a gran distancia.

La ionosfera es también la causa de un fenómeno por el cual se recibe una señal en un punto muy distante y no en otro más próximo. Este fenómeno se produce cuando el rayo

propagado a través de ella no se refleja con un ángulo lo suficientemente agudo como para ser recibido a distancias cortas respecto a la antena.

1.6 DESARROLLO DE LA RADIO EN MÉXICO

No hay nada certero en relación con el inicio de la radio en México y como usualmente conocido, existen dos hechos que son juzgados como primera transmisión, los cuales no se han podido asentar.

Las transmisiones oficiales de gobierno, se registran en la Cd. De México para presentar el invento de la radiotelefonía inalámbrica en el marco de la ceremonia conmemorativa del Centenario de la Independencia de México, cuando la "Secretaria de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) montó aparatos de radio en el Castillo de Chapultepec y en el palacio legislativo para establecer un intercambio de mensajes inalámbricos entre altos funcionarios del gobierno"⁶, el 27 de Septiembre de 1921 con un trasmisor de 20 watts instalado por los hermanos Adolfo Enrique y Pedro Gómez Fernández.

Sin embargo, los primeros antecedentes de la **radio** en México están registrados en la Cd. de Santa Lucía, ahora Cd. de Monterrey donde el Ing. Constantino De Tárnavá, realizó las primeras transmisiones experimentales de

⁶Ibidem, p.41

radio con una potencia de 50 watts el 9 de Octubre de 1921.

Subsecuentemente el Ing. De Tárnava comienza a vender tiempo para anuncios y aparatos receptores entre sus amigos con la finalidad de aumentar el número de radioescuchas y financiar sus trabajos.

La estación del Ing. De Tárnava, había adoptado el nombre de "24-a experimental" por la asignación que se le dio y la "7a experimental" en la Cd. de Morelia, son consideradas las radiodifusoras precursoras dentro del ámbito radiofónico.

Todos estos acontecimientos se remontan a emisiones hechas en el norte del país en 1908, aunque se dice que Pancho Villa empleó la radio en la división del norte.

1.7 LA TRANSFORMACIÓN DE LA RADIO EN MÉXICO⁷

En 1930 se fundó la XEW *La voz de América Latina desde México* el 19 de Septiembre a cargo de Emilio Azcárraga Vidaurreta, estación que dio inicio a grandes artistas de la época de oro dentro de la radio en México como Agustín Lara, Fco. Gabilondo Soler, Chucho Martínez Gil, Pedro Vargas, entre otros.

⁷ Figueroa, Romeo, *¿Que onda con la radio?*, 1era Ed., México, Ed. Pearson Educación 1996, Págs. 20-60.

-Ramos de Anda y, Francisco, *La radio, el despertar del gigante*", 1era Ed., Ed. Trillas, México 1997, Págs. 40-55

En 1937 se creó la **Hora Nacional** gracias al Gral. Lázaro Cárdenas, quien inició transmisiones el 25 de Julio de 1937 a través de la estación XEDT, emisora del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad dependiente del Ejecutivo Federal. La conducción estuvo a cargo de Alonso Sordo Noriega.

Desde su origen, La Hora Nacional fue concebida como un medio del gobierno federal para estrechar la comunicación con la sociedad y fortalecer la integración nacional a través del idioma, la cultura, las tradiciones y la creación artística. Con el paso del tiempo, el objetivo se ha ido ampliando a ámbitos como la orientación de los servicios públicos y las campañas de interés social y cultural, entre otros.

La Hora Nacional ha pasado por diversas etapas. Por un tiempo, difundió música clásica, en otra época música popular y, en algunas ocasiones, realizó controles remotos desde diversos puntos de la República.

A mediados de la década de los cincuenta, la producción del programa puso énfasis en la música mexicana y dedicó programas a los estados de la República. Eventualmente se transmitieron algunos programas en televisión. Fue en la década de los sesenta cuando La Hora Nacional adquirió el perfil de radio-revista, incluyendo secciones como: "Conocer México es amar a México", "El pueblo dice" y otras más. En esta

misma etapa inició la dramatización de pasajes de la historia. En las siguientes décadas se incluyeron secciones de poesías, entrevistas, cápsulas informativas de efemérides, deportes y cultura, así como bloques informativos de las actividades del Presidente de la República.

Durante 30 años La Hora Nacional se transmitió en vivo, pero al garantizarse la calidad de la producción, inició la grabación previa del programa.

El 26 de julio de 1987, al cumplir 50 años, La Hora Nacional se descentralizó. En esta etapa, el programa modificó su estructura: destinó los primeros 30 minutos al mensaje del Gobierno federal con cobertura nacional, y los 30 restantes a los mensajes de cada una de las entidades de la federación, transmitidos en cadena local.

A la fecha, los estados de Baja California Sur, Campeche, Chihuahua, Guanajuato, Tabasco y Yucatán no producen su media hora complementaria, tiempo que se cubre con un programa realizado por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

En 1942 José Iturbide instituye en la Cd. de México la XEOY-Radio Mil que pelearía muchos años con las estaciones de Azcárraga; mismo año en que fue vendida y convertida en un periódico hablado con 18 horas de programación noticiosa.

Su éxito no fue el esperado ya que se adelanto a su tiempo y más tarde, surge la Organización Radio Mil, que va a establecerse en una de las principales cadenas de radio en México tanto en frecuencia AM como FM.

En el primer año se constituye en México la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión y en 1968 entra en vigor la Ley Federal de Radio y Televisión, para este tiempo la radio se había transformado, los programas con música en vivo desaparecen y son sustituidos con grabaciones y se utiliza más la inversión publicitaria, es ahí donde se agregó un costo extra a los impuestos existentes.

En 1970 la evolución de la radio, toma un rumbo diferente con el Formato Hablado. Es entonces cuando se funda la XERED que inicia sus emisiones con el programa **Monitor**, donde José Gutiérrez Vivó toma el micrófono de la estación para convertirse en el transcurso de los años, en la estrella del programa.

A partir de los 80's, los avances tecnológicos, como los satélites Morelos I y II, permiten realizar más y mejores transmisiones creando así una nueva etapa en la historia de la radio mexicana. El primer grupo de radio de frecuencia modulada con más emisoras en el país es Frecuencia Modulada Mexicana que cuenta con 25 años de experiencia.

Mediante la fusión de Grupo Stereo Rey con FM globo, e Imagen Comunicación en Radio, el grupo precisa a un abanico de estilos y auditorios en los mercados mas importantes de México.

"Las estaciones que conforman el nuevo grupo Frecuencia Modulada Mexicana son:

1. Stereo rey
2. FM Globo
3. Pulsar FM 90.5
4. Radioactivo 98.1/2
5. XELA 830 AM-radio
6. Rock radio 12.90 AM, la radio de Querétaro. "⁸

El desarrollo de la radio en México, hasta nuestros días ha sido en un apretado resumen, el siguiente:

1. "1900-1915: Periodo de experimentación y perfeccionamiento de los equipos.
2. 1921-1923: En Monterrey, Constantino de Tárnava. Sus primeras siglas T-ND, significan Tárnava Notre Dame, por la universidad donde estudió en Estados Unidos; posteriormente le dieron el permiso 24-a y finalmente en 1923 las letras XEH. Es la radiodifusora más antigua del país.
3. 1922: José de la Herrán; primera radiodifusora en la Cd. de México con dos horas de transmisión a la semana. Se identificaba con las siglas JH.

⁸ Ibidem, p. 50

4. 1923: En Abril de este año se instala **La Casa del Radio Universal**, con equipo de 4 bulbos de 250 watts cada uno, estudio con piano y vitrola **Víctor**.
5. Surge la emisora más antigua de la Cd. de México de la compañía cigarrera **El buen Tono** y que hoy opera bajo las siglas XEB. En Diciembre de 1923, Fernando de Fuentes hace la primera solicitud formal para la explotación de radiodifusoras comerciales y nunca se formalizo.
6. 1925: Operan 11 radiodifusoras en el país, 7 en la capital y 4 en el interior del país.
7. 1929: México se adhiere a Conferencia Internacional de Telecomunicaciones .en Washington, DC. Recibe ahí sus indicativos XE y XF.
8. 1930: El 18 de Septiembre se inaugura la XEW con el lema **La voz de América Latina desde México**. Surgieron figuras como Pedro Vargas, Agustín Lara, Toña la Negra, Emilio Tuero, Fco. Gabilondo Soler **Cri-Cri**, Pedro Infante, Jorge Negrete, Arturo de Córdoba, entre otros.
9. 1941: Se constituye la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión.
10. 1945-1946: Surge Radio Mil como cadena. Se funda XENK Radio 620, hoy cabeza de Radiodifusoras Asociadas (RASA).
11. 1948: Federico Obregón Cruces, inicia transmisiones de prueba de XHFM Radio Joya de

México, que se inaugura en 1953. Con ella se inician las transmisiones de FM en México.

12. 1949: Causan sensación los nuevos discos irrompibles en *microsurco* 33 1/3 y 45 rpm."⁹

1.8 LA RADIO CULTURAL EN MEXICO

El término de cultura más conocido en la sociedad ha sido muy discutido, pero también ha sido adaptado a intereses de grupos o de clases sociales.

Cotidianamente se ha difundido que una persona culta es la que ha leído muchos libros, la que posee títulos, la que habla idiomas o la que aborda fácilmente varios temas. Por el contrario se dice que un campesino, un obrero, un analfabeta o un marginado social, no tienen cultura porque no saben escribir o expresarse, o lo hacen con dificultad.

Si cultura es el conocimiento del mundo en que uno vive y la participación en la transformación del mismo, entonces todo mundo tiene una cultura: el campesino que conoce el campo, el obrero que sabe de la fábrica, el marginado que comprende su mundo y el intelectual que lee muchos libros e imparte conferencias. Es más, quizá una sea más directa y profunda y la otra más libresca y sin vida. Lo que sucede es que la primera ha sido devaluada

⁹ *Ibidem*, p. 65 y 68.

por la sociedad capitalista y la segunda injustamente ponderada y beneficiada con privilegios.

León Trotski, hablando de cultura dominante -no de cultura en general- escribe que "cada clase dominante crea su propia cultura y, por consiguiente, su propio arte". Señala que "la historia ha conocido las culturas esclavistas de Oriente, la cultura feudal de la Europa medieval y la cultura burguesa que domina actualmente en el mundo, y que de ahí parece deducirse (erróneamente), que el proletariado tiene que crear su cultura y arte propios" (Trotski, 1923).

Se dice que la radio cultural es la que no tiene anuncios comerciales y se inclina por la música clásica y del mundo, esto de acorde a las características generales que casi todo mundo conoce.

1.9 LA RADIO COMERCIAL EN MÉXICO

Aunque no fue ésta su finalidad original, pronto se pensó en la posibilidad de utilizar la radio como medio de comunicación de masas. Su capacidad se puso a prueba el 2 de Noviembre de 1920, cuando la emisora KDKA de Pittsburg retransmitió la elección del nuevo presidente estadounidense, Warren G. Harding; su mensaje fue escuchado por 1,000 personas.

Los avances en la electrónica hicieron posible la fabricación de nuevos y más baratos aparatos de radio. Su

extensión y el éxito del medio como vehículo de comunicación dieron paso a una nueva actividad empresarial, la radio comercial. En 1925 había unas 600 emisoras repartidas por todo el mundo y en la década de 1960 su número llegaba a las 10,000.

Emisoras vinculadas a importantes empresas de comunicación coexisten con emisoras locales de mucho menor alcance pero de gran resonancia allí donde actúan.

1.10 LA RADIO EN LA ACTUALIDAD

Los enormes avances en el campo de la tecnología de la comunicación radiofónica a partir de la 2da Guerra Mundial han hecho posible la exploración del espacio para el bien de la humanidad, especialmente y por ejemplo, las misiones de Apolo a la luna en los años de 1969 y 1972. A bordo de los módulos de mando y lunar se hallaban complejos equipos de transmisión y recepción, parte del completo sistema de comunicaciones de muy alta frecuencia. El sistema realizaba simultáneamente funciones de voz y de exploración, calculando la distancia entre los dos vehículos mediante la medición del tiempo transcurrido entre la emisión de tonos y la recepción del eco. Las señales de voz de los astronautas también se transmitían simultáneamente a todo el mundo mediante una red de comunicaciones. El sistema de radio celular es una versión miniatura de las grandes redes radiofónicas.

En México, DF., el 85% de la radio actual es hablada tanto en AM como en FM, en donde estos programas se nutren por reconocidas personalidades de la televisión, periodismo, política, etc. Esto lleva a consecuencias de cambios frecuentes dentro del medio, es decir, algún personaje se sale de alguna radiodifusora y se va otra para tener un programa propio, lo que nos dice que la ley federal de radio y televisión pareciese que siempre esta en negociación y no hay un estándar que realmente se cumpla.

Ya que conocimos a "grosso modo" la historia y antecedentes de la radio, es prudente revisar y dar a conocer la historia y antecedentes de donde se planea se lleve a cabo el proyecto, es entonces cuando se toca el tema de la universidad.

1.11 HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE

1.11.1 ANTECEDENTES¹⁰

El Colegio Benavente se fundó el 18 de Agosto de 1969 con la sección primaria, la cual en la actualidad cuenta con 24 grupos los cuales tienen asignado un maestro designado titular.

Así mismo en 1973 se agregó la sección secundaria, con 12 grupos actualmente, cada uno con su titular que orienta a los alumnos en su formación humana, académica y disciplinaria.

En 1977 se incorpora la sección preparatoria o bachiller, incorporada al plan de estudios de la UNAM, en la cual los dos primeros años son de tronco común y en el tercero se puede escoger entre 3 bachilleres:

- Ciencias Fisicomatemáticas y de la Ingenierías
- Ciencias biológicas y de la Salud
- Ciencias Sociales

Un nuevo horizonte del Colegio Benavente se abre para así convertirse en Universidad Lasallista Benavente y es con la Licenciatura en Derecho con la que logra ese cambio, además la incorporación de cinco carreras universitarias más:

1. Licenciatura en Derecho (abierta en 1978).

¹⁰ Agenda escolar ULSAB 2003

2. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (incorporada en 1988)
3. Relaciones Internacionales (incorporada en 1988).
4. Licenciatura en Contaduría (incorporada en 1991).
5. Ingeniería en Computación (incorporada en 1991).

La Universidad Lasallista Benavente hacia este nuestro tercer milenio se define como:

La universidad Lasallista Benavente, es una institución Educativa, cuyo objetivo y menester es formar futuros profesionistas; no tanto para que sean hombres de un oficio, sino para que cumplan con su oficio de hombres.

Por lo cual, la misión a nivel profesional se define como:

La formación de profesionistas responsables, líderes en su especialidad, con una sólida preparación científica y una autentica formación humanística. Hombres y mujeres comprometidos, capaces de crear y tomar decisiones para participar y transformar el desarrollo y progreso de México y el entorno Universal, cuyo testimonio sea la resultante de la búsqueda y desarrollo de valores universales y un alto nivel superior.

Existe otra área la cual fue incorporada a la Licenciatura en Derecho y esa es la de estudios de

Postgrado, que está constituida por Maestrías y Doctorados en derecho; esta fue incorporada en el año de 1994; constituyendo un enriquecimiento en la vida universitaria.

1.11.2 FILOSOFÍA DE LA UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE

“Es de la Universidad Lasallista Benavente, continuación de vida en el círculo instrumental: Primaria, Secundaria, Preparatoria, Lic. En Derecho, Lic. En Ciencias de la Comunicación, Lic. En Relaciones Internacionales en Comercio Exterior, Lic. En Contaduría y Finanzas, Ing. En Computación, Lic. En Educación Preescolar, Lic. En Educación Primaria, Maestría y doctorado en Derecho, que hace de la educación, la herramienta útil para apropiarnos de experiencias de otros y hacerlas nuestro conocimiento y nuestro criterio de respuesta. Asimismo, continuar en Celaya la obra didáctica y pedagógica del genio del siglo XVI, San Juan Bautista de la Salle, cuyo ejemplo nos enorgullecemos en seguir.”¹¹

1.12 LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1.12.1 PERFIL PROFESIONAL

El estudiante que egresa de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se convertirá en cuanto

¹¹ Ibidem

culmine su carrera en profesionista investigador, organizador y difusor de la información, conceptualizándose en el cúmulo de de conocimientos aplicados como respuesta de solución.

Vendedor profesional de productos, servicios e ideas; publicista y publirrelacionalista, profesional en el manejo de medios masivos. Capacitador e instructor, evaluador de resultados. Combinando estas características, que son vastas en un hombre profesionista, con los valores instruidos, será un hombre digno de tener en una empresa.

1.12.2 CAMPO DE ACCIÓN

Dada la capacitación multifacética que tiene el Licenciado de Ciencias de la Comunicación, su campo de desempeño es prácticamente inagotable. De acuerdo a las cuatro áreas contempladas como terminales del ejercicio profesional del Licenciado en Ciencias de la Comunicación, ubicamos su campo de acción como:

- Organización
- Dirección de recursos humanos
- Dirección administrativa
- Dirección de comercialización
- Medios Masivos
- Producción y Dirección

1.12.3 CARACTERISTICAS GENERALES DE LA CARRERA

Una carrera con un amplio criterio hacia nuevas tecnologías y avances tanto en el rubro técnico como sociológico, capacitando e impulsando a sus estudiantes a conocer y estar al día con el mundo. Esta permite que se desenvuelvan los individuos y desarrollen diferentes formas de pensar y de ver las cosas.

La carrera cuenta con un ambiente agradable donde su comunidad estudiantil es reconocida en todo el campus universitario lo cual permite un pleno desarrollo e integración de los grupos y de las demás carreras. Además tiene un atractivo plan de estudios incorporado a la UNAM que consta de 9 semestres, materias curriculares, extra-curriculares, diplomados en inglés, francés, computación, radio, televisión, comunicación empresarial.

Cuando se llega al séptimo semestre, se tiene que decidir la especialidad en la cual se piensa desenvolver, estas son:

- Producción de radio y televisión
- Comunicación Organizacional

Con las características ya mencionadas anteriormente en el perfil profesional, pero sin embargo, en medios masivos podrá desarrollar su trabajo en las diversas áreas como:

- Impresos, creatividad, redacción, fotografía.
- Periodismo (búsqueda de información, formato, etc.).
- Radio (producción, realización, locución, grabación).
- Publicidad (creatividad, análisis del consumidor, etc.).
- Televisión (creatividad, producción, continuidad, etc.).
- Capacitación (investigación, organización, control, continuidad, evaluación, promoción, venta y retroalimentación).
- Investigación (social, comercial, casual, por sondeo, análisis estadístico, proyectiva, etc.).

1.13 MARCO REFERENCIAL, RADIO UNAM.¹²

1.13.1 HISTORIA

El 14 de Junio de 1937, se dio a conocer en los periódicos locales que la Universidad Nacional Autónoma de México inauguraría su estación de radio operada por universitarios.

La situación causo expectativas, sin embargo, había pasado mucho tiempo desde que el médico militar Adolfo Enrique Fernández lograra la primera transmisión radiofónica desde los bajos del legendario Teatro Ideal, sin embargo, ahora se proponía algo diferente que determinaría el manejo de la radio cultural en la sociedad mexicana.

Estas transmisiones no serian ya experimentos, sino una emisión profesional desde un aparato con frecuencia de 1170 kilociclos lo que hacia posible que toda la Cd. de México pudiera sintonizar y escuchar esta estación. De tal manera, la XEXX surgía como otro modelo de comunicación por radio. No era una mas entre las empresas comerciales donde la "W" destacaba desde Septiembre de 1930; ni otro tipo de radiodifusión oficial en la cual se tenía experiencia y una cadena nacional programada por el Depto. Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAPP), sino

¹² Radio UNAM <http://www.unam.mx/radiounam/htm/cronica.htm>

un proyecto educativo que difundiría "una obra cultural de excepcional interés".

La inauguración se suscitó en el Anfiteatro Bolívar, donde los actos solemnes de la Escuela Preparatoria se llevan a cabo. Este lugar contaba con las honorables presencias del rector Lic. Luís Chico Goerne, a quien acompañaba el Sr. José Hernández Delgado, oficial mayor de la presidencia, en representación del General Lázaro Cárdenas, entre ellos otras personalidades importantes del medio y otros medios relacionados.

Al día siguiente, tal y como lo deseaba Gómez Arias, el país escucho y juzgó a la XEXX.

Los recursos de la Universidad eran limitados. No obstante, se adquirieron dos transmisores Collins, Western Electric, uno de onda larga para la XEXX y otro de onda corta para la XEYU "que en esa época eran lo mejor de lo mejor" y con piano empezaron a trabajar.

El Ing. Ignacio Díaz, especialista en electrónica, montó la estación en el estudio de la calle Justo Sierra #16 en dos cuartos del primer piso. Uno servía básicamente para bodega y oficinas generales, en el otro se ubicaba la parte medular de la estación en cuanto a aparatos y estaba subdividido por una estructura más pequeña en tres zonas:

- Cabina de control
- Cabina de locución
- Estudio pequeño

La planta difusora se estableció en la antigua escuela de Ciencias Químicas sobre unos tejados de lámina, rodeada de una gran arboleda, lo que hacía que la estación tuviera problemas en la sintonización, además, la antena era un largo cable que iba de un edificio a otro.

La programación de esta nueva radio cultural prometía ser muy variada en todos los aspectos, obviamente, no saliéndose del rubro cultural, dentro de su programación oscilan programas musicales ya sea clásicos, barrocos, románticos, incluso rock and roll, blues, jazz, dixieland entre otros, además todos los programas grabados y/o transmitidos en esta estación, están hechos con mucho profesionalismo, lo que hace destacar a Radio UNAM como una de las estaciones culturales mas serias en México.

Gracias a que la Universidad Autónoma de México inauguro su estación de radio cultural operada por universitarios, ha sido inspiración para algunas universidades en México, tales como la Universidad de Guadalajara (UDG), Radio Yucatán, entre otras que transmiten en banda FM o AM y/o por Internet.

Los objetivos de Radio UNAM son:

- Servir de vínculo y enlace entre los universitarios y con la sociedad en general.
- Participar en las tareas de extensión de la cultura y el quehacer universitarios.
- Investigar nuevos métodos de producción radiofónica y, a través de éstos, experimentar formas diversas de expresión y difusión didáctica y cultural.

MISIÓN

Difundir la cultura en todas sus manifestaciones, la diversidad de pensamiento y las obras musicales de calidad de todos los tiempos y todos los géneros.

VISIÓN

Vigorizar y modernizar la emisora basada en los principios y valores universitarios, mediante el uso de nuevas tecnologías y una programación diversificada de calidad que genere nuevos públicos para ser un referente en el ámbito cultural y científico.

CAPITULO DOS

FUNCIONALISMO Y ESTRUCTURALISMO APLICADOS AL PROYECTO

El estructuralismo tiene sus raíces en la lingüística de Ferdinand de Saussure, cuya principal propuesta es que "el lenguaje no es ni una forma ni una sustancia".

2.1 APORTACIONES FILOSOFICAS

2.1.1 ESTRUCTURALISMO

Para este proyecto tomaremos en cuenta como pilares fundamentales dos corrientes filosóficas de la organización interna y la forma operacional de los integrantes del equipo de producción que conforman, estas corrientes aportan la manera en la que se pretende estructurar y la forma en que funcionará el proyecto que se plantea para la Universidad Lasallista Benavente.

Empezaremos por explicar el modelo estructural y continuar después con el modelo funcionalista, tomando sólo sus principales ideologías para que se extraiga de cada una lo que sea considerado como necesario para nuestro proyecto.

Su verdadero nacimiento tuvo lugar en 1955, cuando el filósofo Claude Lévi-Strauss (influido por Saussure pero también por los antropólogos y lingüistas estadounidenses y los formalistas rusos) publicó en el Journal of American Folklore un artículo titulado El estudio estructural del mito: Un mito, donde afirmaba que el mito "como el resto del lenguaje, está formado por unidades

constituyentes" que deben ser identificadas, aisladas y relacionadas con una amplia red de significados.

Así pues, los fenómenos culturales pueden considerarse como producto de un sistema de significación que se define sólo en relación con otros elementos dentro del sistema, como si fuera el propio sistema quien dictase los significados. Todo código de significación es arbitrario, pero resulta imposible aprehender la realidad sin un código.

El estructuralismo se propone identificar y definir las reglas y limitaciones en el seno de las cuales, y en virtud de las cuales, el significado es generado y comunicado. Este método, que se define como inmanente porque no mira en el exterior para explicar los fenómenos culturales, elimina la búsqueda de autenticidad allí donde, por ejemplo, se encuentran diferentes versiones de un mito: el análisis estructural toma en consideración todas las variantes halladas en el estudio de un fenómeno determinado. Otra función del método es la de interpretar el funcionamiento de la mente, tanto en las culturas primitivas como en las culturas científicas, como un todo estructuralmente idéntico: la teoría kantiana de los procesos de pensamiento queda así demostrada a posteriori por la investigación antropológica. El estructuralismo se ha aplicado a la sociología, la crítica literaria y la filosofía, revelándose extraordinariamente útil en el estudio de la narrativa.

Entre los principales teóricos del movimiento estructuralista destacan Roland Barthes, Michel Foucault, Jacques Lacan y, más recientemente, Jacques Derrida. El estructuralismo ha sido criticado por su devaluación de la autonomía individual y su aparente desprecio de la historia.

Su difusión en España e Hispanoamérica se inició a partir de la década de 1960 y alcanzó su máximo auge al coincidir con las reformas educativas de la década siguiente. Destacan, entre otros, los procesos de reformas lingüísticas llevados a cabo en Argentina, España y México, con autores como Ana María Barrenechea, Emilio Alarcos, Francisco Rodríguez Adrados, Idolina Noguel y Antonio Domínguez.

"El modelo estructural será en el estructuralismo la elaboración teórica con la cual el científico social analizará la realidad como una estructura social".¹³

El modelo estructural comprende un conjunto de categorías abstractas interrelacionadas entre si de manera mas o menos constante, lo cual nos ayuda a entender como las relaciones humanas tienen significado y como resultado mueven dentro de una estructura a la acción.

¹³ PAOLI, José Antonio, *Comunicación e información*, 3ra. Edición, México, Ed. Trillas 1983, pag. 45

Para estudiar la acción y la interrelación humana, esta teoría emplea modelos también conocidos como estructuras previamente establecidas con las que se ha comprobado su certeza para la comparación y obtención de aciertos y errores de la nueva estructura y si es probable detectar posibles errores en la estructura ya comprobada para así corregirlos y hacerla mas fuerte tratando de alcanzar la mayor efectividad con el menor tiempo posible con menor numero de errores o imperfecciones.

La forma para estudiar estos modelos mencionados trata del desglose de la organización al mínimo de cada una de las partes que los integran para poder estudiar, analizar y comprender cada una de estas por separado y después comprender como es el funcionamiento de cada una de estas como un todo y de tal manera el estructuralismo estima que es mas sencillo y es la manera que mas se adecua para analizar o estudiar una organización.

Se dice que para que un modelo pueda ser considerado como estructura debe cumplir con cuatro exigencias:

1. Sus elementos deben estar interrelacionados de tal manera, que la transformación de uno de ellos implica la modificación de los demás, esta le otorga carácter de sistema.
2. Todo modelo se conforma de otros modelos pertenecientes al sistema, que implican un conjunto

de transformaciones, de tal forma, el modelo más complicado depende de modelos mucho más simples que si se llegasen a alterar, cambiarían en mayor o menor medida a la totalidad del modelo.

3. El modelo más complicado permitirá prever de que manera reaccionará el sistema en su totalidad en dado caso que alguno de sus elementos llegase a fallar o se modifique; desde este punto de vista, el estructuralismo es como un previsor de las posibles transformaciones y explicarlas de tal modo que cuando el se aplique en la realidad el modelo, se puedan dar a notar los hechos observados.
4. El modelo responderá a la doble condición de utilizar solo los hechos considerados por el y con ellos dar cuenta de todos.

El estructuralismo busca sistemas que nos ayuden a explicar reestructuras que lleven a diferentes formas de comunicación social y el deber del estructuralista es diseñar modelos estructurales con significado y ver que tan aplicables y generalizables son para aplicarlos al carácter social de una o varias sociedades.

Si se separa la estructura del esquema de su uso, se puede decir, que una estructura extiende varios usos según el momento. Así pues, entre los múltiples usos de

una estructura, algunos de ellos se condicionan y otros se limitan de acuerdo a su desarrollo o a su evolución que es manifiesto en cualquier proceso social. Es entonces cuando comprenderemos al estructuralismo como un conjunto de modelos intemporales los cuales nos brindan elementos para interpretar los procesos de significación en algunos momentos y quizás con el tiempo nos pueda brindar modelos de transformación entre una estructura y otra.

Las estructuras que son de nuestro interés por ahora son las estructuras de comunicación y estas funcionan de acuerdo a tres niveles:

- a) Comunicación de mujeres.
- b) Comunicación de bienes y servicios.
- c) Comunicación de mensajes dentro una estructura de comunicación social.

Estos niveles se unifican para crear una estructura mayor que se convierte en un sistema social. El estructuralismo pretende reconstruir las reglas que dan significado a las acciones, a los objetos y a las palabras, en un proceso de comunicación social y el proceso es entendible gracias ala reconstrucción de los diversos códigos que se interrelacionan en un sistema.

Ya habiendo descrito a manera muy amplia el estructuralismo, es prudente hablar del funcionalismo.

2.1.2 FUNCIONALISMO

Funcionalismo, teoría que considera a la sociedad como un conjunto de partes (normalmente, instituciones) que funcionan para mantener el conjunto y en la que el mal funcionamiento de una parte obliga al reajuste de las otras.

La idea de que la sociedad consiste en un conjunto de instituciones relacionadas que trabajan en favor del sistema en su conjunto se remonta, en la época moderna, a los escritos de Maquiavelo, y fue desarrollada por Montesquieu y los ilustrados.

En la primera mitad del siglo XX, el funcionalismo fue un modelo teórico importante para llevar a cabo estudios antropológicos. Malinowski, a partir de las investigaciones de campo que realizó en las islas Trobriand, concibió una teoría de la cultura que explicaba la existencia de las instituciones sociales por su capacidad de satisfacer las necesidades psicológicas humanas. El estructural-funcionalismo de Radcliffe-Brown reaccionó a este punto de vista, sosteniendo que el funcionamiento y la existencia de las instituciones sociales debían ser explicados en términos sociales, y no reducido a motivaciones psicológicas. Este punto de vista se creó en torno al estudio de unidades sociales pequeñas

y autosuficientes, en las que es relativamente fácil suponer un sistema de funcionamiento como totalidad.

Debido a su insistencia en el mantenimiento del sistema, el funcionalismo ha sido a veces criticado por parecer una ideología reaccionaria. Desde luego, en el estudio de sociedades complejas es difícil aplicar modelos funcionalistas, especialmente en sociedades de clases que conceden una gran importancia al conflicto, aunque los intentos de aplicación de la teoría de sistemas y la obra sociológica de Talcott Parsons han arrojado importantes modelos de comprensión funcionalista de las sociedades complejas.

Estas son algunas de las aportaciones filosóficas que José Antonio Paoli hizo:

1. **LA HISTORIA.** La sociedad puede estudiarse sincrónicamente, ver sus necesidades satisfechas por instituciones que con ellos cumplen sus funciones. Dichas instituciones se transforman para cumplir mejor sus funciones y responder a las nuevas necesidades.
2. **LA ESTRUCTURA SOCIAL.** La sociedad humana es un organismo interrelacionado cuyos elementos forman una estructura donde cada uno de ellos se afecta si alguno deja de funcionar.
3. **EQUILIBRIO Y CONFLICTO.** Las sociedades humanas tienden al equilibrio, sin embargo poseen mecanismos para reglar sus conflictos o sus disfunciones. Las

reglas con las que se conducen los individuos están fijadas y podrán cambiar según los nuevos medios con que cuente una sociedad para relacionarse, pero podrán hacerlo sin necesidad de una irrupción violenta.

4. **LAS FUNCIONES E INSTITUCIONES.** Toda sociedad humana tiene un conjunto de necesidades y un conjunto de instituciones para satisfacerlas, así, la función de una institución social cualquiera que sea es satisfacer alguna o muchas de estas necesidades.

El estructuralismo se basa principalmente en la organización del lenguaje y su forma de crear sistemas sociales, mientras que el funcionalismo se basa en la biología y en la forma en la que los sistemas se organizan para su manutención.

Anteriormente se planteo la organización del proyecto, donde primeramente se acuerda como esta conformado el modelo marcando así la manera en la que debe laborar para ejercer su función estipulado los lineamientos requeridos para al interrelación de los elementos que lo conformen, dejando en calidad de contingencia al funcionalismo, puesto que este se apoya en los individuos que forman el sistema social y tienen la capacidad de cambiarse a si mismos y a su entorno.

El poner al funcionalismo como plan contingente, es un movimiento estratégico, dado a que se espera la estructura inicial funcione, si esta llegase a tener algún error o a no funcionar como debe, entonces esta el funcionalismo de respaldo, aun así la aparición de errores es muy probable en cualquier situación que se enfrente; sin embargo, hay confianza en cada uno de los miembros que constituyan esta estructura de que tienen la capacidad de tomar decisiones convenientes en el momento imprevisto en el que se presentes dando pie a una solución al problema originado.

Se espera que mediante la organización estructural-funcionalista sea posible obtener el mejor resultado de este proyecto pues aún cuando se le dice al individuo como actuar y como responder estructuralmente, y al mismo tiempo se le permite improvisar o transformar la respuesta para la solución de los problemas que nos ofrece la corriente funcionalista, la cual se había planeado anteriormente se aplicaría solo en caso de ser necesario y con la persona que este a cargo en el momento, esta persona tendrá la suficiente autoridad para cambiar el orden estructural si es que el resultado es favorable, mejor que el obtenido de haberse seguido loa lineamientos.

Al permitir estas libertades para con el personal, exige a la vez que el proceso de selección sea muy conciente para la colocación de cada persona para que

brinde un mejor desempeño y muestre sus conicidades y conocimientos al provecho de la organización, ya que al suceder un cambio en la estructura principal se espera una mejoría y no una disminución de la estructura.

Es fundamental escoger a la persona indicada para el lugar que en determinado momento le corresponda reemplazar, pero este puesto lo ocupara de acuerdo a sus capacidades y a lo que pueda aportar buscando la superación para si mismo, ya que la finalidad del proyecto son las prestaciones que podría aportar al alumnado de la carrera Ciencias de la Comunicación dentro de la Universidad.

Para concluir, cuando un alumno de la carrera decida prestar su servicio social dentro de esta organización contará con un plan de trabajo y una estructura fundamentada donde se encuentran las pautas necesarias a seguir para su interacción con los demás miembros del equipo y de cómo se llevará a cabo la producción y de acuerdo a las capacidades de la nueva persona se le asignarán responsabilidades que puedan cumplir y de esta manera cumplir con el objetivo de la formación profesional del alumnado, así como la obtención de experiencia para que cuando se enfrenten a la realidad puedan ser competitivos en el campo donde decidan desarrollarse.

2.2 MODELO ESTRUCTURAL APLICADO AL PROYECTO

El funcionamiento adecuado se rige por las bases bien plantadas que debe tener, es decir, la manera en como va a estar estructurado el sistema sobre el cual va a regirse nuestro modelo social, es decir, las pautas a seguir para el correcto funcionamiento del mismo, formado así una cadena de mando sencilla en la que cada uno de sus integrantes sepa cual es su lugar dentro de la misma organización y sea capaz de reconocer sus responsabilidades para que así, el personal que se encuentre en servicio social este conciente de cuales son las tareas, obligaciones, deberes y privilegios que se le otorgan gracias a este puesto.

En este apartado solo se definirá el nivel estructural, es decir, cómo va a estar compuesto el quipo de producción y cómo se va a regir para su correcta funcionalidad.

Cada producción requiere entregar un plan de trabajo, un plan en donde se especifica que se va utilizar en la producción, que equipo técnico, guiones y cuanto tiempo se va a necesitar, esto se conoce mejor como "paquete de producción" que consta de:

1. **Guión Literario.**- Este debe ser aprobado y comprobado su posibilidad para llevarse a cabo; este contiene la descripción del proyecto con lujo de detalle y al ser un guión requiere de un argumento

que se pueda analizar y aprobar su contenido, esto nos da la tranquilidad de que lo que está escrito en el guión no atente de alguna manera contra la universidad y sus valores.

2. Guión Técnico.- En este guión se especifican todas las características técnicas de la producción, es decir, si se graba, si es al aire, fade in, fade out, fade a cero, es en si una breve descripción de cómo se va a grabar y el tiempo que dura cada intervención, esto se hace con la finalidad de tener un mejor control de la producción mientras se lleva a cabo.

3. Cronograma.- Este documento contiene detalladamente las acciones que se realizarán para la producción día a día, desde la planeación hasta la edición y debe ser respetado como todos los demás puntos de este paquete, al hacerlo, nos ayuda a llevar un orden en nuestro trabajo y al final se reflejará en la versión final de la producción. El formato requerido para poder calendarizar es una tabla calendarizada en donde se marcan las actividades de cada jornada en la que se va a trabajar en la producción. Esta planeación está a cargo del equipo de producción, incluso cuenta con un plan de emergencia o de contingencia por si por razones mayores o fallas técnicas llegase a fallar la

primera calendarización, el plan de apoyo cuenta con días y horas disponibles para dar solución al problema y de esta manera ninguno de los equipos que estén esperando se atrasen.

4. **Petición del equipo técnico.**- Todo el equipo que se vaya a requerir para poder llevar a cabo la producción, tales como micrófonos, cables, tripies, equipo de post-producción, etc. Esto se hace con un documento petitorio dirigido al encarga del proyecto a las autoridades correspondientes.

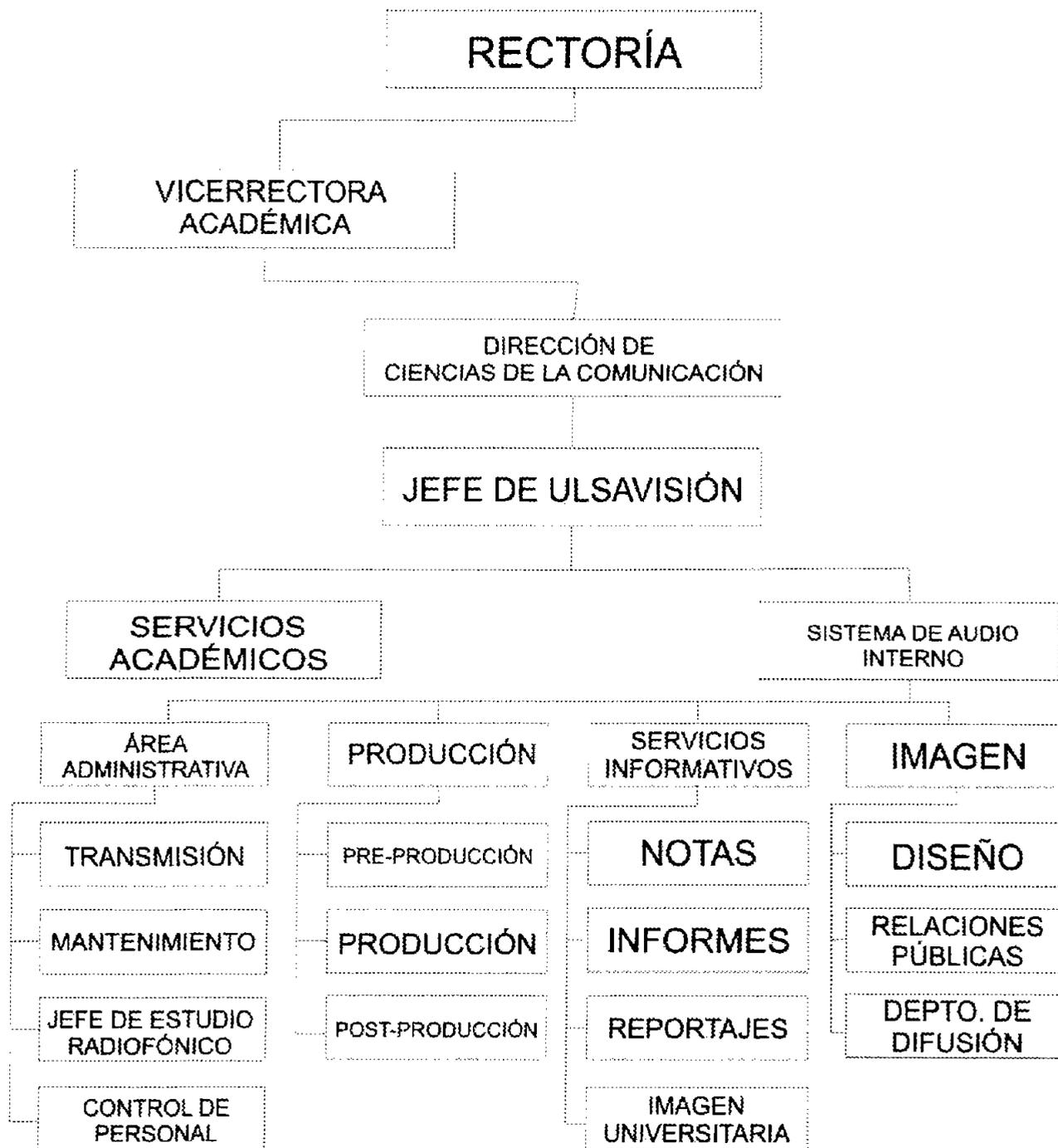
El paquete de producción es necesario ya que nos permite tener un control del equipo técnico y humano, aun cuando no todas las producciones sean llevadas a cabo por el mismo grupo, se requiere de este y aquellas personas que lo hagan deben estar dispuestas a ser serviciales, vigilar la producción y sus elementos, pero sobre todo deben tener la consigna de hacer un buen trabajo profesional de calidad y obviamente llegar al final del proyecto. Todo esto tiene la finalidad de brindar apoyo en cada producción que se realice sin descuidar las demás si es que la hay.

En seguida se dará a conocer el organigrama del proyecto el cual en un inicio se pretende que cuente con el mínimo de personal posible ya que es de esperarse que cada parte del organigrama, es decir, cada integrante, de lo mejor de si mismo tal y como vaya siendo necesario

debido a la demanda de las producciones, ahora, si es necesario, se reclutaran nuevos elementos con el fin de saciar aquellos requerimientos que no estén cumplidos y alcanzar un mejor nivel de especialización en cada uno de los puestos que se abran para el correcto desarrollo del proyecto.

Es apremiante la dualidad en cuanto a funciones de cada uno de los miembros se refiere, ya que cada uno de ellos se va a enfrentar a diferentes situaciones y necesitan la capacidad para poder solucionar esos problemas; en el organigrama se presenta como es que cada uno de los integrantes del modelo se encuentran posicionados jerárquicamente o de acuerdo al nivel de responsabilidad con el que cuentan. La producción contará con personal de tipo en línea y staff, los demás cargos no se mostrarán ya que ellos despenden de la asignatura que el equipo de producción le de. A continuación se muestra el organigrama:

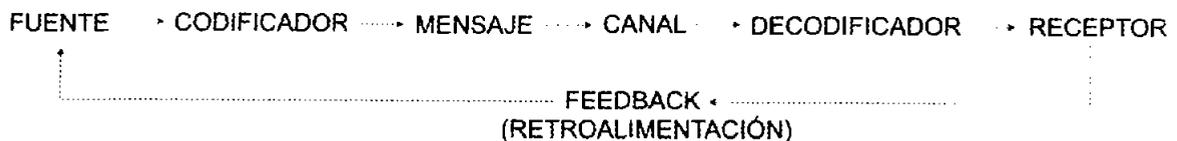
(ORGANIGRAMA EN LA SIGUIENTE PÁGINA)



2.3 MODELO FUNCIONAL APLICADO AL PROYECTO

Este modelo es principalmente sencillo, puesto que solo necesita de una comunicación continua entre los miembros del equipo de producción en ambas direcciones, es decir, en forma ascendente y descendente en la cadena de mando; todos los integrantes deben estar absolutamente informados de lo que suceda para poder realizar su trabajo eficientemente y tener un objetivo común siempre.

Es esencial la comunicación interna ya que esta nos ofrece resultados óptimos; sin embargo, para poder lograr debemos tomar en cuenta el modelo de comunicación de Schannon y Weaver...



El modelo original de Schannon y Weaver no incluye el canal, sin embargo, se le agregó el canal dado a que es el medio por el cual el mensajes transmitido dentro de la organización y es muy importante ya que proporciona la mayor disminución posible del ruido que pudiera ensuciar la comunicación generando errores que finalmente se varían reflejados en la producción final.

Ahora vamos a definir a cada uno de los elementos que integran el esquema, incluyendo canal:

1. **FUENTE:** Cualquier integrante de la organización que tenga que dar a conocer algún mensaje de manera formal hacia los demás miembros de la organización sin importar la índole del asunto.
2. **CODIFICADOR:** Es la forma en la que la fuente de información decide construir el mensaje, comunmente se decide dar a conocer un mensaje de forma escrita y formal el cual tiene que ser claro y conciso para evitar malas interpretaciones por parte del o los receptores finales del mensaje.
3. **MENSAJE:** Es la información que se desea transmitir al receptor del mismo.
4. **CANAL:** Es el medio por el cual nuestro mensaje se transmite con la finalidad de llegar a todos los que necesiten estar informados. Este medio puede ser verbal o escrito o una combinación de los dos.
5. **DECODIFICADOR:** Es quien se encarga de interpretar el mensaje recibido para que este llegue a su receptor final y el canal elegido en este proyecto permite una sencilla decodificación la cual no dará lugar a ambigüedades en el sentido original del mensaje, se eligió el escrito.
6. **RECEPTOR:** Es el destinatario, es a quien estuvo dirigido el mensaje desde un principio, son

destinatarios también a quien le concierna la información del mensaje.

7. **FEEDBACK (retroalimentación):** La posibilidad de réplica que tiene el receptor para la confirmación de la recepción adecuada del mensaje.

Anteriormente se habló de una planeación para una producción, sin embargo, al omento de llevar esta a cabo, las pautas a seguir deben seguirse con un respeto absoluto del paquete de producción que ya fue analizado y aprobado, si se tuviese que hacer algún cambio, solamente el productor encargado del proyecto tiene la autoridad de decidirlo y/o de recibir sugerencias de cualquiera de los miembros del equipo de producción, si este cambio se decidiese efectuar, el productor deberá hacer nota del cambio acompañado de una justificación que va dirigida al director general quien tiene la obligación de comparar la producción final con la que se le planteó en el paquete, incluso si el director general decidiese efectuar algún cambio de antemano debe ir acompañado con una justificación y sus aclaraciones para evitar al duda por parte del equipo que este realizando esa producción y puedan entonces llevar a cabo y terminar el proyecto.

Es aquí donde el funcionalismo hace su aparición permitiendo que el modelo social pueda modificarse a si mismo si la situación lo amerita para poder subsistir y

evolucionar paulatinamente ya que la historia, el tiempo lo exige.

El manejo operacional es muy sencillo pero estricto en lo que a la comunicación interna se refiere, esto se debe a la necesidad de una efectividad comprobable que también es necesaria para la subsistencia y el desarrollo del mismo.

Sin embargo, no basta con saber como funcionara nuestro proyecto, es necesario conocer sus fases de producción, su lenguaje y los elementos que lo conforman ya que todo esto en conjunto crea la producción radiofónica que a continuación daremos a conocer.

CAPITULO TRES

PRODUCCION
RADIOFONICA

Este medio es capaz de llegar hasta el lugar más recóndito de la humanidad ya que viaja a través de ondas electromagnéticas llamadas ondas hertzianas y estas a su vez viajan siempre y cuando haya un lugar por donde se puedan desplazar, y siempre habrá quien las reciba y quien o que las reproduzca para el oído humano.

Esto nos convence de que la radio es el medio más efectivo y con mayor impacto a nivel mundial. Por ejemplo, el béisbol, uno de los deportes más queridos en América del Norte tiene mucho mejor aceptación debido a que se transmitían por radio los partidos, ya que la emoción que los comentaristas agregaban a la narración hacían de este mucho más interesante y emocionante; es aquí donde se cumple lo que Mario Kaplun dijo: *"El oyente debe asumir una voluntaria ceguera para percibir nuestro mensaje"*.¹⁴

3.1 CARACTERISTICAS DE LA RADIO

Se sabe que la radio es el medio más escuchado, dado a que llega a muchas más personas que la televisión, ¿Por qué? Tan solo porque la mayor parte de la población mundial tiene radio en vez de un televisor por cuestiones económicas o simplemente por gusto; y de acuerdo con información recolectada por radiodifusoras, el mayor porcentaje de radioescuchas es residencial (quiere decir,

¹⁴ Pérez Hdez., Mario Alberto. *Prácticas Radiofónicas, manual del productor*. 2da. Edición. Editorial Porrúa, p. 19

que escuchan radio en su casa) con un 95% del total de población con un promedio de 3 horas y media por cada una de ellas¹⁵, por consiguiente, esto comprueba que la mayor parte del mundo escucha el radio en su casa.

Existen tres simples razones por las cuales la gente escucha la radio: para entretenerse, para informarse y por costumbre.

Entretenimiento, cuando la gente lo escucha, se distrae, y muchas veces dejan ir su mente con lo que escuchan y empiezan a formar imágenes con las palabras, entonces se cumple lo que Mario Kaplun menciona, el radioescucha obtiene una ceguera temporal para entender el mensaje.

Informa cuando avisa de algún accidente, da a conocer algún informe, una noticia, un suceso importante o da otra opción de llegar al trabajo, etc., nos esta informando.

Costumbre, mucha gente lo escucha desde que tiene 8 años de edad y cuando tiene 80 años lo sigue y lo seguirá escuchando, tan solo porque a lo largo de su vida se ha convertido en su mejor amigo y compañero.

¹⁵ Encuestas radiofónicas

Cuando estas tres características se conjuntan en un proyecto o en alguna transmisión, la probabilidad de éxito es mucho mayor que solamente abarcar una sola característica.

Este medio tiene la esencial característica de ser *unisensorial*, es decir, que se percibe por un solo sentido, el del oído, sin embargo, hay una ventaja y una desventaja, que a continuación se describen:

- **VENTAJA:** *Amplia difusión;* es decir, puede abarcar una gran audiencia pero se debe tener cuidado ya que nuestro mensaje es escuchado por diversos tipos de públicos o audiencias. Esta ventaja se puede resumir en la capacidad de hacer volar la imaginación de la gente que escucha radio, describiendo imágenes a través de la palabra para que ellos reproduzcan en su mente esas mismas imágenes pero a su gusto y placer.

- **DESVENTAJA:** *Fugacidad;* es decir, el mensaje en la radio puede ser efímero, por lo tanto, nuestro mensaje debe ser claro, conciso y sencillo. Se debe tener cuidado ya que se puede caer en la monotonía y en el aburrimiento y por consecuente esto se convierte en una limitante ya que la gente no centraliza su atención en el mensaje, entonces, la solución es que el mensaje transmitido debe ser lo

más atractivo posible para poder captar la máxima atención del público.

3.2 LENGUAJE RADIOFÓNICO

"Lenguaje es el conjunto de elementos que, ordenados, nos permiten expresar nuestros sentimientos e ideas. La producción radiofónica ha ido creando su propio lenguaje, el cual se forma con los elementos que nos ofrece la especificidad del medio."¹⁶

3.3 ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO

3.3.1 LA PALABRA

Es el elemento principal dentro de este lenguaje, ya que es el arma primordial para poder escribir, además claro, es necesario conocer a nuestro auditorio para que al momento de escribir se haga de una forma clara y sencilla.

Se tiene que usar el lenguaje coloquial y común, como el que se usa a diario para comunicarse; esto quiere

¹⁶ Pérez Hdez., Mario Alberto, *Prácticas Radiofónicas, Manual del productor*, 2ª Edición, Editorial Porrúa, Pg. 20

decir, que si se escribe con tecnicismos o de forma muy científica, es probable que la mayor parte de nuestro auditorio no sea capaz de comprendernos.

Cuando se escribe tenemos que pensar que el mensaje va ser escuchado mas no leído. Las desventajas que se presentan son: que el texto sea fugaz a causa de un lenguaje rebuscado o incomprensible, que sea de difícil comprensión o de difícil pronunciación. Para que se pueda escribir un buen texto debemos usar el menor número de palabras si es posible y de forma precisa, es decir, que gramaticalmente estén en orden, o dicho de otra manera, en pocas palabras decir lo más que se pueda... ser conciso.

Hay un excelente consejo que se da para cuando se escribe para radio; se tiene que pensar en nuestro público pero sobre todo, se tiene que escribir como si se estuviese hablando con un ama de casa o con un ejecutivo empresarial, y esto facilita en cierta manera nuestra forma de redactar, porque abarcamos dos sectores que son muy grandes dentro de la población mundial.

3.3.2 LA VOZ

Después de haber hecho un buen escrito es indispensable pensar en la voz e inmediatamente el primer pensamiento que llega es pensar en nuestro locutor, sin embargo, esto no implica escoger nada mas una bonita voz, se tiene que pensar en la gente que va manejando y en la

gente que este haciendo otro tipo de actividades en gral.; por lo tanto, es pieza importantísima ya que de la voz del locutor depende como funcione finalmente nuestro mensaje, que llegue con seguridad y el impacto que ocasione en el publico receptor.

Aquí se habla de una función dual, es decir, trabajo en equipo, ya que si una noticia o nota comercial, no es leída como se intenciono desde el momento en el que se escribió entonces esta pierde todo su propósito, de ahí la trascendencia de la voz en radio, es por eso que, los productores escogen una voz y los escritores escriben para ella, al menos así ha funcionado los últimos años.

Muchas veces cuando se redacta el guión, se tiene una idea de que tipo de voz quisiéramos, lamentablemente varias veces no esta a nuestro alcance esa voz que tenemos en mente o no hay suficientes recursos para conseguir a alguien que lo pueda hacer; es entonces cuando se le pide al locutor que trate de dar ese tono o tipo de voz, dependiendo de lo que se necesite. De esta manera, no se obtendrá una producción 100% exitosa pero será un trabajo audible.

Se debe tomar en cuenta algunos locutores entienden desde el principio lo que se les pide con mucho profesionalismo y la mayor parte del tiempo se pueden dirigir, es decir, que si les da las instrucciones correctas, será un trabajo bien hecho.

Concluimos entonces que la voz, es el instrumento del locutor y la interpretación del locutor no solo depende de su timbre y tono de voz, sino, del ritmo, inflexión, pausa, brillantez que le imprima al mensaje.

Cabe señalar que la voz que se escoja para ser locutor, no solo debe ser audible, sino que debe llenar nuestras expectativas, que tenga presencia, que es sinónimo de calidez, color y cuerpo de la voz.

3.3.3 LA MUSICA

Sin duda alguna, un elemento más del lenguaje radiofónico, la música tiene un uso apropiado y una significación, aquí se mencionan las principales:

Tiene **función gramatical**, ya que con ella, se pueden marcar comas, puntos, puntos suspensivos, punto y coma inclusive los dos puntos es posible marcarlos con la música, que pueden ser interpretados por el ritmo y la sonoridad.

La **función emotiva**, sucede cuando se narran escenas dramáticas, tristes, de soledad o alegres. Debe tenerse mucho cuidado de no caer en la falta de respeto, es decir, por ejemplo, fondear alguna noticia triste con una pieza musical muy movida, sería quitarle seriedad y restarle importancia.

La **función descriptiva** quiere decir que, a través de los compases describe algún lugar, un espacio o un tiempo cualquiera. Puede trasladarnos a diversos lugares, regresarnos al pasado o incluso llevarnos al futuro, todo depende del tipo de música que se use para el efecto que se quiera crear. Un claro ejemplo son las noticias o los reportajes, en los cuales se utiliza alguna pieza musical que se adecue a nuestra historia y da como resultado una historia mucho más impactante hacia el auditorio de lo que normalmente sería.

3.3.4 LOS EFECTOS Y LOS SILENCIOS

Estos están destinados a describir o bien reforzar una escena, ayudan a ubicar a todo aquel que nos escucha en un momento o lugar determinado. Ayudan también a visualizar y sentir algo que ha sucedido. Los silencios marcan suspenso, duda, o drama, sin embargo se debe cuidar que este silencio no se convierta en una laguna. Recordemos que un efecto o un silencio convencerán más que mil palabras.

3.4 EL GUIÓN RADIOFÓNICO

Es el elemento más importante de todos, ya que nos lleva por un orden y un arreglo, el cual hay que seguir para realizar una buena producción.

La mayoría de la gente se pregunta si todavía se utiliza este medio dado que en la actualidad pareciese

que no hubiera un guión ya que los productores y/o locutores lanzan sus programas al "ahí se va" y les funciona y después hacen el guión... es ahí donde cometen un gran error.

Empecemos por definir el guión:

En este se indica todo lo que se incluya en nuestra grabación; *El guión es la expresión escrita del lenguaje radiofónico.*¹⁷ Se podría considerar que la falta de creatividad o la falta de conocimiento de este lenguaje, hace que parezca obsoleto. Ahora sabemos que el guión es la parte que no se ve; es la guía organizada y estructurada de cómo hacer radio.

Existen varios tipos de guión:

- Guión de Noticiario.
- Guión del radiograma.
- Guión general del programa.
- Guión del promocional o comercial.
- Guión de la capsula, etcétera.
- Guión dramático.
- Guión informativo.

El guión sirve para dar continuidad y estructura a nuestro programa; además es una guía para seguir un orden

¹⁷ Pérez Hdez., Mario Alberto, *Prácticas Radiofónicas, Manual del productor*, 2ª Edición, Editorial Porrúa, Pg. 25

detallado y evitar la improvisación. Es el instrumento de trabajo para todo los que vayan a estar involucrados en la realización de una producción radiofónica, es decir: productor, locutor, musicalizador, efectista, actores, operadores, etc., cada uno de ellos deberá tener una copia y realizar su trabajo de acuerdo a lo escrito.

3.5 EL GUIÓN LITERARIO

Paso previo al guión técnico. El guión literario consta de escribir en frío o en sucio, crear un borrador del programa, sin quitar nada de paja y sin nuestro lenguaje radiofónico.

El que escriba este tipo de guiones debe ser una persona muy culta o al menos que tenga amplio conocimiento sobre varios temas y de preferencia que sea una persona de mente abierta, pero antes hay pasos fundamentales que deben seguirse, pero antes de mencionarlos, cabe aclararse que cuando se esta frente al papel con lápiz en mano, aquella persona que vaya a escribir deberá sumergirse en lo que va a escribir, asumir el rol de lo que se escriba.

Los pasos a seguir son:

- a) *La documentación;* es donde se empieza a investigar y es cuando se formulan varias preguntas: ¿Cuál es nuestro tema? ¿Cuál es nuestro público? ¿Cuál es nuestro objetivo? ¿Qué información necesitamos?

¿Quién nos puede dar más información? Entonces el guionista se torna en investigador, pero no solo consta de investigar, se necesita que se conozca un poco del tema y consultarlo con gente que conozca del tema para que de esa manera el gui3n sea mas enriquecido.

b) *La selecci3n de material.* En este punto se debe escoger bien el material a utilizar, darle jerarquía o importancia a la informaci3n, es decir, escoger contenidos, elegir lo mas relevante de las cosas y eliminar lo menos indispensable, es decir, lo irrelevante.

3.5.1 LA REDACCI3N

Sin duda alguna la parte más interesante del gui3n, escribir. Quiere decir, que al momento de la redacci3n necesitamos traducir las imágenes visuales en imágenes auditivas. Se debe tener en cuenta el lenguaje ya tan mencionado pero sin perder la frescura; debe ser breve claro, sencillo, organizado y directo, y por supuesto, hay que analizar al público receptor para adaptar nuestra redacci3n.

El tiempo es oro, y en la radio cada palabra es tiempo y una palabra mal utilizada se convierte en un desperdicio de tal elemento.

Cuando se adapta un cuento o algún otro texto a radio, no significa pasar información a un formato de guión sino darle orden, estilo, diseño, imprimirle sentimiento, todo esto con la finalidad de crear en el oyente una imagen en base a lo que se diga, el debe participar con la redacción, se debe crear imágenes mentales utilizando hechos reales o fantasiosos; por eso es necesario que el redactor tenga la habilidad de trasladar esas imágenes a la mente del oyente por medio de las palabras, primero escritas después habladas.

3.5.2 LA EMPATIA

El guionista debe convertir al oyente en protagonista.

*"Conocer el auditorio al que va dirigido nuestro programa radiofónico, conocer el tema y el objetivo, así como documentarnos ampliamente son los primeros pasos para escribir un guión radiofónico."*¹⁸

El guionista debe conocer además la gramática en general y sus normas. Debe conocer y dominar el idioma.

¹⁸ Pérez Hdez., Mario Alberto, Practicas Radiofónicas, Manual del productor, 2º Edición, Editorial Porrúa, Pg. 29

3.5.3 ESTILO

El estilo son las características que todo escritor debe tener, tales como:

- Claridad
- Brevedad
- Sencillez
- Naturalidad
- Objetividad
- Originalidad

El estilo es perfecto cuando la comunicación del pensamiento o la emoción se alcanzan en un punto exacto. Se debe evitar el uso de anglicismos, galicismos, cacofonías, monotonías, asonancias y consonancias, ya que estas son palabras que nos pueden ensuciar el trabajo radiofónico o incluso echarlo a perder.

3.6 EL GUIÓN TÉCNICO

El guión técnico presenta de forma descriptiva, todo lo que compone el programa. Se describen la duración del programa, los actores, duración de los comerciales, tiempo efectivo, objetivos y recursos a emplear, la hora, el día, diálogos, situaciones, música o efectos sonoros etc., indicaciones técnicas y artísticas necesarias para que el equipo de realización pueda llevar a cabo la producción en conjunto.

3.6.1 LA CARÁTULA

Todos y cada uno de los guiones que se realicen deben tener una carátula que nos permita su fácil identificación, a continuación un ejemplo de lo que debe podría estar escrito en cada parte:

"En el ángulo superior derecho, deberá ir la fecha, el número de hoja y el nombre del programa al que pertenece:

NOMBRE DEL PROGRAMA

NUMERO DE PROGRAMA

FECHA DE TRANSMISION

FECHA DE GRABACION

NOMBRE DEL GUIONISTA

NOMBRE DEL PRODUCTOR

OPERADOR

MUSICALIZADOR

EFFECTISTA

En el ángulo inferior derecho y numerado:

1. DATOS DE DISCOS

2. MUSICA

3. EFECTOS ESPECIALES

En la parte central del lado izquierdo deberán anotarse:

LOS PERSONAJES O ACTORES

SU CARACTERIZACIÓN (voz, tono, etc.)

Existen otros tips que pueden ayudar mucho y que se deben tener en cuenta al momento de escribir, estos son:

- No cortar palabras.
- No cortar párrafos.
- No abreviar.
- Subrayar extranjerismos.
- La caracterización de la voz se escribe entre paréntesis.
- Los efectos se subrayan con línea punteada.
- Todo lo que no es leído, va subrayado, es decir, todas las indicaciones.
- Todas las hojas se enumeran por renglón del 1 al 28 que nos da de 2 a 3 minutos por página aproximadamente.
- Para su mayor comprensión se escribe siempre mayúscula pero sin descuidar la acentuación."¹⁹

3.7 EJEMPLO DE GUIÓN A UTILIZAR

El profesor de producción de audio, Christopher Outwin, resalta que los formatos de guión para radio a menudo tiene una división en medio de cada pagina: "El lado izquierdo se reserva para instrucciones técnicas y para indicar la fuente de cada canal de sonido.

⁶ Pérez Hdez., Mario Alberto, Practicas Radiofónicas, Manual del productor, 2ª Edición, Editorial Porrúa, Pg. 30, 31

El lado derecho se ocupa para describir el contenido de audio, entradas y salidas y la narración o el dialogo en si"²⁰.

Outwin enfatiza en que la información del libreto debe ser lo suficientemente completa para asegurar que todos los colaboradores del equipo, ingenieros, directores y actores o locutores entiendan con precisión qué es lo que se espera que hagan y cuando, pero el guión no debe estar plagado de notas: "El personal de producción debe encontrar su función y llevarla a cabo pronto y sin confusiones"²¹.

(EJEMPLOS EN LAS SIGUIENTES HOJAS)

²⁰ Hilliard, Robert L., Guionismo para radio y televisión y nuevos medios, 7ª edición, Editores International Thomson, Pg. 45

²¹ Op cit supra nota 7

Ejemplo 1²²:

SONIDO:	OLAS MARINAS, GAVIOTAS, PASOS DE DOS PERSONAS EN LA ARENA, RUMOR EN EL OCEANO QUE SE ESCUCHA CADA VEZ MAS CERCANO, COMO CUANDO ALGUIEN SE APROXIMA AL AGUA.
GLORIA:	(FADE IN) ¡El mar es tan hermoso! La primera vez que vine a esta playa fue hace 40 años, Reinaldo. Tenía solo 20 años.
REINALDO:	También recuerdo cuando vine por primera vez, Gloria.
GLORIA:	En esos días no me sentía tan atractiva como me siento ahora
SONIDO:	BESO SUAVE
REINALDO:	Tampoco yo, talvez porque en esos días no estábamos tan enamorados como ahora.
GLORIA:	(SUGESTIVA) Vayamos a la casa de la playa.
MUSICA:	PUENTE.
SONIDO:	PASOS DE GLORIA Y REINALDO QUE SUBEN LA ESCALERAS. PUERTA QUE SE ABRE.
REINALDO:	(VOZ ENTRE RISAS) ¡Que mañana tan maravillosa!
GLORIA:	(VOZ ENTRE RISAS) ¡Es un día extraordinario!

²² Ibidem

Ejemplo 2²³:

1. OPERADOR: Entrada Institucional, se mezcla con rubrica
2. y fondea a:
3. CONDUCTORA: ¿Cómo están, amigos? Muy buenas tardes.
4. Espero que la estén pasando muy bien y estén
5. ya listos para escuchar este tema que... ¡Ah!
6. y no lo olviden...
7. OPERADOR: Efecto de ring de teléfono.
8. CONDUCTORA: Llámenos a nuestros teléfonos del estudio
9. que son el... y el... y están para servirles.
10. Pero que les parece si antes de iniciar,
11. escuchamos una capsula que nos habla
12. de las estadísticas de la enfermedad que
13. estudiaremos este día... vamos a esa capsula,
14. hacemos un corte de estación y rápidamente
15. regresamos.
16. OPERADOR: Entra Música disco 3 track 11 (capsulas)
17. y fondea a capsula 1 localizada en cinta.
18. Después sube música y baja para ligarse
19. con corte comercial y regresa con disco 2
20. (enlaces) que fondean al locutor 30".
21. CONDUCTORA: Ya estamos de regreso aquí en "Salud en la
22. Infancia" y vamos a presentar a nuestros
23. invitados...
- 24.
- 25.
- 26.

²³ Op cit supra nota 6 pg. 33

3.8 ¿QUIÉNES ESTAN DETRÁS DE LA PRODUCCIÓN?

Ahora pasamos a la parte humana: El productor, el director, el escritor y el asistente de dirección, que hacen y porque.

El productor es quien desarrolla el concepto del programa y está encargado, a la vez, del presupuesto del mismo. Tiene autoridad para designar al director del programa y trabajar con el escritor en el guión. Además de estas funciones, debe supervisar y coordinar todas las actividades dentro del plan de producción.

Este sistema es utilizado en la mayoría de las radiodifusoras en México y en todas las grandes cadenas radiofónicas con resultado positivo y de una ayuda extraordinaria para el director quien finalmente asume la responsabilidad total del programa, aunque claro cada estación, cada radiodifusora crea un formato, un estilo propio para una mucho mejor identificación.

Las características que debe tener un productor son:

- *Debe ser político.*
- *Debe tener amplia capacidad y disposición para el trabajo en equipo.*
- *Debe saber tomar decisiones.*

- *Debe estar al tanto de su equipo técnico.*
- *Debe ser previsor.*
- *Debe planear y evaluar su trabajo.*
- *Debe ser responsable.*
- *Debe ser exigente.*
- *Debe ser atento.*
- *Debe ser práctico.*
- *Debe ser ordenado.*
- *Debe ser organizado.*
- *Debe ser humilde.*
- *Debe ser estudioso.*
- *Debe ser radioescucha de tiempo completo.*
- *Debe ser juez y parte.*

El director, participa en todas las reuniones de preproducción y conjuntamente con el productor discute el contenido del guión, así como el enfoque general de la producción.

El director revisa los diseños de los programas presentados tomando en cuenta la época, estilo y psicología de los personajes.

El escritor o redactor, es aquella persona que se encarga de presentar, en este caso, guiones radiofónicos, los cuales no son definitivos, sin embargo, son sometidos a consideración y posteriormente a una aprobación.

El asistente de dirección, es uno de los elementos más importantes dentro de un equipo de producción, ya que en el se delegan infinidad de detalles que ahorran mucho tiempo a la producción en general, lo que se refleja en una mucho mayor concentración en lo esencial del guión presentad.

Se puede concluir que el productor es entonces un "todólogo", un erudito, un experto en todos los temas, un musicólogo, un gran lector y un periodista crítico, analítico y de amplio criterio, pero creativo. Este personaje es el alma de una radio, quien le da forma y espíritu al mensaje, quien lleva las riendas y si él falla todo se viene abajo. Aunque a veces pueda parecer que estorba el trabajo del director, es falso, al contrario, juntando estas dos mentes se logra una producción casi excelente.

3.9 PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

Llamamos **preproducción** a aquella etapa en la que hay una organización total previa a la realización de nuestro programa, pasando por la investigación, justificación, redacción, jerarquización y selección. Es la etapa en la cual se determina la calidad del programa, consiste en una reunión en donde interviene todo el personal aportando conocimientos específicos. Este tipo de juntas se conforma de varias personas, tales como productor,

director, escritos, asistente de dirección, ingeniero de audio, coordinador y operadores de equipo.

Es decir, todo lo que se refiere a buscar música, efectos para vestir el programa, llamadas telefónicas para conseguir voces, permisos para poder usar algunas marcas o canciones que estén registradas, visitar hemerotecas, bibliotecas, videotecas, todo aquello que nos pueda dar un apoyo. En pocas palabras es lo previo, sin esto, todo programa realizado sería un desastre.

La **producción** es la parte donde se está listo para grabar o lanzar al aire el programa, para llegar a este punto, previamente se atravesó por todos los puntos a seguir, los guiones, los preparativos etc.

Para este momento, el director del proyecto debió hacerse cargo ya de tener todo en orden, y de tener planeados situaciones que pudiesen emerger al momento de la producción. Ya cumpliendo todo esto, es entonces cuando se da la señal para que el operador empiece a grabar o a transmitir, según la producción que se vaya a realizar, sea grabada o vaya a salir al aire.

Postproducción, como su nombre lo dice, es todo lo que se hace después de haber llevado a cabo una buena realización del programa. Normalmente se lleva a cabo para mejorar sonidos, ajustar tiempos o mejorar contenidos. También se le conoce como la etapa donde se arma, se

edita, o cuando se graba en frío para después agregar voces y/o sonidos y dejar ya un trabajo terminado.

3.10 TIPOS DE PROGRAMA PARA RADIO

En este apartado, se aportan diversos tipos de programa para radio tanto programas dramáticos como informativos.

Dentro del género dramático tenemos:

Radionovelas: Es donde varios personajes presentan un trama que se va desarrollando en varios capítulos y para crear los efectos especiales se ayudan de elementos naturales que puedan recrear en similitud a lo que quieran expresar, por ejemplo, cuando se quiere representar el galope de un caballo, se utilizan tazas de plástico o incluso los dedos sobre madera, tierra, o algún otro tipo de terreno donde se quiera dar la idea.

Programas cómicos: Existen en varias formas, en donde un grupo de actores establecen situaciones cómicas (de nuevo empleando efectos de sonido par acentuar tales situaciones), en estas situaciones pueden ser los mismos personajes que inicien y cierren una transmisión o durante el desarrollo del programa se cambien, o desarrollar una trama cómica en varios capítulos.

Series radiofónicas: Programas como "La Suprema Corte", que nos presentan a los mismos personajes enfrentándose a diversas situaciones en cada capítulo y resolviendo problemas diferentes, generalmente no hay cambios en estos personajes, sin embargo, puede haber invitados.

Dentro del género informativo tenemos:

Noticiario: Generalmente son pequeños bloques o cortes informativos dentro de la programación normal, con el fin de difundir información relevante a los radioescuchas en cortos periodos. Normalmente consta de uno o dos locutores dando a conocer los hechos con la libertad de hacer comentarios personales sobre esos mismos hechos.

Reportaje: Surge para darle ampliación a la información, es aquí donde un reportero investiga sobre algún hecho, profundizando. Los formatos que más se utilizan son la entrevista, la narración y la reconstrucción de los hechos.

Documental: El documental ofrece una investigación detallada sobre temas relevantes para los radioescuchas a los que van dirigidos.

Radioperiódico: Sencillamente consta de una persona sentada frente al micrófono leyendo las noticias escritas en el periódico del día, aun cuando es un programa que se

utiliza poco, tiene gran potencial, ya que se puede profundizar en las noticias que se requiera.

Panel y debate: Este tipo de programas, que últimamente están de moda, se centran en los invitados, en donde discuten cierto tema donde hay una parte y contraparte. Normalmente este tipo de programas cuenta con invitados de varios medios conocidos y son controlados por un mediador que es el locutor, que se encarga de dar la palabra y de dar resoluciones si así se requiere, todo depende del tema que se debata.

Cuando ya se habló de la producción radiofónica y algunas características de lo que es la radio, es prudente empezar a hablar de un proyecto, un proyecto en pro de la universidad y que reúne la mayor parte de estas características.

CAPÍTULO 4

PLANEACIÓN DEL PROYECTO DE UN
SISTEMA DE AUDIO INTERNO EN LA
UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE.

4.1 JUSTIFICACIÓN

Siendo una Universidad que cuenta con la carrera de ciencias de la comunicación, es recomendable que exista un espacio para la producción y difusión radiofónica con la finalidad de convertirse en una herramienta para la comunidad estudiantil y reforzar los sistemas de difusión existentes en la universidad, trayendo consigo beneficios como el aumento en el interés de los posibles candidatos a estudiar en alguna área de la Universidad Lasallista Benavente, causado por la idea de tener un sistema parecido a la radio como medio de difusión intraescolar.

4.2 OBJETIVO GENERAL

El objetivo del proyecto es mantener a la comunidad estudiantil al tanto de lo que acontece en su escuela, así como ofrecerles la oportunidad a los educandos de desarrollarse como profesionistas por medio de la práctica, de aquí nace la idea de crear un medio informativo (noticiario) cuya fuente de información no sea mas que la Universidad.

Adquirir un compromiso con las autoridades que apoyen este proyecto permitiendo su realización y desarrollo con los educandos de la Universidad Lasallista Benavente, lo cual se pretende sea nuestro público cautivo a los que se les debe ante todo respeto y por lo mismo solo es posible

presentar un producto que este a su nivel y al nivel de la Universidad.

4.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer un organismo dentro del cual el alumno pueda adquirir mayor experiencia gracias al hecho de usar con asiduidad el equipo de producción, con el fin de que el aprendiz desarrolle una capacidad de decisión y fortaleza en sus conocimientos cuando se encuentre en el ámbito laboral.
- Satisfacer en la mayoría de lo posible a nuestro auditorio, quien esta conformado por toda la comunidad estudiantil desde las secciones de primaria hasta universidad.
- Que exista un compromiso para con la universidad y que haya un desarrollo gradual en los aspectos profesionales, así como aumentar la calidad en las producciones.
- Ofrecer un espacio que pueda adecuarse para el desarrollo del servicio social que llevan acabo los estudiantes y abrir espacios en los cuales se puedan poner en práctica constante los conocimientos teóricos obtenidos, desarrollando una mejor experiencia en la practica.

- Estar a disposición de la comunidad estudiantil, los directivos, y todo aquel que forme parte de la Universidad Lasallista Benavente, es uno de los principales objetivos de este proyecto: Dada la ocasión en que pueda convertirse en un servicio social, los directores de carrera, o los altos mandos podrán implementar este sistema para transmitir algún tipo de mensajes y los estudiantes de cualquier área podrán hacerlo de la misma manera, que daría como resultado el apoyo a la palabra escrita por medio de la palabra hablada

4.4 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

En este proyecto se propone crear un sistema por medio de bocinas pequeñas localizadas en los pilares de los pasillos cerca de las aulas de la universidad y otras áreas como primaria, secundaria y preparatoria. Las bocinas estarían conectadas por medio de un cable que permita la transmisión de sonido desde una cabina hasta donde se encuentre localizada la última bocina, para la idea de este sistema se tomo como ejemplo a la empresa estadounidense de audio Bose®, que es una empresa en la que la mayoría de las tiendas departamentales han decidido contratar su sistema de audio que se adapta a las necesidades de quien lo solicite y de su presupuesto.

Tiendas departamentales como Liverpool, Sanborns, Sears, JCPenney, Suburbía, entre otras tienen este sistema, además esta empresa ha instalado estos sistemas en escuelas, estadios, foros, lo que nos dice que la universidad es rentable y apta para tener un sistema de este tipo, lamentablemente no se podría contratar a esta empresa debido a los costos probablemente muy altos, sin embargo, existen otras empresas en nuestro país que podrían hacer el trabajo.

La descripción de los equipos sugeridos para la implementación de este sistema no se pueden dar a conocer dado a que si la Universidad encuentra rentable este proyecto, ellos serán quienes consigan el mejor equipo posible con los mejores proveedores para entonces poder tener un sistema como se plantea en el proyecto y ser usado junto con las cabinas de radio con las que cuenta actualmente la universidad y que cumpla con las características y necesidades requeridas por la misma.

Este sistema permitiría la transmisión de la palabra hablada para comunicarse internamente con la comunidad estudiantil, siendo un apoyo a la comunicación existente dentro de la Universidad, lo cual haría que los mensajes tuvieran mucho mayor impacto en los estudiantes que dando a conocer información por un solo método.

Mediante este sistema se plantea dar a conocer información sobre algunos acontecimientos universitarios, anuncios académicos, avisos en general entre otras, sin embargo, no solo se trata de dar avisos o comentar hechos universitarios, también se puede crear una programación para cada área que tenga este sistema, es decir, si la sección primaria contase con el sistema ya mencionado, se crearía una barra programática que tenga programas infantiles y educativos, y lo mismo sería para la secciones de secundaria, preparatoria, y universidad; dicha programación estaría monitoreada, controlada y se realizaría de acuerdo a los tiempos académicos para no causar ninguna interrupción, por eso se sugiere que el horario de transmisión, sea de 10 minutos cuando esta se escuche en los pasillos escolares; dado a que los recesos constan de 20 minutos, se abarcarían diez, lo que en un aproximado, nos da tiempo suficiente sin interrumpir y llevar a cabo nuestro mensaje con éxito.

Debido a las múltiples opciones que el medio radiofónico ofrece (el cual tomamos como ejemplo para realizar el sistema), existe la idea de utilizar la infraestructura con la que se cuenta actualmente en la universidad con el fin de expandir sus utilidades y plantear un sistema interno de difusión el cual se ocupase de los menesteres que sucediesen dentro de la universidad.

Se pretende crear un noticiario que sirva de vínculo entre las autoridades y los educandos del plantel, provocando por medio de distintas secciones o distintas programaciones una comunicación recíproca entre las dos partes ya mencionadas, de tal forma, los alumnos de la mayoría de las secciones podrán estar informados de diferentes avisos o eventos que ocurran día a día con la Universidad y de igual manera las autoridades puedan tener un acercamiento mayor a las inquietudes y necesidades de su población escolar.

El noticiario podría tomar lugar en las transmisiones del proyecto dos veces por semana, por ejemplo los días Martes y Viernes, sucediendo en los recesos de 8:45 a.m. a 8:55 a.m. y de 10:45 a.m. a 10:55 a.m. evitando de esta manera interferir de alguna forma con las cátedras.

Otra forma de interactuar con las producciones es creando programas musicales, esto se debe a que nuestro público objetivo oscila entre los 18 y 25 años de edad, los cuales podrían dedicarle mayor tiempo a la transmisión de este programa. El género musical que se abarcaría sería variado y cambiaría semana con semana para tener diversidad y no caer en la monotonía de la repetición; el horario se contempla sea Lunes y Jueves a la misma hora que los recesos.

Un panel de discusión o de mesa redonda es otra propuesta interesante para los estudiantes ya que en este se abarcarían temas diferentes que estén relacionados con la institución, tratando de proponer soluciones, obteniendo así, una interactividad autoridad-alumno. Este panel se transmitiría los días miércoles con el horario ya mencionado.

Para la sección preparatoria se contempla un programa también de discusión pero de manera mas dinámica y fresca, dando a conocer un poco de lo que seria el tipo de información que se maneja en el noticiario profesional pero con un formato enfocado al público dirigido que se encuentra entre los 15 y 18 años de edad, para esta programación se propone sea los días martes, miércoles y jueves con horarios de 9:55 a.m. a 10:05 a.m. y de 11:55 a.m. a 12:05 a.m.

Para la sección secundaria, donde las edades de nuestro público oscilan entre los 12 y 15 años, se necesitan programas capaces de mantener su atención con temas que sean de su interés, por lo cual se propone un programa donde se abarquen varias secciones con temas de su elección, previamente escogidos por ellos a través de un sondeo; los días sugeridos para esta transmisión son lunes y viernes con horarios de 9:35 a.m. a 9:45 a.m. y de 11:35 a.m. a 11:45 a.m.

En los días martes y jueves se ha pensado tener una transmisión de música "pop" o música del momento para las secciones de secundaria y preparatoria debido al tipo de público al que se dirigiría esta programación; los horarios en los que se piensa transmitir son de 9:35 a 9:45 a.m., de 9:55 a 10:05 a.m., de 11:35 a 11:45 a.m. y de 11:55 a 12:05 a.m., es decir, respectivamente a los periodos de receso de cada sección.

Para la sección primaria y como último, donde las edades de nuestro público oscilan entre los 6 y 12 años, es complicado ofrecer programas que satisfagan sus necesidades, ya que es mas amplio, por eso es recomendable tener una diversidad de temas en el que hayan programas infantiles o representantes de cada edad para lograr una pronta identificación con la mayoría del mercado y despertar de alguna manera el interés de los niños en general hacia los medios, es decir, un programa de segmentos o cápsulas en los que se aborden diferentes temas y situaciones que sean de interés para ellos, temas donde se sientan identificados para obtener su confianza y su preferencia.

Existen otros lugares en los que sugiere este instalado este sistema, por ejemplo, si el sistema decidiese integrarse en la cafetería, entonces se puede programar de manera continua de las 8:00 a.m. a las 15:00 p.m. y en este caso la barra programática abarcaría no solo avisos académicos o mensajes internos, sino que

tendría capsulas informativas, música y programas de diverso contenido adecuados para las secciones que comparten ese lugar, es decir, secundaria, preparatoria y universidad, primaria no entra dado que ellos tienen su propio lugar de recreación, pero no se queda fuera porque también se toma en cuenta para la instalación de este sistema.

Para la sugerencia de estos programas, se hizo un sondeo a los alumnos donde se tomo una muestra de 50 estudiantes del área profesional, y gracias a estas respuestas se pudo basar la mayoría de los programas que se sugieren y se plantean a continuación. Además todos los programas están en planeación, sin embargo, tal y como es la finalidad de la radio, este proyecto de difusión interna planea cumplir con cada una de estas para ofrecer a la mayoría, tanto autoridades como alumnado producciones de calidad, rentables y dinámicas, el cual se piensa cumpla con las expectativas generadas por medio de este proyecto.

(En la hoja siguiente se encuentra la encuesta que se realizó)

**SONDEO PARA EL PROYECTO DE UN SISTEMA DE AUDIO INTERNO
EN LA UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE.**

1.- ¿De que manera te enteras de las noticias y sucesos de la universidad?
Puedes marcar más de una respuesta

- a) Circular
- b) Tablero de Avisos
- c) Comentarios de autoridades
- d) Comentarios de compañeros
- e) Todos los anteriores
- f) Ninguno de los anteriores

2.- De las siguientes opciones, da tu opinión escribiendo el número 5 lo más interesante y el 1 lo que no te importaría considerar

- a) Edición de una revista interna ()
- b) Implementación de un sistema de audio interno ()
- c) Creación de pizarrones informativos ()
- d) Publicación de avisos en la prensa loca ()
- e) Creación de juntas semanales con jefes de grupo ()

3.- De la opción preferente (la que calificaste con 5) diseña las formas en que te gustaría que fuera ese medio.

- A) a1.- _____ a2.- _____ a3.- _____

- B) b1.- _____ b2.- _____ b3.- _____

- C) c1.- _____ c2.- _____ c3.- _____

- D) d1.- _____ d2.- _____ d3.- _____

- E) e1.- _____ e2.- _____ e3.- _____

4.5 EL NOTICIARIO

Misión:

Crear una fuente de información que sea confiable para todo estudiante de la sección profesional de la Universidad Lasallista Benavente, permitiendo una comunicación interactiva con el alumnado y las autoridades de tal manera se daría a conocer lo que acontece dentro del campus con el firme objetivo de dar siempre información fidedigna.

Visión:

Convertirse en un programa al cual el estudiante consulte para obtener información que necesite de forma ágil, sencilla y dinámica para tratar de estar siempre al tanto de lo que sucede en su alma máter.

Lograr aumentar la duración y los días de transmisión del programa con la confianza, credibilidad y preferencia del público sin abandonar nunca los principios de calidad y excelencia por los que el sistema se rige.

Objetivo:

Ofrecer de manera oportuna información al estudiante durante su estadía en la Universidad con un nivel de

producción parecido o igual al de un noticiario de cadena radiofónica nacional.

Realización:

Para poder llevar a cabo de manera profesional este programa, es necesario entablar una íntima relación con todas las partes por las que esta compuesta nuestra universidad, para que el flujo de información sea adecuado y llegue a nosotros conforme se vaya generando

Para lograr esto, es necesario, por lo menos, tener dos reporteros que estén al pendiente de los comunicados oficiales que se emitan (los que estén permitidos conocer por los estudiantes, es decir, los que no son confidenciales); sin embargo, no basta con estar íntimamente ligado con los comunicados sino también con los estudiantes o mejor aún con la vida universitaria para que así se puedan generar notas de interés gral.

En la cobertura de entrevistas o eventos será necesaria una planeación previa en la que se estipule la duración de la misma y el requerimiento del equipo a utilizar para cubrir dicha entrevista, la cual se efectuara entre los miembros de la producción del noticiario y posteriormente informar al director general para que de a conocer los horarios de transmisión.

El noticiario se dirige a un público de entre los 18 a los 25 años de edad, es decir, la misma edad que tienen los estudiantes de profesional dentro de la Universidad. El contenido será netamente información generada por la escuela, es por eso, que una transmisión diaria resultaría muy compleja y no llenaría los espacios propuestos, sin embargo, se propone que la emisión de este sea los días martes y viernes, teniendo así tiempo e información suficiente para preparar una producción de calidad.

En un principio, la emisión del noticiario tendría carácter retransmitido para poder contar con el tiempo necesario para su preproducción, producción, edición y diseño con la finalidad de que poder corregir o reemplazar algún error que pudiese ocurrir durante la transmisión en vivo. El segmento de conducción se grabará un día antes de su transmisión y ésta no debe exceder de una hora para poder tener dos horas de edición el mismo día. Este programa está conformado de varias secciones las cuales ni su orden ni las secciones están definidas totalmente, secciones como deportes, entrevistas con personal universitario, avisos diversos, notas UNAM, exámenes en gral., eventos de las carreras; todas estas secciones mencionadas pretenden ser cubiertas por el noticiario y cumplir con la mayoría de las expectativas de los alumnos para un noticiario universitario.

4.6 MESA REDONDA

Misión

Reunir en un espacio moderado en el que el estudiantado pueda discutir temas de actualidad o de su interés con autoridades escolares, docentes o incluso compañeros de su misma edad, con esto se espera se presenten propuestas y/o soluciones a diversos problemas que pueden ser o no muy comunes ya sea que se presenten dentro o fuera del campus de la universidad y así lograr el propósito de este programa que significa llegar a un acuerdo o conclusión y tratar de orientar a quienes hayan tenido la platica y lograr hacer de su alma máter un mejor lugar de crecimiento, esparcimiento y desarrollo.

Visión:

Proveer un espacio que se transforme en un foro de discusión para encontrar la mejor solución posible a la mayoría de los temas en los que alumnado tenga interés y hacerlo de manera controlada en la cual siempre haya comunicación reciproca por parte de quienes participen e la mesa redonda para llegar a una conclusión y siempre en pro del alumno y la universidad.

Objetivo:

Hacer de la comunicación reciproca entre los representantes de la Universidad Lasallista Benavente y sus estudiantes una constante dentro del campus, convirtiéndose en la forma más propia para proporcionar ayuda y dirección a los jóvenes que lo soliciten.

Realización:

Para poder detectar los problemas o temas de los cuales los alumnos les interese hablar o discutir, se pueden utilizar sondeos o pequeñas encuestas donde puedan expresar por escrito aquello que les inquieta o preocupa y hacerlas llegar a las autoridades para que de esta manera se pueda organizar un grupo que represente a los estudiantes y al mismo tiempo un grupo representativo de las autoridades que pueda responder a las inquietudes de los temas de los jóvenes participantes y puedan llegar a una solución, obviamente las autoridades o docentes son quienes el alumnado voltearía su cabeza para recibir ayuda, entonces estas personas deben conocer si no en su totalidad el tema del que se va a dialogar, al menos si deben saber un 50% del tema y estar mas en contacto con los jóvenes.

El moderador debe mantener un ambiente educado y cordial para un correcto desarrollo del programa con la finalidad de prevenir alguna falta de respeto a

cualquiera de las partes involucradas en el dialogo. Para poder realizar la mesa redonda no se necesita un espacio muy grande, solo se necesita un espacio donde quepan 6 personas y que estén cómodas, este lugar puede ser la sala de entrevistas de las cabinas de radio o incluso puede ser algún otro lugar dentro de la Universidad, éste método nos permite alternar entre un lugar y otro para que la mesa redonda no llegue a ser aburrida o tediosa para los dialogantes, además nos da la ventaja que el último lugar sea variado debido a la magnitud del campus universitario.

Al igual que el noticiario, este programa se grabará un día antes o si es posible con mayor anticipación para ser transmitido el día especificado y mantenga una programación semanal. El tiempo de grabación para el programa se estipula sea de veinte minutos que es monitoreada por un moderador que se encarga de marcar tiempos y llevar la pauta de la mesa redonda; y para su edición no se requiere mucho trabajo puesto que hay que mantener la frescura y espontaneidad que ocurra en el dialogo, salvo algún error de que se hayan cortado palabras, errores técnicos o si hubo mucho silencio, etc.

La forma en que se llevara a cabo la dinámica del programa consta de 2 partes de 3 personas cada una, una parte representando a los estudiantes, los cuales deben ser los que mas interesados estén y otra parte representando a las autoridades que deben ser los

indicados para discutir dicho problema. El moderador tiene la función única de marcar tiempos, espacios y de dirigir las preguntas, todo esto con la finalidad de hacer que el programa no se salga de los tiempos establecidos y mantener un orden dentro del mismo programa.

Aun no se ha definido quien será el moderador, pero si tiene que ser alguien joven con facilidad de palabra, buena dicción y que imponga respeto y autoridad, pues de el moderador depende si los participantes lo escuchen o no.

La mesa redonda se divide en dos partes, planteamiento y resolución, además está dividida en dos recesos, siendo así: En el primer receso o la primera transmisión, los participantes plantean el problema y se da a conocer la postura de los participantes para llegar a la resolución de tal problema. En el segundo receso, que es la segunda parte de la mesa redonda, está destinada para que se cree la lluvia de ideas para llegar a una posible solución y a una conclusión entre ambas partes, por lo tanto, logramos que la mesa redonda no se haga tediosa o aburrida, obteniendo expectación al término de la primera parte para escuchar la segunda, lo que significa en un mayor público interesado y mas demanda.

4.7 PROGRAMA DE MUSICA VARIADA.

Misión:

Entretener al alumnado de la Universidad Lasallista Benavente mediante la transmisión de un gusto común en los jóvenes, la música.

Visión:

Ofrecer un producto de calidad y de aceptación entre los alumnos a los que se quiere entretener a través de una programación sencilla en la que no se requiera de mucho ingreso tiempo-humano.

Objetivo:

Brindar lo más representativo y los mejores géneros dentro del rubro musical con la finalidad de gustar a la mayoría de los que nos escuchen, al igual que dar a conocer música que se ha ido perdiendo con los años para tratar de despertar el interés en la misma y ofrecer una propuesta que valga la pena entre los alumnos de la Universidad.

Realización:

La realización de este programa es bastante sencilla, ya que no es necesario emplear muchos recursos técnicos

ni humanos, es decir, que tan solo con la ayuda de la computadora y dos personas a cargo de esta programación, podrán hacerlo sin ningún problema, además el lugar donde se va a grabar la mayor parte del tiempo va a ser el mismo, lo que nos ayuda a identificarnos con el espacio y poder interactuar como el locutor se sienta cómodo.

Se podría pensar de este programa como "programa de relleno", pero este fue el origen de la idea, ya que se quiere hacer llegar música del agrado de varias personas a sus oídos a través de bocinas localizadas estratégicamente cerca de sus aulas de estudio, además es el programa que tiene muchas mas posibilidades de encajar entre los estudiantes de la universidad y no solo de profesional, sino de preparatoria, secundaria y primaria.

Debido a la diversidad de gustos musicales entre el alumnado se ha decidido abordar un género diferente semanalmente, ya sea rock, blues, jazz, música clásica, pop, punk, hip hop, balada, banda, norteña, house, techno, dance, trova, chill out, etc., para ofrecer un poco de cada uno de estos en cada emisión y ofrecerle algo de su agrado a cada uno de los que nos escuchen.

Lamentablemente, por cuestiones de horario, no se podría transmitir toda la discografía que se pudiese tener de un grupo o solista, sin embargo, una previa recopilación de las mejores canciones de ese género es de gran ayuda ya que nos permite acomodar la transmisión de

acuerdo a los tiempos establecidos para este programa y nos permitiría hacerlos los días que se habían convenido.

Al igual que el noticiario y el programa de mesa redonda, este también estaría dividido en dos partes, es decir, en dos recesos, en los que en el primer receso se darán a conocer datos generales y una breve reseña histórica del género musical a presentar, grupo, compositores, origen, etc., posteriormente en el segundo receso, se presentaría la recopilación de las mejores canciones de ese género o grupo.

La forma en que las piezas musicales se seleccionan es en base a un juicio previo de su calidad y su propuesta musical, para que de esta forma podamos ofrecer siempre un producto positivo que se distinga de las demás opciones que realmente merezca ser destacada de las demás. Estos juicios tratan de destacar que en ciertos casos, para hacer un producto de excelente calidad no es necesaria una fuerte inversión de dinero, sino simplemente la existencia de creatividad e imaginación y sobre todo tener ganas de hacer las cosas bien y siempre con el ímpetu de querer expresar una idea o sentimiento positivo.

La locución de esta propuesta representa un problema debido al amplio conocimiento que se debe tener del rubro musical, además que debe tener gusto por todos ellos o al menos la mayoría, sin embargo, se busca a una persona que

hable con naturalidad y que tenga conocimiento previo lo que le permita llevar la batuta sin ninguna dificultad y refleje en su voz la franqueza y tranquilidad necesaria para encajar en la mayoría de los gustos de nuestro público receptor.

En cuanto al tiempo de grabación y edición, es muy parecido al de los demás programas, ya que estos se graban y editan un día antes de ser transmitidos.

4.8 MESA REDONDA PARA LA SECCIÓN PREPARATORIA

Misión:

A través de un formato ágil y dinámico, entretener y educar al público mediante información emitida de tal forma que la recepción sea la más adecuada para su mejor entendimiento, de igual manera, funcionar también como orientación vocacional en la que los preparatorianos puedan tener un pequeño vistazo de las carreras profesionales que se ofrecen en la universidad.

Visión:

Una constante evolución y hacernos poseedores de un público que se desarrolle tras cada transmisión permitiéndole a esta producción un crecimiento gradual en su horario de transmisión y ser la vía de captación de un

mayor número de estudiantes graduados de esta sección para la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad.

Objetivo:

Realizar una producción con nivel, con profesionalismo, con seriedad pero al mismo tiempo que sea divertida y que satisfaga la mayoría de las necesidades de nuestro público captando su atención, formando parte de sus intereses y al mismo tiempo despertar el interés por la carrera de ciencias de la comunicación.

Realización:

Es imperante tener conocimiento de los gustos e intereses de nuestro público objetivo, el cual son jóvenes de los 15 a los 18 años, esto debido, a que el equipo realizador del programa es muy probable que no este en contacto con lo mismos intereses que ellos ya sea por diferencia de edades o simplemente diferentes pensamientos y actitudes. Debido a esta complicación, es necesario que las tres personas que lleven la guía de esta mesa redonda estén totalmente compenetradas con la situación o el tema que se vaya a discutir y al mismo tiempo estén totalmente involucrados con la producción, con las ideas y con los contenidos para poder captar la atención del público objetivo.

Ya habiendo sugerido antes, tres jóvenes serán quienes estén en el programa y un moderador quien guíe el programa y con la finalidad de alcanzar una mayor diversificación se escogerá a un representante de cada año escolar preparatoriano, también serán necesarios por lo menos dos personas mas que se encarguen de recopilar notas para el programa.

Al igual que el noticiario y la mesa redonda, el lugar para este es prácticamente la misma idea, ya que son 6 personas en 2 equipos de 3 personas cada uno y la misma sala de entrevistas de nuestras cabinas de radio sirve su función y los preparatorianos, aun cuando no tienen mucho contacto con las instalaciones de profesional, tendrán la habilidad de reconocer dónde se llevan a cabo los programas y lograr una identificación para con ellos.

Como la mayoría de las producciones, la duración por cuestiones de espacio es de 20 minutos divididos en los dos recesos del día. Los segmentos que se graben en cabina deben hacerse un día antes de su transmisión o si cae en fin de semana, dejarla lista para poder ser transmitida en cuanto empiece la semana; todos estos segmentos tendrán un horario de grabación de 3:00 a 4:00 p.m.

El contenido de esta mesa redonda requiere de un trabajo periodístico por parte del moderador y de aquellas personas que trabajen recolectando notas, una

vez hecha la labor periodística, se llevará a cabo una junta de producción con los integrantes del programa en donde se seleccionaran las notas a aparecer y posteriormente la elaboración del guión. El carácter de la información recopilada será muy variado, puesto que puede ser institucional como el noticiario de profesional o temas de interés juvenil general.

La dinámica operacional de este programa trata de que los tres dialogantes no lean nada más las notas recopiladas sino que las comenten y den su opinión según su particular punto de vista convergiendo así todos los participantes y creando entre ellos un vínculo generacional.

Con todos estos elementos se pretende crear una producción mientras entretenga a nuestro público lo informe y despertar en ellos el gusto hacia los mesa redondas.

4.9 MESA REDONDA PARA LA SECCIÓN SECUNDARIA

Misión:

Llevar a cabo una producción que sea de agrado para nuestro público, llevándoles un mensaje informativo y educativo reforzando los valores que la universidad

promueve de la manera en la que el preadolescente entienda y acepte con la mayor disponibilidad posible.

Visión:

Ser un programa que encaje en el gusto y las necesidades del alumnado ofreciendo siempre un contenido que sea de su interés y ser un buen orientador para estas generaciones.

Objetivo:

Lograr que el público objetivo nos acepte y evolucionar según los requerimientos que el programa vaya generando en base a su calidad.

Realización:

La producción de esta mesa redonda es muy similar a la realización de la mesa redonda preparatoria, sin embargo, en la formación de los equipos nos enfrentamos al obstáculo de la falta de interés hacia este tipo de acercamiento con las autoridades, y esto ha sucedido debido a la evolución que han tenido las generaciones, por tal motivo es imperante que haya una comunicación interna constante entre el equipo de producción y el personal de apoyo de la sección que decida formar parte del proyecto. Al igual que en el proyecto anterior se decidió tener a un representante de cada año escolar de

esta sección y en este caso las personas que estén dentro del equipo que se dedique a recopilar información deberá ser mayor para obtener mayor dinámica y otorgarle frescura al proyecto, la estadia de estas personas estará condicionada a su desempeño y labor de investigación.

A los participantes que estén dentro de la sala de entrevistas de las cabinas de la ULSAB, se les debe explicar y exigir buen comportamiento, respeto y cuidado con los equipos que se utilicen en la grabación.

El contenido del programa estará delegado a los moderadores y reporteros con previa edición y redacción del equipo de producción para vigilar que los contenidos vayan de acorde con los cánones universitarios. Las notas y la información recopilada que se comenten en este programa deberán ser del interés primordial del público al que va dirigido puesto que estará generado por miembros de su misma generación.

La dinámica a seguir es muy parecida a la del anterior pero con menos formalidad alternando un mayor número de reportajes no mayores a un minuto para evitar aburrimiento. Su producción, grabación y edición es igual que en los demás mesas redondas, es decir, un día antes de su transmisión con horario por la tarde.

4.10 PROGRAMA DE MUSICA VARIADA PARA PREPARATORIA Y SECUNDARIA

Misión:

Ofrecer la música de actualidad que sea de común agrado en el gusto de los jóvenes a los que está dirigida esta programación.

Visión:

Servir como vínculo para los jóvenes interesados en el área de locución; que tengan un espacio donde puedan experimentar aunque sea por un corto tiempo, la sensación de ser locutores y se busca se despierte el interés y la curiosidad que hay en ellos de formar parte en otras producciones.

Objetivo:

Ofrecer producciones de calidad que sean capaces de captar la atención del público y la obtención de nuevos participantes para el sistema de difusión de la Universidad.

Realización:

En esta sección solo se hará una producción la cual será transmitida para las secciones de preparatoria y secundaria.

Para poder llevar a cabo estas producciones es necesario que los locutores que dirijan este programa sean de las secciones a las cuales esta dirigida, además, el interés por parte de ellos debe ser imprescindible, de lo contrario, la producción no se podría llevar a cabo como tal.

Este programa no se basará en un solo conductor, sino que estos mismos se cambiarán semana a semana con el fin de darle rotación y darle oportunidad a otras personas que estén interesadas. La manera de transmitir los programas, será que un representante de cada sección se encargue de ser el locutor a la hora de su receso. Los alumnos que se interesen en la locución deberán dirigirse a donde esté la raíz de la transmisión, es decir, que se dirija directamente a donde se hagan las producciones.

Como la mayoría de los demás programas, este no difiere mucho de la estructura base, es decir, que la música que se transmitirá será escogida por un sondeo que nos de una pauta a seguir en cuanto a gustos musicales se refiere, para así cubrir la mayor parte de la demanda del estudiantado de ambas secciones, sin embargo, el género

musical que mas predominará es el pop en inglés y/o en español, esto se debe a la demografía de nuestro público al que nos dirigimos. En cuanto al espacio de grabación, pues no se necesita cambiar ya que el lugar es el mismo donde se han hecho las demás transmisiones.

La grabación de los segmentos debe respetar los tiempos de producción asignados para que estén de acuerdo con los recesos, y al igual que las demás producciones, su grabación se hará un día antes para poder editar y corregir posibles errores.

4.11 PROGRAMA INFANTIL (SECCIÓN PRIMARIA)

Misión:

Estimular y despertar el interés, curiosidad e imaginación de los niños en la sección primaria de la Universidad Lasallista Benavente, mediante una amplia variedad de contenido en esta parte del proyecto.

Visión:

Mediante el esfuerzo, lograr ganar la confianza y aceptación de nuestro público, así mismo, lograr un seguimiento de las producciones en base a la demanda para lograr el desarrollo del proyecto y permitir la evolución del mismo.

Objetivo:

Ser una fuente de información, educación y entretenimiento generada por la misma Universidad aparte de todos los profesores de esta sección.

Realización:

Sin duda alguna, este proyecto representa un gran reto, ya que el hecho de trabajar con pequeños es una tarea difícil pero no imposible, sin embargo, aquí debemos contar con el apoyo de los maestros de la sección primaria para poder llevar un control durante la grabación del programa.

En primera instancia, el locutor principal será un adulto el cual tiene asignado un grupo de niños, a los cuales, en el transcurso del programa el locutor deberá guiarlos y marcarles la pauta para evitar un desorden en la producción.

Las capsulas que se transmitan en el programa serán previamente grabadas con la supervisión de adulto pero grabadas por los niños para los niños y crear una confianza de nuestro equipo de producción con los pequeños estudiantes de la sección primaria.

El contenido de las cápsulas será variado, ya que pueden ser recetas, noticias sobre caricaturas, chismes,

juguetes, curiosidades, deportes o temas de su interés que ellos tendrán la oportunidad de escoger.

A diferencia de los demás proyectos la duración de este será de 30 minutos y será transmitido en las instalaciones de Conny's Burguer Sucursal CLUB ULSAB 2000, pensando en la hora del almuerzo de los niños durante sus visitas semanales. La forma en que serán reproducidas estos programas para la sección infantil, se hará uso de las instalaciones auditivas de Conny's Burguer.

Gracias a este formato y el contenido variado que se maneje, es muy probable que se despierte el interés y la curiosidad de los niños siempre otorgándoles algo de lo que puedan aprender y ejercitar su imaginación.

Antes de continuar, se debe saber como quedaron los horarios de los programas mas importantes en el proyecto, estos quedaron así:

4.12 HORARIOS DE TRANSMISIÓN

PROGRAMACIÓN PARA LA SECCIÓN PROFESIONAL

HORARIO	LUNES	MARTES	JUEVES	VIERNES
8:45 – 8 55	Prog. Musical	Noticario	Prog. Musical	Noticario
10:54 – 10:55	Prog. Musical	Noticario	Prog. Musical	Noticario

PROGRAMACIÓN PARA LA SECCIÓN PREPARATORIA

HORARIO	MARTES	MIERCOLES	JUEVES
9:55 – 10:05	Mesa Redonda	Mesa Redonda	Mesa Redonda
11:55 -12:05	Mesa Redonda	Mesa Redonda	Mesa Redonda

PROGRAMACIÓN PARA LA SECCION SECUNDARIA

HORARIO	LUNES	VIERNES
9:35 – 9:45	Mesa Redonda	Mesa Redonda
11:35 – 11:45	Mesa Redonda	Mesa Redonda

Los demás horarios son muy parecidos, solo que se decidió omitirlos porque el conocimiento de los recesos para las demás secciones es desconocido, además que se tiene que pedir permiso a cada una de las autoridades correspondientes para lograr hacer una transmisión en el sistema en sus instalaciones.

Los horarios de edición y grabación no tendría ningún caso ponerlos como barra programática, porque como ya se ha dicho, esos horarios son un día antes de la transmisión de alguno de los programas y generalmente ocurrirá en la tarde, y si por alguna razón el equipo de producción no logra hacer la grabación y edición correspondientes el día anterior al destinado de su programa, tendrán que improvisar con algún programa que tengan grabados para evitar dejar un espacio de transmisión, esto se debe a que como son pocos los espacios que se tienen para los programas, se tienen que aprovechar al máximo.

Sin embargo, ya teniendo horarios, programas sugeridos, barra programática, conocimientos del lenguaje radiofónico, su producción sus fases, etc., es prudente hablar de los que integran o laboran en una estructura de este tipo, y a estas personas las definimos como recursos humanos en los siguientes párrafos.

4.13 PERSONAL O RECURSOS HUMANOS

Por recursos humanos se entiende a toda aquella persona que realiza una función en específico y/o en diversas formas, es por eso que se definen a continuación las personas que podrían estar a cargo de nuestro proyecto. Se propone combinar experiencia y juventud, es decir, alguien experimentado trabaje en conjunto con el estudiante y obtener como resultado la emulsión de la experiencia y sagacidad.

4.13.1 COORDINADOR DE LA RADIO

Esta persona, como su nombre lo dice, es la que estará a cargo de la coordinación del proyecto, además, coordinará todos los elementos que estén a su disposición, lo que da a entender que dará la cara ante las autoridades en la escuela y frente a los directivos. Se sugiere sea una persona con experiencia en el medio y que conozca de que se trata la radio, como trabajar su voz, que tenga autoridad y respeto.

4.13.2 PROGRAMADOR

Es la persona que se encarga de decidir que programas anuncios, entrevistas, asistencias o conferencias, etc.,

aparezcan a diario en la programación; establecer los tiempos para cada uno, su duración y su acomodación dentro de la transmisión al igual que darles un orden de acuerdo a su importancia.

4.13.3 REDACTOR

El giro noticioso no es el único que se plantea para este proyecto, es decir, que hay un estilo de redacción para cada programa que se decida tener y el individuo a cargo de esta posición tendrá como deber filtrar (revisar si hay algo escrito de alguna manera que atente contra la universidad para removerlo y/o reemplazarlo), catalogar, revisar el orden semántico, sintaxis, fonética corregir e incluso aumentar o enriquecer los textos presentados. Como parte de las prácticas, aquellos educandos que participen tendrán que redactar sus propias notas o textos y entregárselos al redactor para que quede lo mejor escrito posible para que sea audible.

4.13.4 OPERADOR DE EQUIPO

La función de esta persona es muy clara, es decir, sencillamente es aquel o aquella que manejaría la consola, la computadora y todo aquello que necesite operarse de alguna forma.

Se recomienda que no sea solo una persona quien haga todas las operaciones, sino que pueda enseñar a otros

practicantes para que estos en un momento dado puedan realizar las mismas funciones sin ningún problema, además les brinda conocimiento a sus compañeros. Se sugiere que sean dos las que estén a cargo de las funciones del equipo, en primera instancia, por la comodidad del espacio, en segunda porque en conjunto, la mayoría de las veces se trabaja mejor y lo que procuramos en nuestro proyecto es una buena realización y esta es una de las opciones para lograrlo.

4.13.5 LOCUTOR(ES)

El o ellos, en pocas palabras, son la voz del proyecto. Se busca sea una voz elegante, pero sobre todo que sea juvenil, una voz con la cual la mayor parte de la comunidad estudiantil se identifique y guste entre ellos, con cuidado de no caer en lo vulgar y la tontería.

Nuestro(os) locutor(es) puede(n) ser casi cualquier persona, además esto sería una excelente práctica para aquellos que quieren aprender a manejar su voz, ritmo, entonación, duración, y evitar las muletillas, el siseo, popeo que solo ensucian la voz, pero esto solo se puede ir perdiendo con la práctica.

4.13.6 PERSONAL TÉCNICO

Son aquellas personas que apoyan en cuanto existe algún problema con los aparatos, o de personas

capacidades que solo ellos pueden realizar. Sugierentemente, los estudiantes de la carrera de Ing. en Computación son los principales candidatos, ya que ellos están en constante contacto con la parte técnica de los aparatos.

Todas estas personas forman parte de un equipo, un equipo de producción donde se tiene la consigna de trabajar bien, con respeto y forjar metas para poder alcanzarlas con un alto nivel de profesionalismo como lo pueden ofrecer los alumnos de la Universidad Lasallista Benavente pero sobre todo los estudiantes de la carrera en Ciencias de la Comunicación.

CONCLUSIONES

Las ideas aisladas no conforman un todo, se tienen que relacionar con otras y entre sí para conformar una unidad, un sistema. Es así como el conocimiento de la historia de la radio escrita en este proyecto ayuda a reforzar el conocimiento general y nos provee una manera más de entender el medio, como también nos da a conocer lo básico en cuanto a producción radiofónica y entonces se convierte en una herramienta más para todo aquel que lo utilice.

Es importante que la Universidad Lasallista Benavente como institución educativa que cuenta con la carrera de Ciencias de la Comunicación, refuerce con este sistema su actual forma de comunicarse para con el personal y los alumnos, cabe aclarar, que no se está diciendo que lo que existe no funciona o tiene poca efectividad, sino que, se puede mejorar para tener un mayor impacto en la sociedad estudiantil. Así mismo ofrecer entretenimiento y fomentar el conocimiento práctico en los alumnos de la carrera de ciencias de la comunicación.

Este proyecto puede ser de gran utilidad ya que podría ayudar en la mejora de la comunicación interna de la institución, la ventaja del proyecto planteado es que no requiere de un presupuesto elevado para su realización.

La realización de este proyecto es organizada porque se diseñó en base al tiempo con el que se cuenta y ofrece un sistema de producción sencillo, estructurado y funcional.

Este proyecto podría realizarse no solo en el ámbito profesional sino extender la sugerencia a la preparatoria, secundaria e incluso primaria, dado que la implementación del mismo crearía novedad en la comunidad estudiantil y eso se puede reflejar en un mayor ingreso de estudiantes y la universidad podría estar a la par con otras universidades que cuentan ya con este sistema como la Universidad Autónoma de México o la Universidad de Guadalajara entre otras.

En resumen, se puede concluir que es un buen proyecto y de ser llevado a la realidad traería grandes beneficios para dicha institución.

BIBLIOGRAFIA

1. Bohmann, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, 2ª edición, Alianza Editorial, México. 1994. 415 pp.
2. Christlieb Fernández, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, 8ª edición, Editorial Juan Pablos Editor. México. 1990. 330 pp.
3. De Anda y Ramos, Francisco, *La radio: el despertar del gigante*, Editorial Trillas. 1997, México. 512 pp.
4. Figueroa, Romero, *¡Qué onda con la radio!*, 1ª edición 1996, Editorial Pearson Educación, 2ª reimpresión 1997, México. 535 pp.
5. Goldhaber M., Gerald, *Comunicación Organizacional*, 1ª edición 9ª impresión, Editorial Diana, México. 2001. 423 pp.
6. Gross S., Lyne y Reese E. David, *Manual de producción radiofónica: estudio y equipo*, 1ª edición, Editorial Prentice Hall. 1997. México. 288 pp.
7. Hilliard L., Robert, *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*, 7ª edición, Editorial Internacional Thomson Editores. 1999. México, USA. 466 pp.
8. Paoli, José Antonio, *Comunicación e Información*, Tercera Edición, México, Ed. Pearson 1994. 280 pp.
9. Pérez Hernández, Mario Alberto, *Prácticas radiofónicas*, 2da. Edición, Editorial Porrúa. 1998, México. 221 pp.

OTRAS FUENTES

INTERNET

1. CIRT - Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión
<http://www.cirt.com.mx/>
2. Diario Oficial de la Federación
<http://www.diariooficial.gob.mx>
3. El rincón de la radio
<http://es.geocities.com/jose958/>
4. IMER - Instituto Mexicano de la Radio
<http://www.imer.gob.mx/>
5. L.A. Radio, The way it was
<http://www.geocities.com/hollywood/academy/5515/laradio.html>
6. Puerta, La Radio al día
<http://www.laradioaldia.com/>
7. Radio UNAM
<http://www.unam.mx/radiounam/htm/cronica.htm>
8. 91.9 La Radioactiva
<http://www.919radioactiva.com/>
9. 100 años de radio- sitio web
<http://www.weblandia.com/radio/esca2-e.htm>