



UNIVERSIDAD DE  
SOTAVENTO A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

**JAIME DE JESÚS OROPEZA NÚÑEZ**

ASESOR:

**LIC. OSCAR RICARDO CASTILLO BRIBIESCA**

COATZACOALCOS, VER.

ENERO 2013



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

# Índice

<b>Introducción</b>	4
<b>CAPÍTULO 1.- LA HISTORIA DE LA RADIO</b>	7
<b>1.1.- Antecedentes</b>	8
1.1.1.- Escenario social	8
1.1.2.- La prensa	9
1.1.3.- El fonógrafo	10
1.1.4.- El telégrafo	11
1.1.5.- El teléfono	11
1.1.6.- La radiotelegrafía	12
<b>1.2.- Primeras emisiones</b>	13
1.2.1.- Inglaterra	13
1.2.2.- Estados Unidos de América	14
<b>1.3.- La Época de Oro</b>	17
1.3.1.- Tipos de programas	18
<b>1.4.- La radio en México</b>	20
1.4.1.- Antecedentes	21
1.4.2.- El fenómeno de la radio	22
1.4.3.- La radio comercial	22
1.4.4.- XEW: La voz de la América Latina desde México	23
1.4.5.- La FM ve la luz	24
1.4.6.- El recuento de los hechos	25
<b>CAPÍTULO 2.- GÉNEROS</b>	31
<b>2.1.- Origen</b>	32
2.1.1.- Géneros periodísticos	32
<b>2.2.- Géneros radiofónicos</b>	35
2.2.1.- Noticiario o informativo	37
2.2.2.- De comentario o discusión	40

2.2.3.- Deportivo	43
2.2.4.- Musical	44
2.2.5.- Radiodrama	45
2.2.6.- Misceláneo o radiorevista	49
<b>CAPÍTULO 3.- PREPRODUCCIÓN</b>	<b>52</b>
<b>3.1.- La creación radiofónica</b>	<b>54</b>
3.1.1.- El sonido	54
3.1.2.- El guión	56
3.1.3.- La planificación	60
3.1.3.1.- El guión técnico	64
<b>CAPÍTULO 4.- REALIZACIÓN Y POSPRODUCCIÓN</b>	<b>81</b>
<b>4.1.- La realización</b>	<b>82</b>
<b>4.2.- La posproducción</b>	<b>108</b>
<b>Conclusión</b>	<b>110</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>113</b>

## Introducción

En sus inicios la radio fue destinada a objetivos marítimos y militares, antes de ser utilizada con fines informativos, educativos y de entretenimiento.

Como medio de comunicación juega un papel importante dentro de la sociedad, es promotor y generador de opiniones, al igual que relatador de hechos y una de las principales herramientas de persuasión.

A pesar de que es por excelencia uno de los primeros medios electrónicos de comunicación masiva, ha sido menos analizada de lo que se esperaría, trayendo como consecuencia un conocimiento poco profundo de este sistema de difusión tan completo.

En México este medio nace obediente a la necesidad de comunicar, y como resultado de una reacción en cadena generada en el resto del mundo.

Desde sus orígenes, la radio se ha mantenido entre los privilegiados puestos de popularidad otorgados por la gente, esto debido a que se insertó con gran facilidad en las esferas de los diversos grupos sociales. Y es que desde sus inicios, en la segunda década del siglo pasado, se perfilaba como una buena inversión a futuro.

Comenzó siendo popular entre el sector económico medio-alto, sin embargo, debido a su costo relativamente bajo, rápidamente se posicionó en los hogares de las clases populares. Para lograrlo, también su dinamismo, versatilidad e inmediatez fueron piezas fundamentales.

La industria de la radiodifusión desde siempre ha dejado entrever virtudes, e incluso las limitaciones fueron sus mejores alicientes para su desarrollo. El uso y la potencialidad de este medio, han sido reconocidos y comprobados en diversas ocasiones, tanto en México como en otros países.

Su campo de acción es tan grande como el de la comunicación misma, cuyas fronteras aún no se han descubierto.

La penetración y la fuerza de la radio no son obra de casualidad, sino del trabajo duro y tenaz, de estudios y pruebas que han culminado con un medio que se complementa con la vida, las prácticas y los públicos a los que se dirige.

Aquí la producción radiofónica hace su entrada como pieza esencial de este medio masivo. Las habilidades dentro de esta área determinan el sonido característico de una estación, el cual la diferenciará de todas las demás. La producción ha tenido que evolucionar a la misma velocidad que la sociedad para renovar las fuerzas de la radio y evitar su extinción, pues las personas nunca quieren escuchar aquello que la moda dicta como pasado de época. Por lo tanto es correcto si a la producción se le reconoce como su elixir de la eterna juventud.

Así el éxito se debe también a su temática universal, a la comprensión de un público polifacético, a su grado de personalización, al nivel de integración que posee, a su recurso de amplificación y a su capacidad de satisfacer diferentes gustos y necesidades.

A lo largo de su historia, este medio de comunicación ha tenido compromisos específicos: comunicar e informar; ofrecer una libertad de sintonía sólo comparable con los gustos que un país, ciudad o pueblo pueda tener.

Su crecimiento por supuesto no ha sido ajeno al contexto en el que nace y se desarrolla. Desde que inició su transmisión en nuestro país, se enlazaron alrededor de ésta una serie de eventos que hicieron posible su consolidación. Todo lo que ha sido la radio desde su nacimiento, configura la radio de hoy y es la base para la del futuro, implicando también las transformaciones de mercado, sociales y jurídicas.

A lo largo del tiempo, el desarrollo de la radio en México ha seguido fundamentalmente el modelo comercial, situación que puede explicarse por los grandes privilegios que los concesionarios privados fueron obteniendo a través de las leyes y reglamentos que se refieren a esta actividad.

Pero la producción en radio no reconoce grandes distinciones entre los programas que operan en este modelo, o los que operan en el no comercial o permisionados, por lo tanto el presente manual posee relevancia en los dos casos.

Este trabajo es un acercamiento concreto a la experiencia radiofónica, y lo que implica crear y desarrollar el contenido vital de una emisora, los programas. Con la orientación aquí plasmada la elaboración del producto auditivo se simplifica, pues se resaltan los puntos medulares y se eliminan aquellos que para estos días ya son obsoletos.

El escrito busca, más que innovar, recordar y remarcar las bases de una producción radiofónica aplicando elementos sencillos pero significativos, piezas que marquen la diferencia. Recordando que la naturaleza de este medio masivo se encuentra fuera de lo común, pues su fórmula elemental es una combinación de lo viejo y lo nuevo.

## **CAPÍTULO 1.- LA HISTORIA DE LA RADIO**



## **1.1 Antecedentes**

La radio marca la culminación e inicio de dos procesos. Por un lado el esfuerzo creativo y científico que lleva a la invención de los mayores artefactos en comunicación del siglo XIX, la prensa, la fotografía y el cinematógrafo. Con esto finaliza esta etapa en la que el hombre se ve rebasado por un cúmulo de barreras ideológicas y tecnológicas que no le permiten continuar con su inventiva.

Por otro lado, después se da paso a la renovada generación del siglo XX que con ingenio y talento se abren camino y crean su primer gran logro: la radiodifusión. Que sería sólo el principio de la comunicación del vigésimo siglo.

### **1.1.1 Escenario social**

La forma en que la sociedad dejó entrar a la radiodifusión y la hizo suya encuentra su origen mucho antes de la invención de esta. El principio de la aceptación se origina en el ambiente creado por la Revolución Industrial a causa de sus cambios y transformaciones entre 1750 y 1850, en cuanto a los nuevos sistemas de producción.

La producción industrial se fusiona con una mayor y creciente mano de obra, la generación de artículos en cadena ocasiona la baja de los precios y provoca que los talleres menores entren en una competencia desigual que los obliga a cerrar.

Los trabajadores del campo ven en la industria una ventana de oportunidades para elevar su calidad de vida y emigran a las ciudades. Los campesinos en el transcurso de este siglo, por necesidad adoptan la vida cosmopolita, incluyendo por supuesto sus pros y contras.

En cuanto a esto Francisco de Anda Ramos menciona los siguientes puntos:

- *“La industrialización en sí misma desarrolló una actividad más programada que requería e hizo posible la educación y la eventualidad de que el ser humano contara con tiempo libre.*
- *La concentración urbana permitió que la comunicación, con sus medios, fuera rentable.*
- *Como una consecuencia directa e inmediata de los puntos anteriores, se inició el desarrollo de tecnologías para alcanzar grandes grupos a precios accesibles.”<sup>1</sup>*

### **1.1.2 La prensa**

Desde los primeros años del hombre habitando el planeta, la necesidad de comunicarse fue de las primeras en ocupar su atención, sólo después del alimento. Primero fue satisfecha por gestos, después por algunos sonidos guturales, hasta que a la unión de varios de estos ruidos les asociaron una definición, una imagen mental, dando a luz a las palabras.

Pero la necesidad del hombre iba más allá de esto, aparte de quererse comunicar con su entorno y con sus similares, buscaba que algo diera testimonio de esto, que quedara plasmada la idea a transmitir en el espacio. Así fue como primero las pinturas rupestres fueron utilizadas, para después dar paso libre a la creación de la escritura por medio de ideogramas y jeroglíficos.

La prensa constituye la evolución de esta necesidad que ha impulsado al hombre a lo largo de su existencia. Esta invención es el paso que da la bienvenida a los medios colectivos de comunicación. A principios del siglo XIX este medio de comunicación ya había ejercido su actuar, pero todavía no se aventuraba a abarcar a grandes grupos de lectores.

Es en 1830 que el periódico New York Sun inaugura la prensa popular con la venta de noticias en una hoja de papel que costaba un centavo de dólar.

---

<sup>1</sup> Anda y Ramos, Francisco de. “La radio: el despertar del gigante”. México D.F. 1997. Editorial Trillas. Pág. 22-23

La importancia de este hecho relacionado al tema que incumbe, es que por primera vez se va cultivando el hábito entre la sociedad del consumo de un medio de comunicación. Aspecto sin el cual no sería posible la proliferación de medios actual, y así jamás hubiera existido la radio.

### **1.1.3 El fonógrafo**

El inventor estadounidense Thomas Alba Edison a partir de un cilindro de cera, crea el fonógrafo, que patentaría aproximadamente un año después. La entrada de este artefacto al mercado fue lenta pero insistente.

Más adelante, el alemán Emile Berliner decidió modificar un poco el invento de Edison, cambia el cilindro por un sistema más simple y más sencillo para su almacenaje, el disco, el cual es patentado y presentado al mercado europeo en 1888. En esa misma fecha funda la Deutsche Grammophon Gesellschaft, empresa productora de fonogramas.

Berliner se ve sorprendido al no obtener el éxito esperado en Europa frente al cilindro de Edison, por lo que decide entrar al mercado estadounidense. En 1901, Emile se asocia a Eldrige Johnson y fundan la Victor Talking Machine, desplazando rápidamente al fonógrafo original inventado por Thomas Edison.

La creatividad de estos nuevos socios los lleva al éxito con el lanzamiento en 1905 de la Victrola, un artefacto más parecido a un mueble de maderas finas que podía acomodarse como una consola en la sala de la casa.

El invento de Edison marcó cambios muy importantes en los usos y costumbres de las clases sociales media y alta. La música se volvió algo cotidiano y quizá hasta necesario para hacer un hogar acogedor, se convirtió en un hábito, y preparó el terreno pues creó una necesidad que más tarde sería satisfecha por la radiodifusión.

#### **1.1.4 El telégrafo**

El telégrafo y el teléfono deben considerarse como dos de los antecedentes directos de la radiodifusión.

El descubrimiento del físico italiano Alessandro Volta, al producir electricidad en 1800, vino a abrir el horizonte del ingenio humano.

Así fue como el estadounidense Samuel Morse, interrumpiendo rítmicamente series de impulsos eléctricos, inventó y desarrolló el telégrafo de alambres con un electromagneto integrado en 1833, por medio del cual podía transmitirse un código de su misma autoría a base de puntos y rayas nombrado "Morse". De esta manera las noticias pudieron viajar más rápido que nunca.

#### **1.1.5 El teléfono**

La comunicación a distancia a significado para el hombre una inquietud que conlleva un reto, y siempre lo que este ha buscado es transmitir sus ideas tan lejos como sea posible, de la forma más directa y personal.

Los signos y señales no satisfacían en su totalidad la necesidad, y se imaginó que si fuera posible transmitir sonidos producidos por el hombre, o mejor aún la misma voz a gran distancia, marcaría un gran avance.

El primer antecedente que se tiene de este artefacto resulta en 1837, con la música galvánica de Charles Crafton Page. Pero se puede considerar que el primer teléfono eléctrico lo desarrolló el alemán Phillip Reis en 1860. Lo hizo a partir del modelo del oído humano, con una vejiga de cerdo que actuaba como tímpano. A este debería considerársele el inventor del aparato, aunque nunca se preocupó por perfeccionarlo pues los inversionistas germanos mostraron un interés casi nulo.

Reis fue víctima de su poca visión pues no pensó en usar el teléfono como medio de comunicación con proyección industrial, sino que sólo ideó transmitir música como experimento.

Algunos años después, Elisha Gray, se introdujo en los estudios para desarrollar otro sistema telefónico que concluiría exitosamente, pero por azares del destino y del oportunismo de Alexander Graham Bell, el invento fue patentado por él el 14 de febrero de 1876.

Bell solamente había construido un micrófono primitivo que reproducía sonidos confusos, pero después de muchas peripecias legales consiguió llevarse toda la gloria. Para cerrar una serie de actos reprobables, el 10 de marzo de 1876 Graham Bell llevó a cabo una demostración de su mecanismo telefónico. El aparato que presentó como funcional utilizaba el micrófono de Gray y no el suyo.

#### **1.1.6 La radiotelegrafía**

En 1888 el físico alemán Heinrich Hertz perfeccionó las ondas electromagnéticas con la función de difundir impulsos eléctricos al espacio. El descubrimiento de estas ondas, combinado con la clave inventada por Samuel Morse, la clave Morse, hicieron posible la invención del italiano Guglielmo Marconi en 1895: la radiotelegrafía.

El logro que situó al invento en éxito, fue el comunicarse de un continente a otro por medio de las ondas hertzianas, esto en 1901. Así la radiotelegrafía fue el medio de comunicación predeterminado para acortar las grandes distancias, y en nuestro país no fue la excepción:

*“En México, las primeras estaciones radiotelegráficas fueron montadas en Cabo Haro, en las cercanías de Guaymas, Sonora; y Santa Rosalía, Territorio Sur de Baja California, en 1909.”<sup>2</sup>*

---

<sup>2</sup> Salayandía García, Ernesto. “Radio, causa y cauce, Herramientas y Técnicas”. Chihuahua, 1999. Editorial Trillas. Pág. 65

## 1.2 Primeras emisiones

Cuando finalizó la Primera Guerra Mundial en 1918, ya eran bastantes las empresas que se dedicaban a la fabricación de radios en todo el mundo. En Alemania, la Telefunken se encargó de producirlos y otorgó una licencia a la Siemens para elaborarlos en Gran Bretaña. Por otra parte, en Francia también empieza a producir equipos radiofónicos la Anglo-French Wireless Company y la Compagnie Universelle de Télégraphie et Téléphonie sans Fil. En Estados Unidos, la Westinghouse, la Western Electric y la Radio Corporation of America (RCA).

La radio adquiría cada vez más importancia en el mundo. La empresa de Marconi y dueña de la patente de los radio receptores, otorgó durante 1929 2200 licencias para explotar comercialmente artefactos de radio. Con esto el terreno estaba listo para el inicio de la radiodifusión.

### 1.2.1 Inglaterra

Todo parecía listo para que Gran Bretaña se convirtiera en el líder de la industria de la radiodifusión, pero al finalizar la Primera Guerra Mundial , la Post Office controlaba las emisoras de telefonía. Aún así se autorizó que la empresa Marconi emitiera durante 15 días un programa musical todas las noches desde Chelmsford. La emisión se escuchó clara a 2400 km. Pero, a pesar de tocar la gloria de la radiodifusión organizada momentáneamente por ser el primer país en lograr esto, The Post Office dio marcha atrás. Revocó el permiso y la radio cayó en un profundo silencio otra vez.

Así la primer emisión radiofónica inglesa comienza el 23 de febrero de 1920, para ser interrumpida el 9 de marzo del mismo año.

*“Después, se autoriza una ridícula emisora de sólo 10 watts de potencia y en 1921 le autorizan a Marconi una de 200watts en Writtle, cerca de Chelmsford. En 1922 se autoriza otra emisora instalada en el*

*Strand, casa central de Marconi, y se conceden 30000 licencias para el uso de receptores de radio.*<sup>3</sup>

### 1.2.2 Estados Unidos de América

Aquí la radiodifusión se vio caracterizada por su rápida y explosiva expansión, una de las características distintivas de este país.

Muchos son los que se atribuyen el comienzo de esta. Por un lado se encuentra The University of Wisconsin quien sostiene que su estación, la cual se encontraba en fase experimental, la “WHA”<sup>4</sup>, era ya operada por el departamento de física de la universidad y que por lo tanto debe ser considerada como la primera emisora estadounidense.

Aparte de esto William E. Scripps dice que en 1920, durante el verano, su emisora, la “WWJ”<sup>5</sup>, instalada en Detroit, Michigan, comenzó a transmitir emisiones de radiodifusión. Aunque en ese entonces trabajaba bajo el nombre de 8MK.

Por otro lado, a la disputa también entra la “KQW”<sup>6</sup>, situada en San José, California, quien inició transmisiones en 1909 y ya tenía una programación para 1912. Sin embargo según los registros, la primera emisora que obtiene oficialmente una licencia es la WBZ de Springfield, Massachusetts. Esta inicia a transmitir el 15 de septiembre de 1921.

En el año 1920, Frank Conrad, ingeniero de Westinghouse, instaló en su propia casa una estación experimental para comunicarse con el transmisor de la compañía. Este ingeniero inició sus transmisiones en 1919, y junto al permiso expedido el 2 de noviembre de 1920 le fueron otorgadas las letras “KDKA”<sup>7</sup> para nombrar a su emisora.

---

<sup>3</sup> Anda, Francisco de. Op. cit. Pág. 54

<sup>4</sup> Ibídem, pág. 55

<sup>5</sup> Ídem.

<sup>6</sup> Ídem.

<sup>7</sup> Ídem.

Conrad comenzó a transmitir con un solo objetivo: informar acerca de la elección presidencial disputada entre Warren G. Harding y James M. Cox, saliendo victorioso el primero.

En esta discusión acerca de quién fue el primero en hacer uso de la radiodifusión y establecer una emisora oficialmente sobresalen dos nombre de los anteriores mencionados: la WBZ de Springfield, Massachusetts, y la KDKA de Pittsburgh. Para otorgar el veredicto final y obtener a un ganador se tiene que acudir a unos simples criterios de Baudino y Kittross:

*“Los criterios son los siguientes: que después de haber realizado transmisiones de prueba y demostración, 1. se emplearon ondas de radio, 2. para enviar señales no codificadas, 3. en un continuo y organizado servicio con programación, 4. cuyo compromiso fue satisfacer al público en general, y 5. con licencia o permiso para impartir dicho servicio.*

*Si seguimos dicho criterio, la primera emisora que cumple los cinco puntos es la WBZ de Springfield, y no la KDKA de Pittsburgh...”<sup>8</sup>*

Y es que hay que recordar que la KDKA fue fundada y laboró con un único objetivo, informar acerca de las elecciones presidenciales que se llevaban a cabo en 1920, por lo tanto no poseía una programación continua ni organizada como la WBZ.

La radiodifusión entonces nace en Estados Unidos como un medio de información política, para más tarde dar paso a los demás géneros. En el año 1921, se transmite por la RCA una pelea de box, los combatientes son William Harrison “Jack” Dempsey y Georges Carpentier, comenzando así las emisiones deportivas que ya jamás abandonarían a la radio.

El gobierno de acuerdo a lo estipulado en la “Radio Act” de 1912 sólo se limitaba a otorgar licencias para transmitir, y lo hacía sin ningún orden, esto

---

<sup>8</sup> Ídem.



hizo posible el apogeo de la radio o mejor conocido como “radio boom”. Esto significó que para 1922 ya funcionaban 451 radiodifusoras.

Las empresas vendedoras de equipos eléctricos se convirtieron en los principales promotores de esta nueva industria pues les convenía, gracias a esta sus productos eran consumidos en mayor cantidad.

La AT & T fue de las primeras empresas que entendió el “negocio” de la radio como tal y en 1922 lanza la WEAJ en Nueva York, patrocinada por publicidad.

Cuatro años después, gracias al éxito obtenido en su emisora debido al patrocinio, la AT & T crea una sección aparte: la Broadcasting Company of America que a partir de ese momento se encarga de manejar a la WEAJ.

La RCA, antes American Marconi, vio con interés este fenómeno por la amplia ventana de oportunidades que podía ofrecer y decidió crear en 1926 la National Broadcasting Company (NBC) para construir la primera cadena de radiodifusoras, de la cual más tarde surgiría Blue Network, y por último ABC.

Por otro lado, en 1927, la compañía de discos Columbia crea la Columbia Broadcasting System con 16 emisoras. Con esta última se termina de pasar lista a las tres grandes cadenas que han sabido mantenerse hasta la fecha, como líderes en los Estados Unidos.

Como se puede percibir, en Estado Unidos el surgimiento de la industria de la radio se realizó con libertad, pero como todo negocio próspero, encontró diversos conflictos de intereses en su camino. El más importante de ellos fue con los periódicos y las agencias de prensa, aunque el tiempo más tarde les enseñó que estos no eran medios competitivos entre ellos o absolutistas, sino complementarios.

Por último es importante indicar que la libertad no tiene por qué significar caos, por esto y por la desorganización de la que estaba siendo víctima la

radiodifusión, en 1927 se creó la Federal Radio Commission (FRC) para así mejorar el sistema de distribución de frecuencias. Esta más tarde se transformaría en la Federal Communications Commission (FCC).

### 1.3 La Época de Oro

Al finalizar esa primera década de la radio que comprende de 1920 a 1930, llegamos a lo que se conoce como la Época de Oro, donde la programación es más madura y posee un ritmo y desarrollo establecido, se podría decir que ya ha formado su propia personalidad y el medio alcanza un alto grado de profesionalización.

Es importante resaltar que en este tiempo la principal competencia de la radio, la televisión, aún no se desarrollaba. Por lo tanto se tuvo libertad para crear y experimentar con la programación y el tipo de entretenimiento. Se desplegó un concepto de programas en vivo muy rico lo cual caracterizó a esta época que se extendió desde 1930 hasta 1950.

*“Desde sus inicios, las tres finalidades de la radio han sido: información, cultura y entretenimiento y se presenta de distintas maneras en distintas épocas.”<sup>9</sup>*

De esta forma la producción de los programas radiofónicos durante esos 20 años mezclaron:

- a) *“Programas musicales con orquestas y cantantes en vivo, en donde alternaban figuras consagradas con nuevos valores y programas de aficionados.*
- b) *Programas cómicos y dramáticos, en donde se incluyen los radioteatros, como Apague la luz y escuche, de Arturo de Córdova; las radionovelas o soapoperas, por ser patrocinadas por firmas jaboneras; y los programas cómicos como los del Panzón Panseco, o la inefable “Tremenda corte” en donde Trespatines hace de las suyas.*

---

<sup>9</sup> Ibídem, pág. 58

- c) *Eventos, noticias y deportes, que habían sido, sobre todo, la característica más importante de la década anterior.*<sup>10</sup>

### **1.3.1.- Tipos de programas**

Después de una década de estar funcionando la radio en México, en 1930 ya la penetración que tenía en la sociedad era asombrosa. Gracias a esta, el bolero mexicano tuvo un gran auge los siguientes años hasta 1960 aproximadamente, logrando traspasar fronteras y convertir en grandes personalidades a artistas como Agustín Lara, Pedro Vargas, Pedro Infante, entre otros.

Lo que se escuchaba en esos días en las emisoras eran todas las expresiones de la música popular de la época, desde los ya mencionados boleros románticos hasta los diversos géneros tradicionales de varios estados de la república, pasando por la característica música vernácula, y más tarde los ritmos afroantillanos.

Después de 1940, el bolero mexicano llegó hasta Colombia cuando en la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos no podía enviar discos a América Latina. Entonces la XEW, con su basto catálogo de artistas cubrió perfectamente la falta de producciones discográficas. Siendo este acontecimiento uno de los grandes motivos por los cuales a esta radiodifusora se le reconoció como la más grande de toda América Latina.

En esta misma época sobresale la compositora Consuelo Velázquez, creadora de “Bésame Mucho”, quizá la canción más cantada de todos los tiempos. Otra personalidad destacada es el músico Agustín Lara, que no estudió música en alguna escuela, pero que con su talento fue capaz de convertirse en un inmortal de la música en México.

Y ahora sí, después de conocer qué se escuchaba por aquel tiempo podemos descubrir cómo se hablaba por aquellos días. En esos años, se

---

<sup>10</sup> Ídem.

transmitían programas de un personaje que marcó un antes y un después en la música infantil: Crí-Crí.

Los locutores eran, son y serán siempre un elemento muy importante en el quehacer de la radio. En la Época de Oro, desde sus cabinas sabían promover la cultura y la información.

Su voz se convertía en la tarjeta de presentación de cada una de las frecuencias que entraban a los hogares. Estos artistas de la palabra nutrían la fantasía de los radioescuchas, creaban mundos enteros que enamoraban, divertían, decepcionaban, enojaban y solidarizaban con la historia que desarrollaban. Las voces se convirtieron en un elemento central, indispensable y enigmático.

Entre los años 1934 y 1958, algunos poetas y literatos, escribían guiones, radioteatros y canciones para promover un producto, mejor conocidas como “jingles”. Xavier Villaurrutia, Salvador Novo, Alfonso Reyes, Ángel Rabanal, Chucho Elizarrarás, Mauricio Magdaleno, Ricardo López Méndez, entre otros elaboraban melodías que capturaban la atención de los radioescuchas y futuros clientes. Uno de los ejemplos más notorios es el escrito por Fernando González Oviedo: Mejor, mejora Mejoral.

Se puede sospechar por simple lógica que la radio juega un papel muy importante en la difusión de la música, pero en ese entonces también difundía un fenómeno novedoso, la radionovela, que posee sus mayores logros en la década de los cincuenta.

La XEW, en la década de los treinta ya producía y transmitía algunas, pero su auge llega a partir de 1941 gracias a la serie “Ave sin nido”, marcando el camino para otras que le siguieron ese mismo año como: Lo que el viento se llevó, La vida de Gloria, Los tres mosqueteros, La región más transparente, entre otras.

A partir de este logro la estación comenzó a transmitir cinco radionovelas al día, entre ellas una de las más aclamadas en la historia de este género, “Chucho el roto”.

En los años cincuenta el éxito de las radionovelas era sorprendente. Las familias enteras se reunían para escuchar las historias, que si bien no eran ciertas, arrancaban gritos, lágrimas, lamentos y risas.

El valor de estas radio dramatizaciones, respecto a lo cultural, era que tenían una función moralizante. Al cierre de cada capítulo, el radioescucha se quedaba con una moraleja que de una u otra forma adaptaba a su realidad.

Como se preveía, la XEW pronto tuvo competencia. En 1938 la XEQ se inauguró con programas en vivo y horarios de transmisión; más adelante los programas serían grabados y harían su aparición los anuncios comerciales. En 1942 se inaugura “Radio Centro”.

También iniciarían las cadenas radiofónicas, teniendo como pionera a la “Radio Continental”, y posteriormente “La Cadena Azul”, formada por la XEQ y catorce estaciones de provincia.

El sueño de la radio se opacó al aparecer la televisión con toda su fuerza, la audiencia que ayer prefería imaginar lo que escuchaba, hoy decidía ver antes que cualquier otra cosa. Esta crisis llevó a la mayoría de las estaciones a convertirse en lo que hoy son, difusoras de material de moda netamente comercial.

## **1.4 La radio en México**

Después de que la primera estación radiodifusora con autorización oficial para transmitir, la WBZ de Springfield, Massachusetts, Estados Unidos, entrara en acción en 1921, nuestro país no se quedó muy atrás. Sólo dos años después, en 1923, se le autorizó el permiso oficial para realizar transmisiones

de radiotelefonía, como se le conocía en aquella época a la radiodifusión, al ingeniero Constantino de Tárnava, originario de Monterrey, Nuevo León.

Este ingeniero mexicano estudió en el país vecino del norte y desde 1919 se había dedicado a experimentar con una estación radiofónica que nombró T-ND (Tárnava Notre Dame, su apellido y la universidad donde cursó su carrera).

La primera emisión que lanzó a través de las ondas hertzianas con un horario regular fue a partir de octubre de 1919, de las 20:30 hrs. a las 24:00 hrs. Cuando le fue otorgada la autorización oficial casi cuatro años después, continuó con las transmisiones a la misma hora.

#### **1.4.1 Antecedentes**

Pero los antecedentes de este hecho en nuestro país se remontan hasta 1908, cuando ya eran utilizadas emisiones radiotelefónicas en el norte del país, aunque existen algunas fuentes que afirman que Pancho Villa empleó antes la radio en la División del Norte.

En 1915, cuando el mando del país está en manos de Venustiano Carranza, algunos ya investigaban y experimentaban con la radiofonía en la Ciudad de México, uno de ellos era el ingeniero Modesto Roland y otro, el doctor Adolfo Gómez Fernández.

Al término del mandato del general Adolfo de la Huerta, en junio de 1920, La British Marconi pidió al gobierno mexicano la autorización para abrir una emisora de consumo popular, a lo que México respondió que sólo al gobierno le conciernen el control de dichos servicios.

Un año después el gobierno de la nación inició una serie de emisiones con un equipo construido por la Dirección General de Telégrafos Nacionales. Ese mismo día, 27 de septiembre de 1921, se transmite desde el Teatro Ideal, por los hermanos Adolfo Enrique y Pedro Gómez Fernández, con un transmisor marca De Forest de 20 watts, que había sido confiscado unos días antes a un

barco pequero estadounidense. Estos hermanos transmitieron todos los sábados y domingos por la noche hasta inicios de 1922, pero recordando los criterios de Baudino y Kittross, no poseían una programación estructurada.

Algunas emisoras más se agregan a la lista, una de ellas era la X- UNO de Jorge Peredo, pero es, como anteriormente ya se había mencionado, Constantino de Tárnava el que se lleva el reconocimiento de haber efectuado la primera emisión radiofónica en 1921 con una potencia de 50 watts. Su permiso lo acredita como la emisora 24-A Experimental y en 1923 se le otorgan las letras XEH.

#### **1.4.2 El fenómeno de la radio**

La gente se encontraba maravillada e interesada en el basto cúmulo de oportunidades que este nuevo medio de comunicación podía brindarles. A tal nivel se manifestaba la locura por escuchar radiotelefonía, que el ingeniero José de Herrán Pau edificó una planta transmisora financiado por el comerciante J. Fernando Ramírez. Así la primera radiotransmisión originada en la Ciudad de México se efectuó el 19 de marzo de 1923, a las 20:00 hrs.

#### **1.4.3 La radio comercial**

Con el objetivo de conseguir financiamiento para las transmisiones, el ingeniero Constantino de Tárnava comienza a vender entre sus conocidos, tiempo para anuncios comerciales y aparatos receptores, esto también para aumentar el número de radioescuchas, y es así como se comienza a gestar la radio comercial en México.

En sus inicios esta estación difundía música grabada, pero en 1923 da un paso gigantesco y comienza a transmitir música en vivo. Mientras tanto, en 1922 surge la 7A experimental en Morelia, una pequeña transmisora al mando de Tiburcio Ponce que trabajaba con 25 watts de potencia.

*“Por ese tiempo, el hombre de negocios Raúl Azcárraga, tenía en la avenida Juárez de la capital del país un taller automovilístico llamado Garaje Alameda, y la Casa del Radio, especializada en la venta de radiorreceptores. Este mismo empresario entró en negociaciones con los editores del periódico El Universal, logrando asociarse y fundar la estación radiotelefónica El Universal Ilustrado – La Casa del Radio. Así fue como la primera transmisión comercial de radiotelefonía ocurrió el 8 de mayo de 1923 a las 8:00 de la noche. El acto de inauguración fue presidido por Carlos Noriega Hope, director de El Universal, y los hermanos Raúl y Emilio Azcárraga, de la Casa del Radio.*

*Con el indicativo CYL, la radiodifusora programa de las 9:00 a las 11:00 de la noche transmisiones de música para baile los martes y viernes. Poco después se ofrecieron melodías a petición de los radioyentes, por cortesía de la Casa Sanborns de México. Los hermanos Azcárraga, mediante una inteligente publicidad en diarios y volantes, vendían cantidades increíbles de aparatos desde 12 pesos en adelante: Al mismo tiempo, los empresarios del radio comercializaron un refresco de agua gaseosa embotellada con la marca Radio.”<sup>11</sup>*

Es así como la radio comercial se establece por completo y se convierte en la solución para sostener a la radiodifusión en el país. Tan viable fue esto que entre los años 1923 y 1936, nacieron 46 nuevas radiodifusoras de amplitud modulada.

#### **1.4.4 XEW: La voz de la América Latina desde México**

Es en un 18 de septiembre del año 1930, cuando una nueva emisora invade el espacio con sus señales por primera vez, desde sus instalaciones situadas en la Ciudad de México.

Se trataba de la XEW fundada por Emilio Azcárraga, gerente general de México Music S.A., esta compañía se dedicaba a la distribución de los

---

<sup>11</sup> Salayandía, Ernesto. Op. cit. Pág. 67



radorreceptores RCA. Su lema, La Voz de la América Latina desde México, reconocido más allá de las fronteras del país.

El programa inaugural fue todo un suceso, se presentaron artistas de primera calidad como el tenor Alfonso Ortiz Tirado, Juan Arvizu, Agustín Lara, Jorge del Moral, Ofelia Euzosa, y un notable elenco contratado sólo para la ocasión. La W, como fue conocida más adelante, transmitía con cinco mil watts de potencia radiada.

En ese mismo año otras radiodifusoras iniciaron sus emisiones, la XEJ, de Ciudad Juárez; XEV, de Veracruz; XET, de Monterrey; XES, de Tampico; y en la capital del país, la XEJP y la XELZ.

El 18 de septiembre de 1938, celebrando su octavo aniversario, aumentó la potencia con la que transmitía, de cinco mil watts a 100 mil watts de potencia radiada. La estación llevó nuevamente a cabo el evento protocolario de inauguración, pero esta vez por el secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, el general Francisco J. Mújica.

Para esta gran fiesta el elenco artístico no podía faltar, y ya haciéndose costumbre, fue de lo más selecto: Silvestre Revueltas, Juan S. Garrido, Luis Alcaraz, Tata Nacho, Juan García Esquivel, Genaro Núñez, Gonzalo Curiel, Velino M. Preza y José Sabre Marroquín.

Cantantes como Agustín Lara, Toña la negra, Emilio Tuero, Fernando Fernández, Lupita Palomera y otros. Y artistas de la comedia como Joaquín Pardavé, Mario Moreno "Cantinflas", Roberto Soto, Delia Magaña y Enrique "Chino" Herrera.

#### **1.4.5 La FM ve la luz**

Aunque para muchos la radiodifusora XEX-FM se lleva el mérito de haber sido la primera en atreverse a transmitir en frecuencia modulada (FM) en 1947, esta lo único que hizo fue retransmitir el contenido de la XEX, que fungía

como su “hermana mayor”. Así que los honores no deben ser para ella, o en todo caso, debe compartírselos con Federico Obregón Cruces, pues fue él quien operó por primera vez de forma comercial, una radiodifusora en frecuencia modulada. Esto lo logró cuando el 31 de diciembre de 1953 llevó al aire a la XHFM Radio Joya de México.

#### **1.4.6 El recuento de los hechos**

Hasta este momento es preciso hacer un breve resumen del desarrollo de la radio en México para recapitular todos los elementos importantes, pues sin alguno de los sucesos la historia habría cambiado drásticamente. Y para esto resulta oportuna la línea del tiempo de Francisco de Anda y Ramos:

*“1900-1915: Periodo de experimentación y perfeccionamiento de los equipos.*

*1919-1923: En Monterrey Constantino de Tárnava. Sus primeras siglas T-ND, significaban 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.*

*1922: José de la Herrán. Primera radiodifusora en la Ciudad de México con 2 horas de transmisión a la semana. Se identificaba con las siglas JH.*

*1923: En abril de este año se instala “La Casa del Radio del Universal” (CYL). Con equipo de 4 bulbos de 250 watts cada uno, estudio con piano y victrola “Víctor”. Transmite por vez primera el Himno Nacional. El 10 de mayo por la noche se hace la primera transmisión con publicidad de Sanborns.*

*Surge la emisora más antigua de la Ciudad de México de la Compañía Cigarrera El Buen Tono (CYB) y que hoy opera bajo las siglas XEB. La transmisión se interrumpía entre las 11 y las 13 horas y entre las 17 y las 19 horas. El locutor pionero de la CYB fue Jorge Marrón, el Dr. I. Q. Fueron Juan Buchanan y Jorge Marrón quienes realizaron el primer control remoto desde el restaurante Abel, a 5 cuadras de la radiodifusora. El Presidente Álvaro Obregón inauguró la CYB el 16 de septiembre; media*

hora después salió del aire porque se quemó el transmisor y se reinstaló el 23 de septiembre.

Surgen otras emisoras: La CYH de High Life, La CYX de Excélsior y La CYJ de la General Electric.

En diciembre de 1923 Fernando de Fuentes hace la primera solicitud formal para la explotación de radiodifusoras comerciales y nunca se formalizó.

**1925:** Operan 11 radiodifusoras en el país. Siete en la capital y cinco en el interior del país.

**1929:** México se adhiere a la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones en Washington, D.C. Recibe ahí sus indicativos XE y XF.

**1930:** El 18 de septiembre se inaugura la XEW, con el lema “La Voz de la América Latina desde México”. Surgieron figuras como Pedro Vargas, Agustín Lara, Toña la Negra, Emilio Tuero, Gabilondo Soler Cri-Cri, Pedro Infante, Jorge Negrete, Arturo de Córdoba, entre otros muchos.

**1941:** Se constituye la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión.

**1945-1946:** Surge el Radio Mil como cadena. Se funda XENK Radio 620, hoy cabeza de Radiodifusoras Asociadas (RASA).

**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.

**1949:** Causan sensación los nuevos discos irrompibles en microzurco 33 1/3 y 45 revoluciones por minuto.

**1959:** Entra en vigor la Ley Federal de Radio y Televisión.

**1960-1970:** La radio se ha transformado. Desaparecen los programas con música en vivo y los sustituyen las grabaciones.

**1966:** *La inversión publicitaria en radio es de 519.1 millones de pesos.*

**1969:** *A partir de este momento, además de todos los impuestos que ya se pagan, se incluye un nuevo impuesto en especie, el 12.5% de la transmisión de todas las emisoras comerciales.*

**1970:** *Se inicia una etapa distinta en la radio, con el inicio de la radio de Formato Hablado. Se funda XERED e inicia sus emisiones Monitor. José Gutiérrez Vivó toma el micrófono accidentalmente para tornarse con los años en la estrella del programa.*

**1973-1980:** *A la muerte de Sarnoff en 1971 la FM en México, siguiendo los pasos de Estados Unidos inicia su despegue: FM se torna en sinónimo de música en alta fidelidad. AM en crisis. Se cuestiona si se debe transmitir música. Principia el avance de la FM en audiencia.*

**1980-1990:** *Los avances tecnológicos, como los satélites Morelos I y II permiten realizar más y mejores transmisiones. Con ellos se inicia una nueva etapa no exenta de diversos problemas:*

- *Desconocimiento de su uso para radio.*
- *Derechos por uso de Satélite para TV que se pretenden aplicar inequitativamente al radio.*
- *Cambio tecnológico.*
- *Cambio Programático:*
  - *Intercambio de material.*
  - *Nuevas cadenas.*
  
- *Cambio comercial.*
- *Nuevos servicios.*
- *Capacitación técnica.*

*Para 1996 había 840 emisoras usando satélite.*

### **La digitalización:**

**1980:** Procesadores de audio: XAMPLER. Facilidades de producción: voz, música y ruidos.

*Disco compacto (PHILIPS), alta calidad sin ruido de fondo.*

**1988:** Dat (digital audio tape), Sony. Facilidad en producción, calidad digital, ediciones electrónicas.

*Ante el avance de la FM, se busca mejorar el sonido de la AM, con el SISTEMA NRSC de alta fidelidad.*

**1991:** Aprobación por la FCC del sistema C-QUAM para AM estéreo.

**1992:** El DDC (digital compact cassette), de Philips surge como un sistema de grabación digital compatible para uso doméstico.

*La computadora en el manejo de los comerciales. Mayor eficiencia, más control y menos errores.*

*Radio digital, DAB, la nueva banda L digital. Multi-radio: Radio-difusión digital.*

*Servicio restringido a sitios específicos de recepción. 2.5 a 2.7 MHz.*

*Proyecto Eureka 147, desarrollado en Europa por un consorcio tecnológico, proponen un sistema de DAB (digital audio broadcast) usando la banda L: de 1452 a 1492 MHz (UHF). Tendría las siguientes ventajas:*

- *Todas las emisoras en AM y FM a la nueva banda.*
- *Sin ruido.*
- *Sin oscilaciones.*
- *Un solo transmisor de baja potencia para cuatro emisoras.*
- *Cobertura nacional.*

*Existe una oposición en Estados Unidos al uso del sistema Eureka 147 en la banda L como solución, y en la NAB proponen la DAB in band on channel, o sea que en las mismas bandas de AM y FM se emita la nueva señal digital. México, por proximidad geográfica, depende mucho de las decisiones de Estados Unidos para la adopción de las nuevas tecnologías.*

**1995:** *Todas las emisoras de AM del país están obligadas en México a transmitir con el sistema NRSC a partir del 1º. de enero en 1996.*

*La crisis obliga a muchos radiodifusores a vender sus emisoras o a reagruparse; Tere Vale que había estado en ABC, la estación de la palabra, y poco tiempo en Grupo Radio Centro, adquiere con su familia XEN para hacer 690, Ondas del Lago, con un concepto de radio alternativa y afiliada comercialmente a RASA; Grupo Radio Centro compra a Clemente Serna Radio RED con la garantía de la permanencia del noticiario Monitor; Núcleo Radio Mil vende algunas emisoras de AM y se asocia con Estéreo 100, entre otros muchos movimientos en la industria.*

**1996:** *El concepto de radio digital IN BAND ON CHANNEL, tiene serios problemas. La FCC propone emplear la banda S alrededor de los 2300 MHz y el empleo de satélites para el DAB. La decisión sobre el uso de la banda L o S parece que no se tomará en un corto plazo en Estados Unidos, lo que retrasará necesariamente la opción que se tomará en México. Mientras tanto, en la segunda mitad del año aparecen varios concesionarios de televisión directa al hogar conocida por sus siglas DTH vía satélite (TeleRED, MVS Multivisión, Televisa, entre otros) que incluyen canales de audio digital. El sistema DIGI-CART es en la actualidad una opción para el manejo de la publicidad por computadora en las radiodifusoras. El sistema DYAXIS permite manejar hasta tres horas de programación musical en disco duro. Motorola anuncia que en 1997 pondrá en funcionamiento el World Space (DAB Satelite). Varias emisoras ofrecen ya servicios vía INTERNET.”<sup>12</sup>*

Estos primeros pasos permiten comprender, sino en su totalidad, si gran parte de la naturaleza de la radio y los elementos que permitieron que se convirtiera en todo un fenómeno a nivel mundial. Su aparición oportuna puede ser merecidamente comparable con un vaso de agua en medio del desierto, y su amplia utilidad sigue siendo hasta la actualidad causa de asombro y respeto.

---

<sup>12</sup> Anda, Francisco de. Op. cit. Pág. 65, 68, 69, 70

Conocer el origen e indagar en su pasado solamente asombra más, y da por hecho que su conclusión aún no se vislumbra debido a su amplia capacidad de adaptación y rápida evolución.

Este medio de comunicación no puede ser considerado obsoleto como algunos ingenuamente piensan, pues mientras siga siendo tan económico acceder a ella, y la voz se mantenga como nuestra herramienta más importante para transmitir pensamientos, emociones, ideas, sueños, información, y todo aquello inherente a la persona, la radio seguirá viva.

## **CAPÍTULO 2.- GÉNEROS**



## 2.1 Origen

La radio, al igual que la mayoría de las actividades humanas, por su complejidad y extensión está dividida en géneros. Pero para comprender del todo la lógica de esta fragmentación, es preciso resaltar que muchos de los criterios que la rigen se deben a otro medio de comunicación masiva: la prensa escrita.

El ser humano se reconoce como un ente naturalmente social, y una de las principales necesidades que esto conlleva es el estar informado de lo que pasa a su alrededor. La información es la materia prima del periodismo, por lo tanto esta actividad busca satisfacer esa hambre del hombre por el conocimiento diario.

La información se basa en descripciones que dan vida al texto, y las diferentes formas en que se logra expresar ese hecho se les llama géneros periodísticos.

### 2.1.1 Géneros periodísticos

La noticia es abordada de diferentes maneras en la prensa, esta puede ser descrita, interpretada o analizada. A partir de esto es que se organizan los géneros en tres grupos: informativos, de opinión e híbridos.

Los **géneros informativos** se caracterizan por ser lo más objetivos posible en cuanto a la descripción de la noticia. No se emiten juicios u opiniones del autor pues se busca dar a conocer los datos precisos de lo ocurrido.

En este grupo se busca que el texto responda al qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué del acontecimiento que se da a conocer. Entre estos géneros informativos se encuentran: La noticia o nota informativa, la entrevista y el reportaje.

### La noticia o nota informativa.

*“Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás, y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo...”*

*En la noticia no se dan opiniones: se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no.”<sup>13</sup>*

### La entrevista.

*“...conversación con propósitos de difusión que sostienen un periodista y un entrevistado, un periodista y varios entrevistados, o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través el diálogo se recogen noticias, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios de interés social.”<sup>14</sup>*

### El reportaje.

*“Es el más vasto de los géneros periodísticos. En él caben todos los demás. Es un género complejo que suele contener noticias, entrevistas o crónicas, así como recursos de otros géneros literarios, como el ensayo, la novela corta y el cuento.*

*...el reportaje investiga, describe, informa, entretiene, documenta.”<sup>15</sup>*

En los **géneros de opinión** se otorga la libertad al autor de externar puntos de vista acerca del hecho que se está tratando, y resaltar los motivos de su postura. Aquí se sitúan: el artículo y el editorial.

---

<sup>13</sup> Marín, Carlos. “Manual de periodismo”. México D.F. 2006. Editorial Debolsillo. Pág. 63

<sup>14</sup> Ibídem, pág. 65

<sup>15</sup> Ibídem, pág. 66

### El artículo.

En este el periodista expone sus opiniones sobre las noticias de mayor relevancia en el momento, o los temas de interés general aunque ya no sean de actualidad.

### El editorial.

*“Es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica esencial es que este género resume la posición doctrinaria o política de las empresas periodísticas frente a los hechos de interés colectivo.*

*A diferencia de cualquiera de los demás géneros, el editorial no aparece firmado. Sus conceptos son responsabilidad de la institución, que así expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.”<sup>16</sup>*

Y por último los **géneros híbridos** que como su nombre lo indica, es una combinación perfecta entre la fiel información y la maestría del periodista para explotar recursos literarios que enmarquen su opinión. Dentro de estos podemos encontrar a: la crónica y la columna.

### La crónica.

*“Es la narración temporal de un acontecimiento, con frecuencia en el orden en que éste se desarrolló. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad, este género recrea la atmósfera en que se produce un determinado hecho y cómo se desarrolló.”<sup>17</sup>*

---

<sup>16</sup> Ibídem, pág. 70

<sup>17</sup> Ibídem, pág. 65-66

### La columna.

*“... trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y tiene como característica especial aparecer con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y tiene, además, un nombre invariable.”<sup>18</sup>*

## **2.2 Géneros radiofónicos**

Terminado el recuento de los géneros que enmarcan a la prensa escrita, se puede sin complicaciones entrar en materia para nombrar y detallar al primero de los radiofónicos, pues hay que recordar que como anteriormente se explicó<sup>19</sup>, gran parte de lo que sucede en la radio se deriva de los medios impresos.

Pero entonces ¿Los géneros y las divisiones que se hacen al agruparlos son exactamente iguales para uno y otro? Para iniciar a explicar esta incógnita se debe recordar y no volver a olvidar que estamos hablando de dos medios masivos de comunicación diferentes, y por lo tanto aunque el nombre de alguno de los géneros no cambie, su contenido e intención si deberán hacerlo, pues va dirigido a un sentido de percepción distinto, la vista en el caso de la prensa escrita y el oído para el radio.

En cuanto a esto, Romeo Figueroa Bermúdez identifica las diferencias contextuales de los códigos de la radio y del periódico, y los enlista para facilitar su comparación dentro de la siguiente tabla:

### ***Diferencias contextuales en la radio y en el periódico***

#### *En la radio*

- *El canal es oral.*

#### *En el periódico*

- *El canal es impreso.*

---

<sup>18</sup> *Ibíd*em, pág. 68

<sup>19</sup> *Vrd. Infra.* 2.1 Origen

- *El canal es auditivo. El receptor recoge el mensaje y comprende el texto por medio del oído. El canal auditivo estimula la capacidad imaginal del radioescucha.*
- *El receptor recibe los signos del texto de modo sucesivo, uno tras otro. Unas ideas se pronuncian al instante y desaparecen en la medida que otras, nuevas, se presentan.*
- *La comunicación es espontánea. El emisor puede equivocarse, rectificar, pero no borrar.*
- *La comunicación es inmediata en el tiempo y el espacio, es más rápida, fugaz e instantánea.*
- *La comunicación es efímera, los sonidos se perciben en tanto permanecen en el aire y desaparecen.*
- *Utiliza códigos no verbales como la cualidad de la voz, articulación, inflexiones, tonalidades paralingüísticas como ajáh, hum, etcétera.*
- *Hay interacción entre el emisor y el receptor, el lenguaje oral es negociable entre los interlocutores.*
- *El contexto extralingüístico ejerce una influencia básica: códigos no verbales, paralenguaje, etcétera.*
- *El canal es visual. El receptor lee el texto por medio de la vista. El canal visual tiene una capacidad de transmisión de información más amplia que el auditivo.*
- *El receptor recibe los signos de modo simultáneo y todos a la vez. Ello propicia diferencias en las estrategias de comprensión de los dos canales.*
- *La comunicación es elaborada y sistematizada, se puede corregir sin dejar rastro y dar al receptor tiempo para comprender el texto. El lector escoge la lectura deseada.*
- *La comunicación es diferida en el tiempo y el espacio. El feedback es a posteriori.*
- *La comunicación es duradera. Los textos permanecen estables y adquieren valor de registro y de testigo de los hechos.*
- *No utiliza códigos que no sean verbales, salvo la calidad del texto, tamaño de caracteres, tipo de letra, etcétera.*
- *No hay interacción. El escritor está imposibilitado para conocer la reacción inmediata del lector.*
- *El contexto no tiene relevancia. El escritor es autónomo del contexto. El autor crea el contenido a medida que escribe el texto.<sup>20</sup>*

---

<sup>20</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo. "¡Qué onda con la radio!". México D.F. 1996. Editorial Alhambra Mexicana. Pág. 197, 198, 199

### 2.2.1 Noticiero o informativo

Este género posee gran variedad de estilos y formas, todo dependerá de la línea que siga cada estación y de la persona al mando del programa, en este caso el encargado será el director de noticias. Cabe resaltar también que la habilidad o talento de los reporteros dará características específicas al informativo para su beneficio o desgracia.

El orden de mayor a menor importancia con que la información será transmitida es definido por el director de noticias, al igual que el formato noticioso que se utilizará, ya sea por situación geográfica (se agrupan según su procedencia en locales, regionales, nacionales e internacionales), por tópicos (se reúnen en política, educación, economía y sociedad) o por combinación de elementos (las noticias no tiene un orden regular de transmisión).

Para su contenido este género se vale de: la nota informativa, la crónica, la entrevista y el reportaje.

#### La nota informativa.

Es la presentación más pura de la noticia, su expresión es simple, clara, objetiva y directa. Su objetivo es presentar al hecho tal y como sucedió, sin incluir juicios u opiniones del redactor.

En la nota informativa radiofónica el centro es la información misma, y debe ser traducida del lenguaje periodístico destinado para la prensa escrita, al lenguaje de la radio.

Al momento de especificar la estructura que debe llevar una nota para radio, Figueroa Bermúdez es claro:

*“Generalmente cada nota informativa radiofónica se redacta en una sola cuartilla, a doble espacio, en 52 golpes de máquina, con una extensión de 28 líneas escritas como máximo y a doble o triple renglón. Se*

*debe emplear la letra minúscula en el cuerpo del texto y dejar un margen superior de tres pulgadas y un margen izquierdo de iguales proporciones. En otras palabras, dejar un margen izquierdo de por lo menos 33 por ciento de la cuartilla, espacio en el cual se deben anotar indicaciones para el operador de audio y para el conductor del noticiario.*<sup>21</sup>

*“Es preferible dejar un espacio sin texto que cortar las palabras porque puede provocar confusiones al lector de la información.”*<sup>22</sup>

Aparte de ser la extensión un elemento de suma importancia en la redacción de una nota informativa radiofónica, ya que no debe ser tan amplia como la destinada a la prensa escrita, la coherencia también lo es.

La reiteración de los nombres de fuentes o sujetos en la nota así como de los hechos debe ser precisa, al grado de lograr que el radioescucha comprenda la información sin necesidad de haber oído la narración desde el principio.

### La crónica.

Una de las principales características de este género es la descripción detallada de los acontecimientos noticiosos. El comentarista o cronista aprovecha todos los recursos disponibles para transmitir una idea clara y concreta al auditorio de lo que se está viviendo física y emocionalmente en el lugar de los hechos.

Comúnmente suele ser una ampliación informativa que aporta datos y curiosidades que no encuentran cabida en otro tipo de categoría. En radio, la inserción de sonido ambiente y de testimonios son elementos importantes aunque no indispensables.

La duración de la crónica puede ser extensa y durar más de dos horas, o limitarse a dos y medio o tres minutos.

---

<sup>21</sup> *Ibíd*em, pág. 201

<sup>22</sup> *Ídem*.

Es importante resaltar que es aceptada la inclusión de este género dentro del grupo de informativos, aunque existan dudas de su completa pertenencia, ya que se podría decir que su naturaleza es mixta o híbrida al incluir opiniones, sensaciones y sentimientos.

### La entrevista.

Es una de las principales formas de obtener información, y esta será confiable según la reputación del entrevistado. Actualmente esta herramienta se utiliza en diversas situaciones, por ejemplo las entrevistas desde la fuente que realizan diariamente los reporteros, el diálogo o la charla en el estudio en vivo, las encuestas, las conferencias de prensa, etc.

La entrevista radiofónica, según Romeo Figueroa Bermúdez puede adoptar diferentes modalidades:

- *La entrevista de noticia*, cuyo propósito es exclusivamente obtener información de hechos de interés público para convertirlos en noticia.
- *La entrevista de opinión*, este tipo busca encontrar nuevos puntos de vista sobre asuntos ya conocidos, para ampliar la información y enriquecer la opinión pública.
- *La entrevista de semblanza*, tiene como objetivo hacer una exploración profunda, un retrato físico, psicológico y biográfico de la persona o tema que se trate.
- *La entrevista conjunta*, en la cual un grupo de periodistas cuestionan a un líder de opinión para obtener su perspectiva acerca de un acontecimiento de actualidad.



### El reportaje.

Aquí se va más allá de una simple descripción de sucesos, es necesaria la investigación y un análisis más profundo. En el reportaje se conjugan las habilidades y herramientas del autor tales como la descripción, la narración y la exposición de ideas.

Para Romeo Figueroa, en un sentido amplio el reportaje radiofónico se divide en dos tipos: el reportaje simultáneo y el diferido.

*“El reportaje simultáneo se realiza de manera directa y la creación se ejecuta paralelamente al desarrollo de una acción determinada”<sup>23</sup>*

No es pregrabado, el reportero lo efectúa desde el lugar de los hechos y en vivo describe con toda libertad al radioescucha la situación, siempre apoyándose en testimonios o comentarios.

El reportaje diferido *“Conocido generalmente como reportaje es también una tarea bien pensada que permite el montaje y la elaboración planeada.”<sup>24</sup>*

Aquí sí es pregrabado, lo que permite perfeccionar la síntesis, incluir efectos de sonido y una mayor cantidad de insertos de testimonios, siempre y cuando estén bien enfocados y no distraigan del objetivo del reportaje. No requiere un orden cronológico.

#### **2.2.2 De comentario o discusión**

Estos programas en la radio cumplen un doble objetivo, ya que aparte de informar acerca de temas de actualidad, ayudan a integrar una opinión. Este género busca el intercambio de opiniones y la libre exposición de criterios y puntos de vista.

---

<sup>23</sup> Ibídem, pág. 242

<sup>24</sup> Ibídem, pág. 243

Un comentario relevante se hace a base de un conocimiento profundo de los hechos, incluyendo el dominio del tema, facilidad de análisis y de síntesis. Los participantes de este género deberán ser especialistas en la materia que se esté tratando o líderes de opinión.

Para una exitosa realización, los integrantes deben estar conscientes de que un suceso sólo puede ser comprendido desde sus antecedentes, para así acceder al fondo y trasfondo, si es que lo hay. Aparte de siempre procurar tener claros los siguientes puntos:

1. *“Referirse siempre un tópico de interés colectivo ya sea internacional, nacional, regional o local, que esté en boca de la ciudadanía.*
2. *Emplear un lenguaje crítico que provoque el interés del auditorio.*
3. *De preferencia, que no sea –al menos, que no suene- leído, para lograr espontaneidad y aceptación. Para ello se recomienda tener una lista de subtemas a modo de no perder el hilo del asunto...*
4. *No sólo debe darse en todo momento la impresión de que se conoce el tema, hay que dominarlo.*
5. *Los nombre, las cifras, las fechas y los detalles dan fuerza al comentario pero no se debe abusar de ellos.*
6. *Dentro del tema motivo del comentario, debe hacerse referencia a lo positivo y a lo negativo, de manera balanceada, para que no parezca consigna del comentarista a favor o en contra del asunto que se comenta, salvo que se trate de asuntos de incuestionable obviedad...<sup>25</sup>*

---

<sup>25</sup> Ibídem, pág. 275

Dentro de este género se pueden encontrar diversos enfoques como: discusión dirigida, mesa redonda, panel, simposio y debate.

Discusión dirigida: Participan dos o más invitados que analizan un problema, suceso o fenómeno de relevancia. La mayoría de veces los participantes son especialistas en el asunto que se discute, pero también es posible que se incluya a personas de la comunidad con autoridad moral, que conozcan el tema o que experimenten la problemática en carne propia.

Mesa redonda: Formato que debe ser ágil, dinámico y atractivo para generar polémica. El conductor o moderador es pieza fundamental, pues es él quien elegirá a los personajes que formen parte de cada emisión para aportar información.

*“Estos programas regularmente se transmiten en vivo, con teléfono abierto, razón por la cual se estructuran a partir de una guía de preguntas y comentarios, condicionada por el tema y los participantes.”<sup>26</sup>*

Ni el anfitrión, ni los invitados deben apropiarse del micrófono, pues ello hace que el programa pierda ritmo y deteriore el interés del público. Por esto el moderador debe cuidar que las intervenciones de cada especialista se realicen de manera lógica y ordenada. Otra característica importante del conductor es que no debe expresar su opinión personal, esto no significa que no deje entreverla sutilmente.

La duración de una mesa redonda puede ser de dos horas, y para obtener una mayor audiencia debe transmitirse en horarios nocturnos o bien, en aquellos donde las personas normalmente estén en casa.

El panel: Puede ser definido como una reunión entre varias personas con el propósito específico de exponer opiniones, juzgar, discutir y proponer

---

<sup>26</sup> Linares, Marco Julio. “El guión. Elementos, formatos, estructuras”. 5ª Edición, México D.F. 1994. Editorial Pearson Educación. Pág. 44

ideas acerca de un asunto de interés. Aquí también el moderador es el que está a cargo y es quien presentará a los miembros del panel o panelistas.

El simposio: En este la audiencia ocupa el lugar central del programa con sus preguntas. Se caracteriza por invitar a personas que expongan puntos de vista en torno a un asunto de interés, pero no busca necesariamente que estas opiniones sean antagónicas o se confronten, sino simplemente se interesa en analizar el tema desde distintos ángulos y perspectivas.

El debate: Es su esencia el oponer y confrontar opiniones o posiciones, eso sí con una base argumentativa sólida. Siempre invitará a las partes en pugna para que manifiesten razones sobre la situación que los ocupa desde su posición.

Es importante que el moderador lleve el registro de tiempo de cada intervención hecha por los participantes, así como el tema y subtemas a tratar para mantener el orden en la discusión y jamás se pierda la igualdad en condiciones. El debate hace posible remarcar las virtudes y defectos de los expositores, y cada uno es el encargado de construir la imagen de su personalidad para el auditorio.

### **2.2.3 Deportivo**

Este género ha cobrado una enorme relevancia a raíz del deporte-espectáculo, en el que no tan sólo se habla de la acción en el terreno de juego, ya sea una cancha, un ring o una pista según sea el caso, sino que se continúa con los valores monetarios que cada jugador se lleva por jornada, o la incursión de alguno de estos en la actuación o el modelaje.

Lamentablemente, en la mayoría de las ocasiones, de esta dualidad el deporte es el que termina perdiendo al verse eclipsado por el espectáculo, atractivo a la vista de las masas y encuadrado por marcas y grandes campañas publicitarias.

Aquí la crónica, explicada anteriormente<sup>27</sup>, ocupa el puesto central pues sus características y atributos pueden ser perfectamente explotados. Los comentaristas se apegan a la narración de las acciones del deporte correspondiente, incluyendo entrevistas y comentarios cuando el juego lo permite, para completar y hacer más entretenida la emisión.

#### **2.2.4 Musical**

Por la naturaleza auditiva del medio de comunicación, este género es uno de los principales, pues las diferentes manifestaciones musicales encuentran un lugar propicio para su difusión.

En los programas de este estilo es común que se utilice la *charla radiofónica*, que no es otra cosa mas que el monólogo que establece el conductor entre cada melodía programada, con el propósito de explicar algo, compartir ideas, dar consejos o hacer recomendaciones:

*“Surge como una forma de expresión natural sin la necesidad de elaborar un formato para expresar las ideas. Nace del locutor que deseó decir un poco más que anunciar la voz del tenor en un antiguo acetato al que había de cambiar la aguja después de cada ejecución.”<sup>28</sup>*

Este, al aparentar ser un formato tan común y corriente en la radio, se deja impregnar más que cualquier otro de la personalidad de cada locutor. Se transforma al ritmo que le marque, y se refugia en el modo de expresar y comentar de él.

Esta misma libertad hace que el formato sea objeto de múltiples agresiones por parte de los que lo utilizan, pues su principal enemigo es el mal aprovechamiento de los recursos del idioma y de las técnicas para expresarse.

---

<sup>27</sup> Vrd. Infra. 2.2.1 Noticiario o informativo

<sup>28</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo. Op. cit. Pág. 316

El nivel de dificultad de este género recae en la habilidad del locutor para mantener una charla ágil e inteligente, en la cual el público encuentre un producto atractivo. Por esta razón, se requiere de un comunicador informado, cultivado, al tanto de los acontecimientos diarios y que posea un buen criterio para argumentar.

*“Lo que cuenta en el contenido de una amena charla radiofónica expositiva es que resulte, más que comprensible, asimilable y grata para el auditorio. Que el lenguaje empleado sea directo y sencillo.”<sup>29</sup>*

Así el presentador debe poner atención en la simplicidad con que transmite el mensaje, no debe abusar del uso de frases prefabricadas y comunes, pues esto desgasta el interés del radioescucha y provoca que la gente ya solo oiga radio y no escuche radio.

*“La charla radiofónica debe girar en torno a su propia y creativa especificidad, donde el empleo del tiempo entre un contenido determinado y otro fluya con naturalidad, con responsable amabilidad y cortesía. Pero una charla no debe extenderse a más de cinco minutos en términos generales, si se pretende respetar mínimamente las exigencias del medio.”<sup>30</sup>*

Este género se puede llevar a cabo entre uno o dos locutores, siempre procurando colocar una voz femenina y una masculina.

### **2.2.5 Radiodrama**

Este género radiofónico se diferencia en su totalidad de los demás gracias a su característica principal: Las situaciones que aquí se retratan en su mayoría son ficción.

Es un proceso netamente creativo que a través de métodos y técnicas, busca interpretar y plasmar las realidades cotidianas de la sociedad. En

---

<sup>29</sup> Ibídem, pág. 317

<sup>30</sup> Idem.

algunas ocasiones es verdad que puede inflar la realidad dando vida a héroes dotados de habilidades extraordinarias o representando situaciones poco convencionales.

Al igual que otros medios de comunicación masiva como el cine y la televisión, la radio toma de la literatura dramática los elementos y la estructura pero siempre adecuándolos a sus propiedades.

Aquí se difunden historias sin el apoyo visual, todo el atractivo depende del diálogo, la música y los efectos de sonido con que se vista la composición para así poder captar y estimular la imaginación del oyente.

Romeo Figueroa Bermúdez explica que:

*“La composición dramática está integrada por diez elementos, a saber:*

- 1. La continuidad es el eslabonamiento de escenas que se norman por un justo equilibrio en la sucesión de secuencias.*
- 2. La exposición permite la presentación de los personajes en distintas situaciones y conflictos inherentes a la obra.*
- 3. La progresión hace posible la secuencia lógica y natural de acciones, escenas y entornos.*
- 4. La escena obligatoria es la secuencia escénica preparatoria al clímax.*
- 5. El clímax es el punto culminante de mayor fuerza y gravedad de la obra.*
- 6. La caracterización es la calidad representativa de cada uno de los personajes y la forma en que se presentan atendiendo al papel que representan y de acuerdo con su selección.*

7. El diálogo es la parte indivisible de la estructura dramática y está integrado por los parlamentos, o llanamente, por la conversación.
8. El resultado es la evaluación misma de la obra una vez puesta en escena y sometida a la crítica del auditorio.
9. La muestra es la prueba de fuego al someter el producto final al juicio de un grupo de críticos preseleccionados.
10. El auditorio constituye el principio y el fin de toda obra dramática.<sup>31</sup>

Es importante resaltar que a la radio no se le tomará como un medio en desventaja o limitado para contar historias, sino por el contrario, se le reconocerá como un canal lleno de posibilidades que permite transportar al radioescucha a lugares y entornos, conocer personajes entrañables, y ser parte de acciones distintas en cualquier segmento del tiempo y el espacio.

En el radiodrama se incluyen el radioteatro, la radionovela y el radiocuento.

#### El radioteatro.

Este se alimenta de obras dramáticas escritas específicamente para teatro, el estilo y el género del texto se respetan pero las situaciones, los actos, la atmósfera, las acciones y los contextos, se traducen o acoplan al lenguaje radiofónico, ya que la imagen que aquí se ocupa es sólo auditiva.

En la radio el tiempo que un personaje está actuando, él mismo constituye la escena, a diferencia del teatro. Los monólogos resultan adecuados para este medio, pero son insoportables los discursos prolongados de un solo protagonista. Este es un medio ligero, por lo tanto así deben ser sus diálogos. Si el centro de una conversación gira alrededor de un lenguaje complicado, pesado o denso, el radioescucha lo ignorará y buscará evitarlo a

---

<sup>31</sup> *Ibídem*, pág. 327



como dé lugar. Es trabajo del guionista entonces conservar esa simpleza natural.

Como medio ciego, la radio ha desarrollado ciertas técnicas para lograr una exposición de ideas clara entre los personajes. Una de estas es el uso del narrador, recurso literario que facilita el acceso a ciertas escenas que serían complicadas de entender por la ausencia visual.

La duración del programa será determinada por la de la obra. Existen algunas ocasiones en que la puesta en escena requiere más de una emisión, en este caso se recomienda que se divida por actos, y cada programa cuente con una introducción de lo que pasó anteriormente para que el auditorio siga el hilo de la historia.

#### La radionovela.

Como su nombre lo dice, su base la constituye la novela incluyendo la totalidad de sus elementos literarios. También se apoya en el melodrama de donde toma situaciones y acciones características como la sobrevaloración de los aspectos sentimentales.

Su desarrollo en capítulos o episodios seriados constituye una característica fundamental, por lo que siempre se debe tener previsto estructurar por el total de programas, por temporada o bloque de programas y por programa individual.

En la radionovela el proceso creativo puede partir desde dos dimensiones, la creación de una obra en su totalidad desde la idea original, su elaboración y presentación; y la dimensión de la sola adaptación radiofónica, que incluye el trabajo de selección de una obra dramática clásica, que según su estructura y contenido puede ser llevada a la escena auditiva.

Así tanto la creación de la obra, como su adaptación y puesta en escena, tienen que pasar inevitablemente por la metodología del proceso creativo, y no necesariamente tiene más valor artístico una que otra.

En esta también es importante contar con una especie de introducción o resumen para cada uno de los capítulos, exceptuando el primero, que se encargará de explicar o hacer un recuento de las acciones en emisiones anteriores, esto para facilitar la continuidad del radioescucha. Dichas partes podrán incluir fragmentos de las escenas para lograr una narración fluida.

De igual forma se agregará un clímax por episodio o una situación de tensión cumbre para mantener el interés de la audiencia.

### El radiocuento.

Al igual que el anterior, este se desprende de un género literario, el cuento. Sus propiedades naturales se acoplarán a las de la radio sin perder sus elementos.

Por su riqueza característica de imágenes y atractivos visuales, esta composición deberá complementarse con los recursos del medio de comunicación, como la música, los efectos de sonido, los silencios y las voces.

Su duración puede ser limitada a una sola emisión. Su estructura es unitaria pues la historia en su conjunto lleva a una sola anécdota o enseñanza, a diferencia de la radionovela por ejemplo que cuenta con varias.

### **2.2.6 Misceláneo o radiorevista**

Los programas se caracterizan por dividirse en secciones. Su objetivo principal es informar de manera entretenida al ofrecer un banquete en diversidad de tópicos. Estos pueden tocar asuntos relativamente ligeros como moda, cocina, espectáculo, nutrición, datos curiosos, cine, belleza, etc. Y

también puede abarcar temas de mayor interés informativo y educativo como arte, salud, ciencia y tecnología.

Este género, como su nombre lo dice, es una combinación de todos los anteriores. Aquí pueden convivir en armonía sin pelear grados de importancia, pues cada uno informará y entretendrá de manera distinta. La radiorevista siempre se preocupará por mantener un equilibrio en el desarrollo de la transmisión, por ejemplo si toca alguna situación o tema muy serio, después de este irá alguna sección más ligera.

La audiencia a la que se dirige puede ser toda a la que llegue la emisora, pero normalmente se enfoca para un segmento o área de la población, como jóvenes, niños o adultos.

En cuanto a número de locutores se puede trabajar con uno o dos, "...la presencia de un conductor, o dos de ellos, dan a la radiorevista un carácter de unidad e integridad..."<sup>32</sup> En algunos casos se puede encontrar hasta más pero son pocas las ocasiones. Estos deben ser agradables y divertidos para atraer a la audiencia con sus diálogos, también hábiles para analizar y comentar los temas de cada una de las secciones.

Los presentadores deberán estructurar su imagen frente al micrófono, otorgando suficientes elementos para que las personas que sintonicen se sientan identificadas y se involucren con comentarios y dudas, las cuales serán respondidas por el anfitrión.

Al inicio del programa deberá haber una introducción que anuncie los temas que se tratarán en esa emisión, esta puede ser pregrabada y cuidadosamente elaborada, pues es la encargada de despertar el interés del radioescucha desde el principio y atrapar su atención para que se quede el resto de la transmisión.

---

<sup>32</sup> *Ibíd.*, pág. 319

Cada sección tendrá su propia estructura, serán independientes unas de otras y poseerán un objetivo particular, que a su vez ayudará a cumplir el objetivo general de la radiorevista.

Unas de las principales habilidades que debe tener un programa de este género es la fácil comprensión de su contenido. Para lograr esto se debe tener muy bien identificado al público que se dirige, su nivel cultural y socioeconómico. La sencillez del mensaje y la claridad de las ideas deben ser una invitación constante para que las personas lo escuchen.

En este género es esencial expresar valores positivos, hablar de lo bueno de las cosas y de cómo solucionar lo malo. Las críticas destructivas o sin sentido no son aceptables, pues esto causaría una reacción negativa y disminuiría a la audiencia. De igual forma no se ridiculizarán aspectos culturales.

La duración puede ser de una hora o dos.

## **CAPÍTULO 3.- PREPRODUCCIÓN**

La producción es un tema tan nuevo y a la vez tan viejo. Es el arte mismo de crear, de actuar a partir de una idea, de darle forma a lo inexistente y convertirlo en algo comprensible y atractivo a un público. Producir es a lo que se dedica el hombre por naturaleza, producimos ideas, emociones, sonidos, palabras, artefactos, mundos, sueños, etc. Todo lo que ha sido producto de una persona significa su legado, su huella.

“Creador” es aquella persona que cuenta con la capacidad de generar o producir algo a partir de los recursos con los que cuenta, y lo comparte para que sea aprovechado por los demás.

En un principio esa palabra estuvo asociada exclusivamente a la divinidad, pero después conforme la razón del hombre fue evolucionando y desarrolló el pensamiento científico, comenzó a ser usada más comúnmente, justificándose en la idea de que si el ser humano ha sido hecho a imagen y semejanza del ser omnipotente, lo razonable y lógico es que también sea capaz de crear en su dimensión humana.

Considerando esto se puede llegar a la conclusión que toda persona posee la capacidad creadora en función de su propio ingenio y talento.

Por todo lo anterior es que el tema de este capítulo no obedece al tiempo. El hombre jamás dejará de producir porque eso significaría dejar de actuar, dejar de vivir, de involucrarse consigo mismo y con los demás.

El legado puede ser maravilloso, grande o insignificante, pero será legado al fin. Y la creación puede ser novedosa y revolucionaria pero en sí la función creativa es ancestral.

### 3.1 La creación radiofónica

Teodoro Villegas entiende el “acto radiofónico como un largo proceso creativo en el que se interrelacionan una serie de acciones, tanto de índole puramente técnica como creativa.”<sup>33</sup>

Entonces se puede entender a la producción como una labor de conjunto, pues se unen trabajos humanos en los aspectos técnicos y creativos.

#### 3.1.1 El sonido

De qué otra forma se podría iniciar con el estudio del proceso de producción radiofónica que con el conocimiento de su materia prima, el sonido. Este es la percepción y registro en el cerebro de un fenómeno o hecho que sucede en el mundo exterior al hombre que escucha.

El sonido es un elemento físico que se puede explicar como producto de las vibraciones de cuerpos, que en un ambiente adecuado producen ondas que viajan por el espacio. Así el fenómeno inicia con una perturbación mecánica. Las vibraciones del objeto que se convierte en la fuente sonora, hacen que se formen ondas que son expulsadas en todas direcciones. Estas son las que oímos como sonidos.

El efecto que ocasiona cualquier sonido o vibración depende directamente de la capacidad para recibirlo, pues las ondas por sí solas son nada hasta que son percibidas por el instrumento receptor del ser humano, el oído.

Cuando las vibraciones llegan hasta nuestro oído, este puede percibir las de tres formas distintas: *sonido como voz, sonido como música y el sonido como ruido o efecto*. Todos ellos juntos constituyen el lenguaje radiofónico.

---

<sup>33</sup> Vilar, Josefina y Villegas, Teodoro. “El sonido de la radio”. México D.F. 1988. Plaza y Valdés Editores en colaboración con la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco y el Instituto Mexicano de la Radio. Pág. 165

Sonido voz: este nombre es correctamente utilizado pues no sólo es la palabra la que transmite un significado al oyente, sino también la intención de quien emite la voz crea acotaciones a través de la dicción y el matiz.

También cada idioma posee múltiples expresiones constituidas por sonidos no articulados en palabras, y que en el contexto cultural del emisor y el receptor poseen significados establecidos.

Sonido música: se refiere a la expresión subjetiva del hombre creada a través de la ordenación de sonidos, emitidos en forma concreta para crear un lenguaje. Este lenguaje puede penetrar más en la intimidad del receptor según las características y necesidades propias.

El uso que se le da a la música en los medios de comunicación se podría dividir en cinco funciones:

- Gramatical: es usada como signo de puntuación para separar ideas.
- Expresiva: la música provoca en los oyentes externar emociones, lo que por consiguiente lleva a comentar lo escuchado.
- Descriptiva: se refiere a que puede decorar o describir lugares. Función importante al momento de representar situaciones.
- Reflexiva: provoca en quien escucha la actitud de reflexionar.
- Ambientar: la música acompaña a las personas en sus actividades diarias, en lugares y situaciones establecidas por la realidad social.



Estas cinco funciones serán las que podrán ser utilizadas en la realización radiofónica según las necesidades de cada programa. Para hacer uso de ellas se deben conocer las formas de inserción adecuadas para cada caso:

- *“La cortina, que como su nombre lo indica sirve para separar escenas o bloques de información, acentuar atmósferas, y comentar lo escuchado.*
- *El puente, que nos indica la unión de dos ideas o escenas, cambio de lugar, extenso paso de tiempo.*
- *La ráfaga, que debe ser un fragmento musical breve, movido y ágil, nos permite ubicar paso de tiempo y sirve para acentuar actos y actitudes así como hechos.*
- *...el golpe, que no es más que un acento o subrayado musical, generalmente una percusión.”<sup>34</sup>*

Sonido ruido: definido en su sentido más amplio podría reconocerse como la sensación auditiva inarticulada desagradable al oído, lo agrede y lo lastima. El mundo en el que vivimos posee una combinación de ruidos y sonidos, pero es el ruido el que llega a constituir un lenguaje de identificación con la realidad social; lo que significa que nos permite relacionar el sonido con el objeto que lo provoca, ayudando a recrear la realidad sólo con ruidos.

Esto se hace muy útil para la radio si recordamos que este medio busca en ocasiones recrear la realidad, no copiarla.

### **3.1.2 El guión**

En la radio, la creatividad recibe su campo de trabajo en la producción y su premio cada vez que una creación se materializa en el mundo de los

---

<sup>34</sup> *Ibíd*em, pág. 169

sonidos. Los programas requieren siempre de un guión para un desarrollo coherente, lo que implica planeación, organización y realización. En conjunto esta tarea corresponde a la producción.

Para iniciar con la creación de un producto radiofónico, debemos partir de la idea misma, la cual deberá ser aterrizada en un tema que será investigado. La información que se obtenga deberá ser jerarquizada por importancia y así se pasará a redactar el primer texto acerca del programa que se quiere crear.

Este texto será similar a una sinopsis y su tarea será poner en concreto el objetivo de la creación y hacia qué público será dirigida específicamente. Así será posible definir el tratamiento que se le dará a la información, osea la forma en que será expresada y destinada, y el género que se utilizará para el programa.

Es importante que antes de dar el primer paso, lo que significa la elección de la idea, se piense en las posibilidades reales que existen para su ejecución, sólo así se podrá evitar emprender un proyecto que requiera de tiempo y esfuerzo más allá de las propias capacidades. También se deben tomar en cuenta los medios técnicos y económicos con los que se cuenta, ya que no es secreto que estos determinan en gran medida el éxito o fracaso de una idea.

Teniendo claro los anteriores elementos se puede continuar con la creación del guión, para esto es necesario identificar los tres formatos que existen:

- Guión completo: por sus características, este suele utilizarse con mayor frecuencia en programas dramáticos.
- Guión semicompleto: es aplicado a programas donde la participación de personas en vivo es esencial, o bien en aquellos en los que se incluyen textos o intervenciones abiertas que no

dependen necesariamente de un guionista. El productor tiene como tarea redactar los textos para el o los conductores, y demás participantes (aunque comúnmente sólo se marcan los espacios de intervención de estos). Este formato de guión es utilizado en los noticiarios.

- Guía de programa o listado: marca simplemente una secuencia de elementos grabados previamente. Aquí se encuentran los programas de variedad musical que son presentados en un formato de lista.

En cuanto a tipos de guión radiofónico también se pueden identificar dos:

- Guión literario: en este se desarrolla la idea en su forma argumental, sin indicaciones técnicas.
- Guión técnico: aquí, además de contener la continuidad de argumentos o diálogos según sea el caso, detalla todas las acotaciones técnicas pertinentes para la grabación, así como las especificaciones en cuanto a las inflexiones de voz para el locutor.

Según Lidia Camacho, en la práctica diaria de la radio en nuestro país, la historia es muy distinta ya que el guión radiofónico integra ambos procesos creativos, tanto literario como técnico.

*“El guionista, al mismo tiempo que crea y desarrolla la historia, despliega con pormenores toda la nomenclatura técnica indispensable para la comprensión y representación sonora del guión.”<sup>35</sup>*

Para ella, una de las razones que influye en este fenómeno es que este medio de comunicación sea mal pagado. Con lo cual difícilmente se le pide a

---

<sup>35</sup> Camacho Camacho, Lidia. “La imagen radiofónica”. México D.F. 1999. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES. Pág. 85

un escritor que realice un guión literario y después a un realizador que lo traduzca a un guión técnico.

Las modalidades que se pueden encontrar de guión radiofónico pueden ser dos:

- Cerrados: estos no admiten variación alguna de sus contenidos, lo cual significa que el margen para la improvisación es inexistente. Este puede a su vez seguir dos modelos:
  - *Americano*: Los contenidos están distribuidos en una sola columna con las instrucciones para el operador a la derecha.
  - *Europeo*: Los contenidos están distribuidos en dos o tres columnas. Este se utiliza generalmente en programas dramáticos o radionovelas.
- Abiertos: se muestran contenidos e instrucciones técnicas sin que esto signifique que se refleje todo lo que será transmitido a final de cuentas. Aquí la improvisación es un elemento indispensable. Dentro de este mismo se pueden encontrar dos tipos:
  - *Pauta*: Contiene un orden simple del contenido del programa a realizar.
  - *Escaleta*: Muestra la duración en minutos y segundos de los bloques, efectos, y demás elementos de producción que integran el programa. Aquí es sumamente importante marcar exactamente lo que se desea insertar, así como proporcionar la localización exacta de la música, o en el caso de una entrevista se debe marcar desde qué frase empieza la intervención, hasta la frase con que termina.

Con todo lo anterior podríamos llegar a la conclusión de que:

*“...el guión radiofónico equivale a la partitura en la música; contiene la obra que se va a interpretar, por ello su contenido debe ser lo suficientemente explícito, claro y detallado para proporcionar la información precisa a cada uno de los integrantes del equipo...”<sup>36</sup>*

### 3.1.3 La planificación

Esta etapa está colocada en segundo lugar dentro del proceso creativo, sólo pudiendo pasar a esta si ya se cuenta con el guión literario.

Para empezar con esta es importante explicar algunos aspectos técnicos creativos del manejo del sonido, que permiten la adecuada administración del lenguaje radiofónico. Todo con el fin de obtener un producto de buena calidad.

Primero hay que tomar en cuenta que un programa radiofónico está conformado por la simultaneidad de los sonidos, su disposición y un orden lógico de aparición, sustentados siempre por el ritmo específico que se quiera lograr en la creación. Así, es de suma importancia que ya sabiendo el género de programa que se va a realizar se inicie con la redacción y edición de los elementos de preproducción o vestiduras, estos son:

- Rúbricas del programa: se dice y remarca el nombre del programa acompañado por una frase que manifieste su naturaleza, por ejemplo si es de música romántica, o de ritmos latinos, si el programa está dedicado a las mujeres específicamente, o si es un noticiero. Estos serán grabados con anterioridad y vestidos con cortes de música y efectos atractivos.
  - *Rúbrica de entrada*: debe ser impactante y capaz de definir en pocas palabras la esencia del programa, tomando en cuenta que será lo primero que escuchará el auditorio y

---

<sup>36</sup> *Ibíd*em, pág. 86

que definirá si está interesado en el producto o no. La duración será de 20 s.

- *Rúbrica de salida*: esta será una breve despedida igualmente impregnada por el estilo del programa. Es importante remarcar de nuevo el nombre del programa y hacer la invitación al público para que escuche la próxima emisión, no se dice el horario de esta porque comúnmente el locutor lo hace al despedir la transmisión. La duración será de 20 s.
  
- Cortinillas: estos clips son utilizados al ir a un corte comercial y para regresar al programa. Su objetivo será marcar en qué programa se está y que aún no ha terminado. La voz será vestida con música apropiada al programa e igualmente con efectos de sonido pertinentes. El número de cortinillas que se hará depende del productor y de su creatividad, siempre recordando que mientras más variedad haya es mejor. Su duración será de 5 a 10 segundos.
  
- Rompecortes: como su nombre lo dice rompe o parte los cortes comerciales, la mayoría de las ocasiones son colocados a la mitad de estos, aunque también se pueden acomodar al principio y al final. Dentro de su texto pueden incluir los teléfonos de cabina, el número para la mensajería de texto, las siglas de la estación, la frecuencia, el nombre de la radiodifusora o la dirección. Así la información que se da en estos no sólo es del programa sino de la empresa en sí, por ello constituyen parte de la personalidad de la estación. Los datos no deben ser incluidos todos en un solo rompecorte para poder variar de uno a otro. La duración será de 10 segundos.

Hay que tomar siempre en cuenta que lo atractivo de las vestiduras dependerá directamente de la creatividad del productor y de sus habilidades, siempre respetando la identidad de cada programa.

El siguiente paso para que la recreación de las realidades sonoras o radiofónicas sea posible, es el manejo del equipo de grabación y transmisión. Dos elementos que permiten dotar de profundidad las locuciones son los niveles y los planos, el primero se refiere al juego del volumen del sonido que busca aparentar el acercamiento o alejamiento de las voces, música o efectos. Y los planos se sitúan en el contexto físico de los sonidos, pues se refieren a acercar o alejar al emisor del micrófono para obtener el mismo efecto de dimensión del espacio.

En la radio son posibles manejar cuatro planos:

- Primer plano o de presencia: en este se desarrollan las escenas de presencia máxima y de comunicación interpersonal o cara a cara. Hasta el más particular elemento distintivo de la voz es plenamente perceptible. También se ocupa cuando la música o los efectos hacen partes protagonistas al sustituir a la palabra.
- Segundo plano o de interacción grupal: hace posible detectar a los personajes que conforman una plática.
- Tercer plano o de referencia: permite ubicar al locutor o emisor en una situación más distante, al igual que ambientar la intervención con los elementos del entorno.
- Cuarto plano o fondo: en este se sitúa la ambientación para cada acción. Si el locutor hablara en este plano no alcanzaría a escucharse, por lo cual su intervención carecería totalmente de relevancia. La música y los efectos que aquí se coloquen se entenderían solo como murmullos y sería opacados fácilmente por las acciones del primer y segundo plano.

Estos cuatro planos no son excluyentes uno del otro, pueden ser combinados dentro de un mismo programa siempre y cuando se respeten las

características de cada uno. También para que puedan ser aprovechados, tanto locutores, operadores y productores deben estar familiarizados con las distancias, de otra forma la recreación de la dimensión espacial no será posible.

Otras dos acciones importantes en el trabajo de producción y que también ayudan a la presentación o recreación de la realidad sonora, son las mezclas y las disolvencias.

Las *mezclas* pueden ser explicadas como aquellas que permiten la posibilidad de integrar o unir distintos sonidos, como por ejemplo: voz y música; voz y efecto; efecto y música; música y música; voz, música y efecto; y en raras ocasiones, efecto y efecto; voz y voz. Con estas combinaciones permiten realizar recreaciones más elaboradas y fieles a las necesidades de cada programa.

La *disolvencia* o *fade* es la herramienta de salida o entrada de efectos o música que facilita el ingreso de otra música u otro efecto en el momento que se desee y sin causar molestia al oyente. Son tres las opciones con las que se puede contar para realizarlas:

- Disolvencias altas: se refiere a cuando un nuevo sonido llega al nivel en que se sitúa el sonido ya existente, y éste empieza a descender de volumen hasta desaparecer.
- Disolvencias medias: se da en el momento que dos sonidos se mueven simultáneamente, uno hacia abajo y otro hacia arriba. El primero para desaparecer y el segundo para ocupar el lugar del primero.
- Disolvencias bajas: esto es cuando el sonido existente desciende de volumen hasta casi desaparecer, y en ese momento surge un nuevo sonido que ocupa su lugar.



Estas posibilidades de interacción con el sonido pueden dar buen resultado siempre y cuando se esté familiarizado con los manejos rítmicos y melódicos; así en el caso de la música, una canción no dará la sensación de encimarse abruptamente o matar a la otra.

### 3.1.3.1 El guión técnico

Para continuar en el proceso de la preproducción, el siguiente paso es la elaboración del guión técnico, que no es otra cosa más que la organización de todos los elementos necesarios para la conformación del lenguaje radiofónico, de forma que puedan ser leídos e interpretados correctamente y sin mayor dificultad por los locutores, productores y operadores.

Romeo Figueroa define al guión técnico como:

*“...una construcción lingüística metodológica por medio de la cual se emplean un conjunto de técnicas que permiten la lectura, comprensión e interpretación de todos y cada uno de los parlamentos, indicaciones para operadores y permite concatenar las escenas y acciones que hacen posible la realización de una obra.”<sup>37</sup>*

Al momento de elaborar un guión es importante entender que lo escribimos para ser escuchado, por lo cual el lenguaje debe ser coloquial, íntimo y accesible. La sonoridad de las frases que se utilizarán debe ser revisada, al igual que el ritmo, las inflexiones, los matices y los énfasis, por supuesto en relación a la música y efectos que se ocuparán.

Las palabras deben fluir con naturalidad, y para esto hay que tener mucho cuidado con la puntuación gramatical, ya que es la que nos ubica en el texto encerrando ideas. Esta no debe entrar en disputa con los matices necesarios para obtener la intención deseada, ni con la entonación que marca la inflexión en la voz, pues en conjunto son las que crean las pausas o silencios necesarios para su óptima comprensión.

---

<sup>37</sup> Figueroa, Romeo. Op cit. Pág. 329

Por todo esto es obvia la importancia de tener pleno conocimiento del manejo de la voz, desde su estructura biológica hasta su utilización como instrumento para provocar y transmitir infinidad de sentimientos y emociones. Por lo tanto es conveniente hacer hincapié en los recursos de la expresión vocal.

- Entonación o tono: manejo de registros e inflexiones
- Volumen o dinámica: da la intensidad, los acentos y matices en la voz.
- Ritmo: permite reconocer velocidades y pausas.
- Timbre o agente emisor: dentro de este se reconocen dos, los normales o naturales, y los característicos o usuales.

Para redactar el guión radiofónico el estilo debe ser directo, sencillo, preciso y conciso. Es primordial evitar los diálogos densos, aquellos que se convierten en un verdadero laberinto de enredos y tecnicismos que pueden causarle malestar al oído del público. Tampoco se debe abusar en el uso de palabras para así mantener el control de la comprensión de los diálogos.

Antes de pasar a la estructura que debe poseer el guión técnico, parece oportuno explicar las funciones de los partícipes en la realización del programa. Para esto es adecuado tomar el cuadro de Teodoro Villegas, donde especifica cada uno de los puestos, y las abreviaciones con las cuales se les identificará en el texto:

*“OPERADOR (OP).- Persona encargada de manejar y operar todos los aparatos de sonido que intervienen en la realización. La labor del operador no debe quedar en el manejo técnico, sino coadyuvar en el cuidado de la realización, sobre todo en el manejo rítmico de la misma.*

*Otra labor del operador es la de manejar los efectos de sonido o ruidos llamados enlatados o grabados, ya sea en cinta magnetofónica o en disco.*

*EFFECTISTA (EFC).- Persona encargada de crear los ruidos o efectos especiales necesarios para el programa. Su labor se desarrolla principalmente en lo que llamamos efectos en vivo, o sea la creación de ruidos en función de las necesidades rítmicas del programa.*

*LOCUTOR (LOC).- Persona encargada de la presentación, despedida y créditos del programa. Lector de noticias. Informador y enlace en la continuidad de la transmisión. Si hay varios locutores dentro del guión, los podemos diferenciar con números progresivos.*

*VOCES.- En las dramatizaciones la ubicación de los personajes se da por medio de la voz, y llamamos voces a los intervinientes en el programa, siendo los que desarrollan uno o varios personajes. Se recomienda utilizar el nombre del personaje para una mejor identificación.*

*GUIONISTA.- Es la persona encargada de llevar a cabo la labor de estructurar, en el formato de guión técnico, los contenidos del guión literario.*

*MUSICALIZADOR.- La persona encargada de crear o seleccionar la música o los fragmentos musicales necesarios para la realización del programa.*

*DIRECTOR/REALIZADOR/PRODUCTOR.- En radio se utilizan los tres términos indistintamente para nombrar al responsable creativo del programa radiofónico, por lo que su conocimiento y manejo del medio y del lenguaje radiofónico debe ser indiscutible. En este responsable se materializan los manejos rítmicos y melódicos del sonido para la realización del lenguaje radiofónico. Su responsabilidad, respecto a la calidad del producto, es plena, ya que hasta de un mal guión puede hacerse un buen producto radiofónico.<sup>38</sup>*

---

<sup>38</sup> Vilar, Josefina y Villegas, Teodoro. Op cit. Pág. 179-180

Cabe aclarar que todo este equipo de trabajo con el que debería de contar un programa radiofónico, en la actualidad se ha visto reducido por diversos motivos y circunstancias. Así el lugar de operador y locutor se disminuyen a una persona, y las actividades del productor, guionista y musicalizador igualmente recaen en un solo individuo.

Aún con esto, es importante resaltar que todavía existen algunas producciones que respetan cada uno de los puestos individualmente, la mayoría de estos programas se llevan a cabo fuera de México, por ejemplo en la BBC de Londres o en la WDR de Alemania.

La estructura que deberá tener el guión técnico consta de dos partes: la primera es **la cabeza**, en la cual deberán escribirse todos los datos que identifiquen el tipo de programa que se va a efectuar y las referencias de las personas que intervendrán en la realización.

Cuando el programa es musical, de revista, deportes o noticiario, la cabeza suele ser sencilla, pues sólo se escribirá el nombre de la emisora y del programa, el horario, la fecha de transmisión que corresponde a ese guión, la duración del programa, el nombre del locutor y del productor. Todo esto se colocará en la parte superior de la hoja.

En cambio si la obra posee las características del radiodrama, la cabeza aumenta su complejidad al igual que el número de datos que debe incluir, por ejemplo la fecha de grabación, las voces, el título del drama, etc.

Es correcto si esta también se sitúa en la parte superior del guión, aunque para fines prácticos se recomienda que sea en otra hoja y como presentación del escrito.

A continuación se muestra un ejemplo ficticio de este caso para acabar con confusiones y detallar elementos:

**El Alquimista**  
Adaptación radiofónica

Obra original de  
Paulo Coelho.

EMISORA:	Radio México
PROGRAMA:	Letras Libres
TÍTULO:	El Alquimista
FECHA DE GRABACIÓN:	12 octubre 2012
FECHA DE TRANSMISIÓN:	20 octubre 2012
DURACIÓN:	28 minutos
LOCUTOR:	Juan Velasco
VOCES:	Enrique Martínez José Alfaro Jorge Fernández
GUIONISTAS:	Silvia Bermúdez Arturo Grajales
EFFECTISTA:	Ángel Ojeda
OPERADOR:	Pablo Guzmán
DIRECTOR:	Francisco Ávila

Terminada la cabeza pasamos a la segunda parte que es **el cuerpo**. Contiene todo el desarrollo del programa u obra a través de los diálogos, y explica las funciones correspondientes a cada uno de los miembros del equipo de trabajo.

El cuerpo del guión para su fácil ordenación se divide en tres columnas:

1.- En la primera se coloca una numeración progresiva de las líneas escritas en el guión, esta irá del 1 al 28 en cada cuartilla tamaño carta con el propósito de ayudar a los realizadores a identificar fácilmente por dónde va la grabación y detectar si se ha cometido un error.

El productor es la mente maestra detrás de toda creación radiofónica, y por esto debe estar al tanto de todos los elementos que la componen, uno de los más importantes es el tiempo. Para esto también sirve la numeración, esta se repetirá del 1 al 28 en cada hoja del escrito para calcular un tiempo aproximado de lectura de un minuto, siempre y cuando en cada línea no se sobrepasen los 52 golpes de máquina. Así el productor sabrá casi con exactitud de cuánto tiempo dispone en cada parte del programa.

2.- La segunda columna comprende las funciones de las personas que forman parte de la realización: el operador y el locutor principalmente.

Para una distribución cómoda del espacio en la hoja, es importante que la distancia entre la primera y la segunda columna no exceda una tercera parte del ancho de la cuartilla. Esto con el fin de dejar suficiente lugar para la tercera columna que es la más extensa.

Las abreviaturas con las que se les designará a cada puesto del equipo de trabajo como LOC y OP, se escribirán con mayúsculas, al igual que el nombre de los personajes si se tratara de un radiodrama.

3.- La tercera columna corresponde a los diálogos o textos que serán leídos por el locutor, estos deben escribirse en minúsculas y a doble renglón con la finalidad de obtener un formato fácil de leer.

Aquí también se incluirán las indicaciones o acotaciones acerca del énfasis con el que se deben leer ciertas exclamaciones. Estas sólo son de refuerzo para el o los locutores y deberán estar colocadas antes de la expresión o frase a interpretar, escritas con mayúsculas y entre paréntesis. Por ejemplo: (HORRORIZADO) ¡Ayúdenme por favor!; (ENOJADO) ¡Te exijo una explicación!.

En esta columna igualmente se especificará la manera en que entrará la música o algún efecto de sonido, las disolvencias y los planos. Se debe resaltar que el nombre de la melodía o efecto a utilizar debe señalarse con toda claridad. Estas instrucciones también irán en mayúsculas y entre paréntesis para no confundirse con el diálogo. Por ejemplo:

### **C A B E Z A**

EMISORA:	LOCUTORES:
PROGRAMA:	VOCES:
TÍTULO:	GUIONISTA:
FECHA DE GRABACIÓN:	EFECTISTA:
FECHA DE TRANSMISIÓN	OPERADOR:
DURACIÓN:	DIRECTOR:

### **C U E R P O**

1.- OP.	<u>LAS INDICACIONES AL OPERADOR SE ESCRIBEN EN 52</u>
---------	-------------------------------------------------------

2.-	<u>GOLPES DE MÁQUINA. A DOBLE ESPACIO, CON MAYÚSCULAS</u>
3.-	<u>Y SUBRAYADAS.</u>
4.- LOC.	El texto de locutores y voces va con mayúsculas y
5.-	minúsculas, en 52 golpes de máquina. Las
6.-	indicaciones de inflexión o uso de la voz, entre
7.-	paréntesis y con mayúsculas, dentro del texto.
8.- EFEC.	<u>LAS INDICACIONES AL EFECTISTA, CUANDO SON EFECTOS EN</u>
9.-	<u>VIVO, O AL OPERADOR CUANDO SON GRABADOS, VAN CON</u>
10.-	<u>MAYÚSCULAS, EN 52 GOLPES DE MÁQUINA Y SUBRAYADOS.</u>
11.- LOC.	Las indicaciones al operador y al efectista serán
12.-	claras y precisas, para evitar confusiones,
13.-	procurando ser lo más explícitos en ellas.
14.- OP.	<u>SUBE MÚSICA. TIPO DE INSERCIÓN. DE QUÉ DISCO. CINTA O</u>
15.-	<u>CASSETTE. CARA O LADO; CORTE O TRACK. FORMA EN</u>
16.-	<u>QUE QUEDA O SALE LA INSERCIÓN.</u>
17.- LOC.	Se darán varios ejemplos para el manejo del texto
18.-	indicativo al operador. (ENFATIZANDO). Leer con
19.-	atención.
20.- OP.	<u>F. I. MÚSICA. PUENTE. DISCO 1812. CARA A. CORTE 4.</u>
21.-	<u>DANZA RUSA. BAJA A FONDO Y QUEDA.</u>
22.- LOC.	Este fue el guión técnico de
23.-	radio...
24.- OP.	<u>SUBE FONDO. RÁFAGA. BAJA Y FUNDE CON</u>
25.-	<u>EXPLOSIÓN.</u>
26.- EFEC.	<u>PASOS DE UNA PERSONA DE PRIMER PLANO A</u>
27.-	<u>DESAPARECER.</u>
28.- OP.	<u>RÚBRICA DE SALIDA.</u>



Hay que señalar que el formato anteriormente descrito es el que generalmente se usa en este medio de comunicación, las variantes que podrían existir son menores y tendrían lugar en cuanto al ordenamiento de algunos elementos y adición de otros.

Otra estructura de guión también utilizada con frecuencia es aquella que posee sólo dos columnas. La primera contiene las inserciones como la música, los efectos de sonido y cómo éstos intervendrán según las disoluciones y los planos. Se escribe con mayúsculas y a doble espacio.

La segunda columna está conformada por el texto que el locutor leerá y por el nombre o abreviación del personaje que debe interpretar cada parte. Se escribirá con mayúsculas y minúsculas e igualmente a doble espacio. Las acotaciones acerca del énfasis para expresar las palabras también serán incluidas, y para redactarlas se aplicará la misma regla que en el formato de tres columnas, con mayúsculas y entre paréntesis. Por ejemplo:

**Emisora: XEABC**  
**“El placer de ser mujer”**  
**Sábados de 13:00 a 14:00 hrs.**  
**Productor: Carlos Niño Ortega**  
**Locutor: Andrés de la Torre**  
**22 de septiembre, 2012**

Invitados: Dra. Elena López González – Psicóloga y Terapeuta Familiar/ Sandra Oses Cohen – Maquillista y Estilista Profesional.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**OP: RÚBRICA DE ENTRADA – JINGLE**

**OP: ENTRA FONDO TRACK 1 Y BAJA A FONDO**

LOC: Bienvenidas amigas al **Placer de ser mujer**, el oasis de la mujer de hoy que quiere disfrutar y sentir **el placer de ser plenamente mujer**. Soy tu amiga **Andrea de la Torre**, anfitriona en este viaje al **Placer de ser mujer**. Comenzamos.

**OP: CROSSFADE DE TRACK 1 A TRACK 2 Y BAJA A FONDO**

LOC: **REFLEXIÓN**

OP: CROSSFADE TRACK 2 A TRACK 1

LOC: (Presenta canción) Nacida en **Palermo**, Italia en 1974, **Filippa Giordano** es la menor de toda una generación de músicos que ha logrado destacar en el mundo de la **Ópera** por su fina tesitura vocal. El tema de hoy, **Habanera**, de **George Bizet**, se extrae de su álbum homónimo de **1999**. Es **Filippa Giordano**.

OP: HABANERA – FILIPA GIORDANO

OP: CROSSFADE DE FILIPA A TRACK 1 Y BAJA A FONDO

LOC: (Presenta Invitada) Graduada con mención honorífica por la **UNAM** y **Maestría en Terapia familiar** por el **Instituto de la Familia, A. C.**, la **Psicóloga Elena López González** tiene una brillante trayectoria de más de **10 años** de experiencia en **Terapia** individual, de pareja y familiar. También es **Instructora** en **talleres de Desarrollo Humano** y **docencia** en la **Universidad del Valle de México** y la **Universidad Tecnológica de México**. En el programa de hoy, la **Psicóloga Elena López González** nos hablará, de las **Zonas Erógenas** en el hombre y la mujer.

OP: CROSSFADE TRACK 1 A TRACK 6

LOC: **ENTREVISTA PSICÓLOGA ELENA LÓPEZ GONZÁLEZ.**

OP: CROSSFADE TRACK 6 A TRACK 1

LOC: **MANDA A PRIMER CORTE CON TELÉFONOS EN CABINA, E-MAIL, PÁGINA WEB Y TWITTER.**

<b>OP: 1ER CORTE COMERCIAL Y LIGAR CON TRACK 1</b>
----------------------------------------------------

OP: ENTRA TRACK 1 Y CROSSFADE A TRACK 6

LOC: (CONTINÚA INVITADA) **PSICÓLOGA ELENA LÓPEZ GONZÁLEZ**

OP: CROSSFADE DE TRACK 6 A TRACK 1 Y LIGAR CON CORTE COMERCIAL

**OP: 2º CORTE COMERCIAL, LIGAR TRACK 1**

OP: ENTRA TRACK 1 Y BAJA A FONDO

LOC: (Presenta 2a invitada)            Se declara a si misma **apasionada por su trabajo**, por **transformar** a las personas en su exterior y así mejorar su **autoestima**. Inspirándose en los colores, facciones, texturas, formas y combinaciones de maquillaje y peinado, nuestra invitada, **Sandra Oses Cohen**, ha creado **CohenStyle** y un concepto llamado, **Niñas Bien**. Su experiencia la ha llevado por **pasarelas**, anuncios comerciales, eventos sociales, así como cursos profesionales y personales.

OP: CROSSFADE DE TRACK 1 A TRACK 5

LOC:                                            ENTREVISTA Y CHARLA

OP: CROSSFADE DE TRACK 5 A TRACK 1

LOC:                                            DESPIDE ENTREVISTADA Y MANDA AL TERCER CORTE, TELÉFONOS EN CABINA Y REDES SOCIALES.

**OP: 3ER CORTE COMERCIAL, LIGAR CON TRACK 1**

OP: ENTRA TRACK 1 Y BAJA A FONDO

LOC:                                            COMENTARIOS CON **SONIA FLORES**.

OP: ENTRA TRACK 1 Y BAJA A FONDO

LOC:                                            Amigas, llegamos al final de este programa, lleno de placeres para disfrutar. La vida es tan rosa como **tú** la quieras pintar, el mundo, la belleza y el arte están hechos para ti, no los dejes escapar, ni permitas que nadie los opaque o los eclipse. Disfruta y siente **El placer de ser mujer**. El próximo sábado tu y yo tendremos una nueva cita para descubrir, **El placer de ser mujer**.

**OP: RÚBRICA DE SALIDA**

O bien si se trata de un radiodrama el formato sigue siendo el mismo, iniciamos por la cabeza y después pasamos al cuerpo respetando las reglas antes descritas:

CUENTA CUENTOS, SERIE CIENCIA FICCIÓN.  
“**TAL VEZ SOÑAR**”, de RAY BRADBURY

Adaptación radiofónica: Guillermo Bermúdez, Silvia Granillo y Arturo Ortega.

Personajes por orden de aparición:

SALE. (SEIL)	Hombre de 30 años, voz jovial.
TYLLE. (TYL)	Autoritario y grave, voz potente.
IORR. (IOR)	Histérico y agudo, voz profunda.
SALVADOR 1.	Hombre de 35 años, voz tranquila.
SALVADOR 2.	Hombre de 30 años, voz amigable.

**OP:** ENTRA MÚSICA IDENTIFICACIÓN  
GRABADA. A TERMINAR

**LOC:** Hoy presentamos, de la serie Ciencia Ficción, “Tal vez soñar”, de Ray Bradbury.

**OP:** SUBE MÚSICA CARACTERÍSTICA.  
PUENTE. DISUELVE CON ENTRADA  
RUIDO NAVE ESPACIAL EN PICADA.  
BAJA A 3er PLANO QUEDA. ENTRA 2do  
PLANO RUIDOS  
ELECTRODISONANTES. QUEDAN.

**SALE:** (DESESPERADO) ¡Me voy a estrellar!... ¡Me voy a estrellar contra ese planetoides!... ¡Maldita nave!; los controles no responden. Sólo me queda activar los pulsos de retroceso. Ojalá que la nave no se desintegre...

**OP:** ENTRA 1er PLANO RUIDO DE  
MOTOR REVOLUCIONANDO. RUIDO  
CHOQUE. ALGUNOS RUIDOS  
ELECTRONICOS SE EXTINGUEN  
GRADUALMENTE.

**SALE:** (QUEJÁNDOSE) Qué mal me siento, es un milagro que esté vivo. ¡Ay, todo me duele!...

**OP:** ENTRA EN 3er PLANO VIENTO.  
QUEDA.

**VARIAS VOCES:** (CON ECO Y SUSURRANDO). ¿Tu nombre?...

**SALE:** Sale... Leonard Sale...

**VARIAS VOCES:** (CON ECO, INQUIRIENDO). ¿Ocupación?...

**OP:** SALE VIENTO.

**OP:** ENTRA 2do PLANO RUIDOS METÁLICOS EN MOVIMIENTO Y PASOS QUE DESAPARECEN GRADUALMENTE...

**OP:** ENTRAN RUIDOS METÁLICOS REMOVIDOS. LIMPIEZA DE ESCOMBROS. DESAPARECEN GRADUALMENTE.

**OP:**  
ENTRA 1er PLANO RUIDO DE SINTONÍA RADIO ONDA CORTA. BAJA 2do PLANO PERMANECE.

**SALE:** ... Cosmonauta...

**VARIAS VOCES:** (CON ECO, CONTENTAS) Bienvenido... bienvenido... bienvenido...

**SALE:** ¿Eh?, ¡ah!, me siento mejor.

**SALE:** (SUSPIRANDO) ¡Suerte!, pura suerte, no me pasó nada. Mi traje está intacto, el oxígeno también funciona. Bueno, yo estoy bien, veré cómo está el resto de la nave.

**SALE:** (CONTENTO)  
Tengo comida para dos meses.  
¡Magnífico!, revisaré el radiotransmisor...

**SALE:**  
¡Milagro!, mi radio funciona, pediré ayuda.

En el guión radiofónico jamás estará de más hacer hincapié en la importancia que posee la limpieza y la ausencia de errores en la redacción, pues de esto depende en gran parte la fluidez y armonía del programa.

Después de finalizar con la estructura del guión podemos pasar a la última etapa de la preproducción, la cual se refiere a la selección de los recursos técnicos y humanos necesarios para llevar a cabo la realización de la obra.

La relevancia de esta parte radica en la adecuada elección de los elementos que cumplirán con las expectativas planteadas, pues si no se elige correctamente, por más que la idea sea creativa y original, y que el guión esté perfectamente redactado, jamás se llegará a cumplir lo que se esperaba del programa.

Primero se deben cubrir las necesidades en cuanto a infraestructura y equipo técnico para la producción, esto se refiere a las mezcladoras, las grabadoras y reproductoras, decks, micrófonos, consola de audio, computadoras, área de grabación y estudio.

Después se puede seguir con la integración del equipo humano, aquí será necesario contar con el operador técnico, el asistente de operador, la voz masculina o femenina, el asistente de producción, efectista y musicalizador. Es altamente recomendable que la selección del recurso humano la lleve a cabo el productor o director, esto ayudará a integrar un equipo de trabajo sólido y acoplado en cada una de las funciones.

La elección del locutor se hará con base en las necesidades del programa en cuanto al manejo que posea de los recursos vocales de expresión, como la entonación, dinámica, ritmo y timbre. Cada uno de estos dependen del otro, ya que ninguno puede ausentarse de la expresión vocal. Estos recursos se relacionan inevitablemente con los demás sonidos a su alrededor, por lo que la selección de la voz no puede ser independiente de los efectos, rúbricas, cortinillas y rompecortes que integran la unidad del programa.

A continuación se buscará el tema musical que servirá de fondo. La musicalización es sumamente importante, por lo tanto hay que brindarle el tiempo y la paciencia necesaria. La música que acompañará al locutor debe seguir el carácter del guión y a su vez del programa, ajustarse a las condiciones del público meta y compartir sus características rítmicas, expresivas, descriptivas y reflexivas.

El fondo musical no debe pensarse como algo de relleno sino como una voz más que está al aire, esta permite la conjunción perfecta entre voces y efecto, elementos que dan a luz al lenguaje radiofónico.

Según Romeo Figueroa, las condiciones que debe seguir una obra radiofónica para que el empleo de la voz, música y los efectos sonoros se incorporen adecuadamente al cuerpo general son:

- *“Que tengan un objetivo definido para ser usados.*
- *Que sean identificados con plena claridad y no requieran de mayor explicación.*
- *Que la música se adapte al entorno que se pretende dar a la obra.*
- *Que el elemento contribuya a fortalecer el mensaje de la obra en su conjunto.*
- *Que no quepa duda en el oyente de que lo que se expresa en la obra es lo mismo que recibe y entiende...*
- *Que el radioescucha sea capaz de crear su propio escenario imaginal y le permita visualizar la experiencia de manera libre, independiente y espontánea.”<sup>39</sup>*

---

<sup>39</sup> Figueroa, Romeo. Op cit. Pág. 338



Con este último paso se puede decir que la etapa de preproducción llega a su fin. La ardua preparación de contenidos, temas, audios y todo un equipo de trabajo concluye, sólo para pasar a un nuevo nivel, la realización, en donde los jueces serán los radioescuchas. Ahora el productor se encuentra más cerca de comprobar si su visión fue correcta y si su idea fue la adecuada.

## **CAPÍTULO 4.- REALIZACIÓN Y POSPRODUCCIÓN**

## 4.1 La realización

Este proceso puede entenderse de dos formas, como la grabación previa de la obra radiofónica para ser emitida posteriormente, o en el caso de los programas en vivo, salir al aire y consumir la obra.

Una vez que son satisfechas las necesidades del programa en cuanto a creatividad; que ya se tiene pregrabado y adecuadamente elegido el material auditivo como pistas musicales, vestiduras y efectos de sonido; y que todos los puestos necesarios del recurso humano son identificados y ocupados, se puede afirmar que el proyecto entra en la pequeña pero fundamental fase de **ensayo**.

En esta etapa se repasa el planteamiento del programa y su guión, con el objetivo de eliminar ciertas situaciones de la obra por no ser necesarias, y modificar el orden de algunos elementos por fines prácticos, como el gusto del público y la comodidad del locutor.

De igual forma el repaso de la obra se realiza para que el o los locutores, el operador y el efectista se familiaricen con cada una de las partes del programa, de manera que se logre tener el menor número de errores posible.

La fase de ensayo bajo ninguna circunstancia debe entenderse como un retroceso del trabajo, pues este es un proceso de adecuación indispensable para el producto final, y que significa que el proyecto se encuentra encaminado al último paso del proceso creativo de la producción radiofónica, osea la realización.

Este paso final es el que más recibe atención por ser en él donde todo el trabajo se verá reflejado, aquí se sabrán superadas o no las expectativas que nacieron desde el surgimiento de la idea en la mente del productor. Es el momento en que los integrantes del equipo de trabajo concentran su esfuerzo

total y profesionalismo para que el proyecto se realice de la mejor manera, al conjugarse perfectamente el talento humano y las capacidades técnicas.

Después del ensayo se puede pasar a la realización o grabación del programa. Como se planteó en un principio, se puede entender a esta etapa de dos formas: la **grabación de la obra** para que el audio terminado salga al aire tiempo después en la fecha planeada, o el **programa en vivo**.

En la primera existen dos opciones para realizar el trabajo:

1.- Grabación en frío: se refiere a cuando se graban primero las voces de los participantes de la obra radiofónica, los efectos de sonido pregrabados y los fondos musicales se suman después para completar el producto final.

Este tipo de grabación posee la ventaja de facilitar el proceso al hacer posible la corrección inmediata del contenido, sin necesidad de tener que regresarse hasta donde la música o los efectos lo permitan y no se perciban los cortes bruscos. Así el tiempo gastado al grabar se reduce.

La desventaja que lleva consigo es que muchas veces el locutor no “siente” el programa al no escuchar la música o los efectos, y por lo tanto la voz no transmite todo lo que debería. Hay que recordar que la radio es un juego de imaginación, pero mientras más elementos nos ayuden a identificar emociones o situaciones, es mejor.

2.- Grabación en caliente: en esta todos los elementos se integran al mismo tiempo: la música, los efectos de sonido, las vestiduras y la voz. Por lo tanto exige mayor atención, concentración y coordinación del productor y de su equipo de trabajo.

Aquí la ventaja es la posibilidad de una mayor compenetración con el contexto del programa, los locutores pueden reaccionar a los cambios que marcan los efectos sonoros y actuar con mayor efusividad acorde a lo que se requiera.

La desventaja es que los errores que se cometen son difíciles de remediar sin repetir las secuencias afectadas. Hay que recordar que todos los elementos se fusionan instantáneamente, por lo que corregir una falla de lectura o interpretación significa encontrar la parte precisa en que ni la música, ni la voz, ni algún efecto se corte y haga obvio el remiendo. En ocasiones hallar la parte adecuada significa tener que volver a grabar párrafos enteros.

En cuando a los **programas en vivo**, es importante resaltar que no varían en los pasos o etapas anteriores a la realización de la obra. Las actividades son igualmente aplicables y sólo cambia el procedimiento al momento de llevar a cabo la emisión.

Por obvias razones, en este caso la corrección de errores sin que el auditorio lo perciba no es posible, lo que significa que la etapa de preproducción adquirirá mayor importancia de la que ya le es otorgada. Los elementos auditivos necesarios deberán ser elegidos y preparados con sumo cuidado, para tener la certeza que en lo que respecta a ellos las fallas son poco probables.

No se deben dejar espacios débiles en donde una falta de atención pueda permitir la filtración de un error imposible de corregir. Así es totalmente cierto que un programa en vivo demanda mayor preparación en todas las áreas.

Para la realización de programas en vivo se presentan dos opciones:

1.- Programa transmitido desde cabina: se tiene la fortuna y la comodidad de trabajar en un ambiente controlado, con las

condiciones ideales para el ejercicio radiofónico, sin ruidos inesperados y con todas las herramientas necesarias al alcance de la mano. El curso del programa se lleva con mayor eficacia y con el mínimo de problemas, apegándose simplemente a lo preparado y planeado en el guión.

2.- Control remoto: en esta opción se transmite desde cualquier otro lugar, menos en cabina. Desde la calle, en un parque, en un comercio, todo depende de lo que se quiera captar y emitir del ambiente. El entorno no es controlado, por lo que los realizadores deben amoldarse a lo que suceda a su alrededor. Estar preparados para cualquier cambio de planes y sucesos inesperados.

La principal dificultad de transmitir en esta forma es que no se cuenta con las condiciones ideales para la grabación, muchas veces los sonidos en ambientes exteriores no pueden ser correctamente identificados por el receptor u oyente, por lo que este suele percibir sólo ruidos que el locutor tendrá que traducir y explicar para dotar de contexto la transmisión.

Dentro de los programas en vivo, hay uno cuyas características lo obligan a pertenecer a este grupo, los noticiarios. La materia prima de estas transmisiones es la noticia, la cual está regida por la prontitud y actualidad del hecho. Gracias a esto, aunque es posible, no se recomienda grabarlo para después emitirlo.

La producción de un informativo sigue los mismos pasos que se explicaron anteriormente, con la única diferencia de que debe estar bajo la regla de la inmediatez, por lo tanto su contenido siempre está propenso a ser cambiado por un reporte más relevante u oportuno de último momento.

La estructura de su guión puede seguir la guía de las dos columnas, y el orden de las notas informativas responderá a los criterios que siga el jefe de información. Sus partes son: teasser, cuerpo y salida.

Teasser: es la primera parte del noticiario, la bienvenida, su introducción. Aquí están incluidas la entrada y las cabezas de las notas más importantes que tendrán su desarrollo en el cuerpo del programa. Su objetivo es captar la atención del radioescucha.

Cuerpo: este se refiere al desarrollo del contenido, y puede tener diferentes estructuras según su autor. Pero lo que es importante y no se debe perder, es la fácil comprensión para el locutor y la capacidad de poder sumar nuevas notas aún durante el transcurso de la emisión.

El orden de las noticias que se tocarán puede estar regido por tema, por regiones geográficas, o jerarquizadas por importancia.

Salida: debe contener un resumen de lo más importante del noticiario, similar al teasser, los créditos del equipo de realización y la despedida del locutor, siempre con la invitación al público para que escuchen la próxima transmisión.

Para insertar en el programa los audios pregrabados de entrevistas o notas informativas de reporteros, se debe indicar en el guión el momento en que se va a reproducir, para esto se utiliza el término “cuña”, o el nombre de la nota. La palabra deberá ir en mayúsculas y con el número de inserción que es.

También, para eliminar cualquier posibilidad de duda en el operador acerca de si es o no la grabación correcta, se puede escribir después de la palabra “cuña” o del nombre de la nota, la primera y la última frase del audio.

A continuación un ejemplo de guión para noticiario radiofónico tomado de “El sonido de la radio”:

**RADIO EDUCACIÓN.**  
**NOTICIARIO DE LAS 21:30HRS.**  
**14 JUNIO 1988.**

OP.	<i>F.I. MÚSICA IDENTIFICACIÓN. BAJA FONDO. QUEDA.</i>
LOC. 1.	<i>Durante el presente año el déficit de desempleo será de 650 mil plazas, afirma la CANACINTRA.</i>
LOC. 2.	<i>Asegura la Secofi que el problema de la carne será resuelto esta semana; llegarán a la capital 4 mil cabezas de ganado.</i>
LOC. 1.	<i>Debido a la sequía el gobierno importará granos básicos con valor de 2 mil millones de dólares.</i>
LOC. 2.	<i>En Guatemala, medios informativos locales afirman que un nuevo levantamiento militar se produjo el viernes pasado; mientras el ejército desmiente las versiones.</i>
LOC. 1.	<i>El Presidente francés Françoise Mitterand ratifica en su puesto al primer ministro, Michel Rocard.</i>
LOC. 2.	<i>Fuertes hostigamientos a la prensa internacional se registran en los países de Guatemala, Haití y los territorios ocupados de Gaza y Cisjordania.</i>
OP.	<i>PUENTE... A NACIONALES...</i>
LOC. 1.	<i>La subdirección de información de XEEP, RADIO EDUCACIÓN, presenta su servicio informativo de las 21:30 horas.</i> <i>Iniciamos con el panorama nacional.</i>
LOC. 2.	<i>El presidente de la CANACINTRA, JORGE KAGUASHI, se mostró cauto al indicar que para fines del año y también, no se olvide, del sexenio, el desempleo afectará a 6 millones de personas. Aún con lo moderado del pronóstico, Kaguashi señaló que el déficit en la creación de empleos es de 650 mil al año.</i>
OP.	<i>ENTRA CUÑA #1... DESDE... AL FINALIZAR EL PRESENTE AÑO... HASTA... PARA RADIO</i>



	<p><i>NOTICARIOS DE RADIO EDUCACIÓN, FERNANDO VELAZCO VENEGAS. 57 segundos.</i></p>
<p><i>OP.</i></p>	<p><i>RÁFAGA.</i></p>
<p><i>LOC. 1.</i></p>	<p><i>La refinería de Salina Cruz, Oaxaca, aumentará su capacidad en un 100 por ciento luego de que el próximo viernes el Presidente, Miguel de la Madrid, inaugure obras de PEMEX en la entidad, incluido un oleoducto.</i></p> <p><i>Con esta infraestructura el país podrá incrementar sus exportaciones hacia el Pacífico; entre los beneficiados está Japón, según se dice.</i></p>
<p><i>OP.</i></p>	<p><i>RÁFAGA.</i></p>
<p><i>LOC. 2.</i></p>	<p><i>La Confederación Nacional de Tablajeros denunció que se está vendiendo carne descompuesta en las carnicerías de la Ciudad de México. El dirigente de ese organismo, Ismael Sánchez Miranda, se quejó porque las autoridades de comercio no consideran a los consumidores y cuando escasea el producto sólo se vende en los supermercados. También pidió a las autoridades de la Secretaría de Salud, que intervengan en el asunto y sancionen a los culpables.</i></p> <p><i>Por su parte el subsecretario de Comercio Exterior de la Secofi, Jesús Sánchez Jiménez, y el líder del Sindicato Único de Trabajadores de la Industria de la Carne, Manuel Álvarez, coincidieron al señalar que el problema del abasto de la carne quedará superado esta misma semana. El funcionario de la Secofi dijo que en estos días llegarán a la capital cuatro mil cabeza de ganado, que se venderán a precios módicos en tiendas de la Ciudad de México. Mientras el líder sindical afirmó que con la carne adquirida en Guatemala, el abasto de la capital</i></p>

	<i>estará garantizado.</i>
OP.	RÁFAGA.
LOC. 1.	<p><i>Debido a la sequía que afecta cuando menos a siete entidades del país, el gobierno mexicano invertirá hasta dos mil millones de dólares en la compra de productos básicos, según lo explicó el Presidente del Consejo Nacional Agropecuario, Manuel de Unano Rivero.</i></p> <p><i>El empresario añadió que el próximo gobierno no podrá salir adelante si no resuelve su talón de Aquiles, el agro mexicano.</i></p> <p><i>Dijo de Unano Rivero, que es indispensable modernizar el campo, donde hasta el 70 por ciento de los campesinos tienen una producción de infrasubsistencia. A su vez criticó las medidas del Pacto de Solidaridad, porque no atacan directamente el problema; ahora el caso debe atacarse no sólo con medidas coyunturales, publicadas únicamente para que los campesinos mitiguen el hambre. Si se quiere modernizar el agro, insistió el dirigente empresarial, se debe dar un giro de 180 grados en la política encaminada a ese sector público.</i></p>
OP.	PUENTE – EDITORIAL.
LOC. 2.	<i>Minuto Editorial...</i>
LOC. 1.	<p><i>Poco antes de viajar a Toronto para asistir a la cumbre de los siete grandes países industrializados de occidente, el Primer Ministro Italiano, Ciriaco de Mita, señaló en Roma que es difícil conseguir la unanimidad en el problema de la deuda; pero indicó, está convencido que la situación es cada día más política y que se debe encontrar una solución.</i></p> <p><i>Ciertamente hay que abatir el peso de la deuda de las naciones en desarrollo; México, por ejemplo, en el mercado de una economía</i></p>

*estancada y dentro de políticas financieras monetarias restrictivas, en los primeros cinco años de este sexenio, vio crecer su débito externo en un 20.5 por ciento, es decir, a un promedio anual de más de 4 por ciento. Los recursos que se destinan al pago de la deuda externa son inadecuados, es necesario que se reduzca la remuneración del capital y los intereses, resolución que de tomarse en forma conjunta, aliviaría el peso del abultado endeudamiento. La razón debe ponerse en el complejo problema de la deuda. Por razones morales, éticas y de conservación de la armonía social, los pagos deben subordinarse al crecimiento económico interno. México ya llegó al límite de su sacrificio.*

OP.

*PUENTE... INTERNACIONALES...*

LOC. 1.

*Demos paso al panorama internacional.*

LOC. 2.

*El Secretario de Estado de la Unión Americana, George Shultz, se reunió con los representantes de la contra nicaragüense, a quienes confirmó su admiración y respeto. Desde Washington tenemos los detalles sobre esta reunión y otros pormenores de Centroamérica...*

OP.

*ENTRA CUÑA #2. DESDE... EL SECRETARIO DE ESTADO GEORGE SHULTZ... HASTA... DESDE WASHINGTON Y EN ESPECIAL PARA RADIO EDUCACIÓN DE MÉXICO, JUAN GONZÁLEZ... 2:30min.*

OP.

*RÁFAGA.*

LOC. 1.

*Otro levantamiento militar se produjo el viernes pasado en Chinaltenango, a 55 kilómetros al oeste de la capital de Guatemala, denunciaron medios de prensa locales, pero voceros del ejército desmintieron la versión. De acuerdo con el diario El Gráfico, la*

*sublevación contra el gobierno de Vinicio Cerezo fue sofocada violentamente, lo que dejó un resultado de dos oficiales y siete soldados muertos.*

*El jefe de relaciones públicas del ejército, Coronel Luis Isaacs, aseguró que en la base de Chinaltenango no ha pasado nada, y que en todas las bases la situación es de completa normalidad.*

*El pasado 11 de mayo dos bases militares guatemaltecas intentaron un golpe de estado, lo que motivó que fueran sancionados, por lo menos, cuatro comandantes de distintas bases y otros 10 militares, entre ellos seis coroneles.*

OP.

*RÁFAGA.*

LOC. 2.

*Forman legión los países en los que se agrede a periodistas y se viola la libertad de expresión. En los territorios ocupados de Gaza y Cisjordania, por ejemplo, más de 100 periodistas han sido golpeados por los soldados, la policía o los colonos israelitas, desde el comienzo de la rebelión palestina.*

*La afirmación fue hecha hoy, en Jerusalén, por el presidente de la Asociación de la Prensa Extranjera en Israel, Roberth Sleiter, corresponsal del semanario estadounidense Time Magazine.*

*Más cerca de nuestra frontera, en Guatemala, el diario La Época y la agencia informativa ASENCIAS, se vieron obligados a cerrar, debido al hostigamiento cotidiano...*

OP.

*ENTRA CUÑA #3... DESDE... ANTE LA EXISTENCIA DE ACTOS DE INTIMIDACIÓN... HASTA... PARA RADIO EDUCACIÓN INFORMÓ EDUVINA HERNÁNDEZ. 59 segundos,*

LOC. 2.	<p><i>Pasando al continente europeo... Tras la renuncia hoy, a su cargo, el Primer Ministro francés, Michel Rocard, fue ratificado inmediatamente en el puesto por el Presidente Françoise Mitterand, para salir al paso de quienes expresaban temores frente a un posible periodo de inestabilidad, tras las elecciones en que ningún partido alcanzó la mayoría en la Asamblea Nacional.</i></p> <p><i>El Presidente de Francia, Françoise Mitterand, dijo: Francia es y será gobernada...</i></p>
OP.	<p><i>ENTRA CUÑA #4... DESDE... EL PRESIDENTE FRANCOISE MITTERAND SE DIRIGIÓ AL PUEBLO FRANCÉS... HASTA... INGRID EN ARMAS. UPI. RADIO NOTICIAS. PARÍS... 1:01 minutos</i></p>
OP.	<p><i>PUENTE SALIDA...</i></p>
LOC. 1.	<p><i>Y en Puerto Príncipe, la Asociación de Periodistas Haitianos, principal organización profesional del país, dio cuenta, en una carta al Primer Ministro Marshal Celestine, de su sorpresa por las hostiles declaraciones del funcionario contra la prensa.</i></p> <p><i>Algunos periódicos, algunas estaciones de radio y televisión, habría dicho el Primer Ministro en el senado, constituyen obstáculos a los programas de gobierno.</i></p> <p><i>Tras considerar ilógico que la libertad de prensa puede ser obstáculo a las buenas intenciones gubernamentales, la Asociación de Periodistas Haitianos ve en aquella actitud una amenaza suplementaria al ejercicio del oficio en Haití.</i></p>
OP.	<p><i>RÁFAGA.</i></p>
LOC. 1.	<p><i>Llegamos al final del noticiario, vamos a dar la síntesis informativa para usted, que prendió su radio a la mitad de este servicio, se entere de lo</i></p>

	<i>que informamos esta noche.</i>
LOC. 2.	<i>En el panorama nacional... Durante el presente año el déficit de desempleo será de 650 mil plazas, afirma la CANACINTRA.</i>
Loc. 1.	<i>Asegura la Secofi que el problema de la carne será resuelto esta semana. Llegarán a la capital 4 mil cabezas de ganado.</i>
LOC. 2.	<i>Debido a la sequía el gobierno importará granos básicos con valor de 2 mil millones de dólares.</i>
LOC. 1.	<i>En la información internacional... En Guatemala, medios informativos locales afirman que un nuevo levantamiento militar se produjo el viernes pasado, mientras que el ejército desmiente las versiones.</i>
LOC. 2.	<i>El Presidente francés Françoise Mitterand ratifica en su puesto al Primer Ministro Michel Rocard.</i>
LOC. 1.	<i>Fuertes hostigamientos a la prensa internacional se registran en los países de Guatemala, Haití y los territorios ocupados por Gaza y Cisjordania.</i>
OP.	<i>RÁFAGA.</i>
LOC. 2.	<i>En la redacción de este servicio estuvieron: Tomás Domínguez, Gilberto Cedillo, Ernesto Osorio y Juan Melgar. El servicio social de: Gabriel Neri, Blanca de la Llata y Guillermina Ortega. La edición a cargo del Ingeniero Salvador Jiménez Posadas. En los controles técnicos: Don Juan Villanueva, la voz de la lectura Francisco Ortiz, en una realización de Gabriel Neri.</i>
LOC. 1.	<i>Los invitamos a escuchar los próximos servicios informativos, mañana en punto de las ocho de la mañana y a medio día, a las 14:30 horas.</i>
OP.	<i>MÚSICA A TERMINAR...<sup>40</sup></i>

---

<sup>40</sup> Vilar, Josefina y Villegas, Teodoro. Op cit. Pág. 202-214

Aquí otro ejemplo de guión para noticiario radiofónico con estructura distinta.

<b>SISTEMA INFORMATIVO NOTISUR</b>
<b>ESCALETA 16 DE OCTUBRE DE 2012</b>
<b>CONDUCE VIRGINIA MEJÍA MARTÍNEZ</b>
PARAN LABORES EN EL ÁREA DE PILOTAJE DEL PROYECTO ETILENO 21, NO SON DE LA CTM NI DE LA CROC, AHORA SE TRATA DE UN NUEVO GRUPO DENOMINADO ASTRAC, QUE RECLAMAN AUMENTO SALARIAL <b>(ENRIQUE BURGOS-TRABAJADORES)</b>
APLICAN SIMULACRO EN EL PUERTO, EVACÚAN A MÁS DE MIL 500 TRABAJADORES DE DIVERSAS EMPRESAS <b>(FELIX-PUERTO)</b>
EL GOBERNADOR DE VERACRUZ JAVIER DUARTE ENCABEZÓ LA CEREMONIA DE RECONOCIMIENTO A RAFAEL FERNÁNDEZ DE LA GARZA, EXGERENTE DE LA CENTRAL NUCLEOELÉCTRICA DE LAGUNA VERDE Y DIJO QUE EN ELECTRIFICACIÓN EL ESTADO VA HACIA DELANTE Y OCUPAMOS EL PRIMER LUGAR NACIONAL EN INFRAESTRUCTURA ELÉCTRICA CON UNA INVERSIÓN CERCANA A LOS 500 MILLONES DE PESOS <b>(JAVIER DUARTE-INFRAESTRUCTURA)</b>
<b>AVANCE DEPORTIVO/ FRANCO VIDAL</b>
<b>AVANCE POLICIACO DAVID GONZÁLEZ</b>
<b>AVANCE POLICIACO MARIO MORALES</b>
<b>PRÓNOSTICO DEL TIEMPO</b>
CORTE COMERCIAL
<b>1:10.- BLOQUE DOS</b>
UNAS 60 PERSONAS SON DETENIDOS REGULARMENTE POR LOS DELITOS DE ROBO Y ASALTOS, SON CANALIZADOS A LOS SEPAROS DE POLICÍA INTERMUNICIPAL , PERO LA

MAYORIA ESTÁ LIBRE NUEVAMENTE RECONOCIÓ EL COORDINADOR CARLOS GALLEGOS CURIEL **(SENDIC-CURIEL)**

LA OBESIDAD Y EL SOBREPESO AÚN SON PROBLEMAS QUE PUEDEN ATENDERSE EN EL ESTADO DE VERACRUZ, A DIFERENCIA DE OTRAS ENTIDADES, CONFIRMÓ LA NUTRIÓLOGA JOSEFINA MARTÍNEZ GUZMÁN **(VICKY-OBESOS)**

EN EL MARCO DEL DÍA MUNDIAL DE LA ALIMENTACIÓN, LA JURISDICCIÓN SANITARIA XI ORGANIZÓ UN EVENTO PARA CONCIENTIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE LOS BUENOS HÁBITOS ALIMENTICIOS, INDICÓ JAVIER REYES MUÑOZ, JEFE DE LA JURISDICCIÓN SANITARIA XI **(VICKY-ALIMENTACIÓN)**

### **1:20.- BLOQUE TRES**

RECONOCEN LOS DIRECTORES DE ESCUELAS PRIMARIAS QUE AHORA HUBO UNA MAYOR ACEPTACIÓN ENTRE LOS PADRES DE FAMILIA PARA LA APLICACIÓN DE LA VACUNA CONTRA PAPILOMA HUMANO **(SENDIC- VACUNA)**

EN LA ZONA SUR SE TIENEN UBICADOS MÁS DE QUINIENTOS SITIOS ARQUEOLÓGICOS CON VESTIGIOS, SIN EMBARGO CON EL CRECIMIENTO DE LA MANCHA URBANA HA IDO DESAPERECIENDO, DECLARÓ MARIA DE LOURDES HERNÁNDEZ JIMÉNEZ ARQUEÓLOGA INVESTIGADORA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA EN VERACRUZ **(ENRIQUE BURGOS-SITIOS)**

EL ALCALDE MARCOS THEUREL COTERO ANUNCIÓ QUE TRES EMPRESAS PETROQUIMICAS Y DE FERTILIZANTES PLANEAN INSTALARSE EN COATZACOALCOS **(FELIX-MARCOS)**

EL BARZÓN DENUNCIA QUE 80 FAMILIAS DE LAS COLONIAS JARDINES DE CALIFORNIA, TESORO, OLMECA Y GAVIOTAS PODRÍAN SER DESALOJADAS EN LOS PRÓXIMOS MESES AL NO CUMPLIR CON EL PAGO DEL CRÉDITO DE SU VIVIENDA, SEGÚN LUCIA MCDONALD GONZÁLEZ PRESIDENTA DE ESTA ASOCIACIÓN CIVIL **(ENRIQUE BURGOS-BARZÓN)**



LA COORDINADORA REGIONAL DEL SERVICIO NACIONAL DE EMPLEO, XÓCHITL ARGUELLO ORTIZ, INDICÓ QUE EL 31 DE OCTUBRE SE REALIZARÁ UNA FERIA DE EMPLEO EN EL MUNICIPIO DE ACAYUCAN Y NO EN MINATITLÁN COMO SE TENÍA PLANEADA <b>(LUIS-FERIA)</b>
<b>ESPECTÁCULOS</b>
<b>DEPORTES</b>
<b>1:30.-BLOQUE CUATRO</b>
2 MIN <b>INFORMACIÓN POLICIACA</b> DAVID GONZÁLEZ
2 MIN <b>INFORMACIÓN POLICIACA</b> MARIO MORALES
<b>1:40.-BLOQUE CINCO</b>
LA DIRECCIÓN DE INGRESOS NOTIFICARÁ A RESTAURANTEROS DE LAS BARRILLAS Y MALECÓN COSTERO PARA QUE SE PONGAN AL CORRIENTE CON EL PAGO DEL IMPUESTO DE LA ZONA FEDERAL <b>(FELIX-INGRESOS)</b>
EL COORDINADOR REGIONAL DE LA SEMARNAT, JUAN DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ, DIJO QUE URGE QUE EL GOBIERNO TOME MEDIDAS EXTREMAS PARA REVERTIR EL CAMBIO CLIMÁTICO QUE AFECTARÍA CON MAYOR RAZÓN A LAS CIUDADES COSTERAS Y POBLADOS CERCANOS A LAS MONTAÑAS <b>(LUIS-CAMBIO)</b>
LOS VENDEDORES DEL MERCADO DE COHETES PODRÁN VENDER HASTA 10 KILOS DE PRODUCTO EXPLOSIVO EN CADA LOCAL ADVIERTE PROTECCIÓN CIVIL <b>(SENDIC-COHETES)</b>
EL AYUNTAMIENTO DE COATZACOALCOS PREPARA UNA EXPOSICIÓN DE UN ALTAR DE MUERTOS ELABORADO CON MATERIAL RECICLADO, INFORMÓ LAURA VARGAS BARRERA, COORDINADORA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL <b>(LUIS-ALTAR)</b>

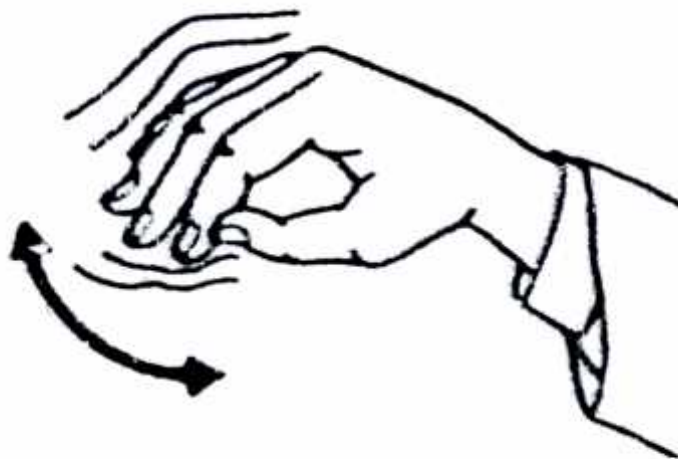
Durante la etapa de realización, ya sea de un programa grabado o en vivo, es sumamente importante la constante comunicación entre el productor,

locutores y operador, pues cada detalle debe quedar según lo planeado. Esta tarea se vuelve un poco difícil cuando recordamos que las palabras y toda acción que produzca un sonido está prohibida, pues irrumpiría en la grabación y acabaría con el ambiente creado.

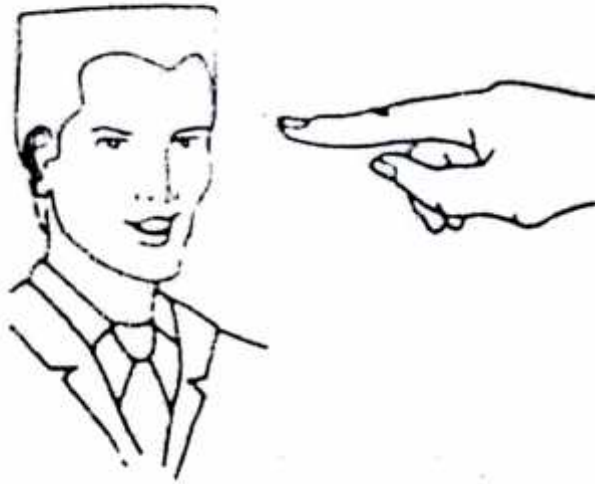
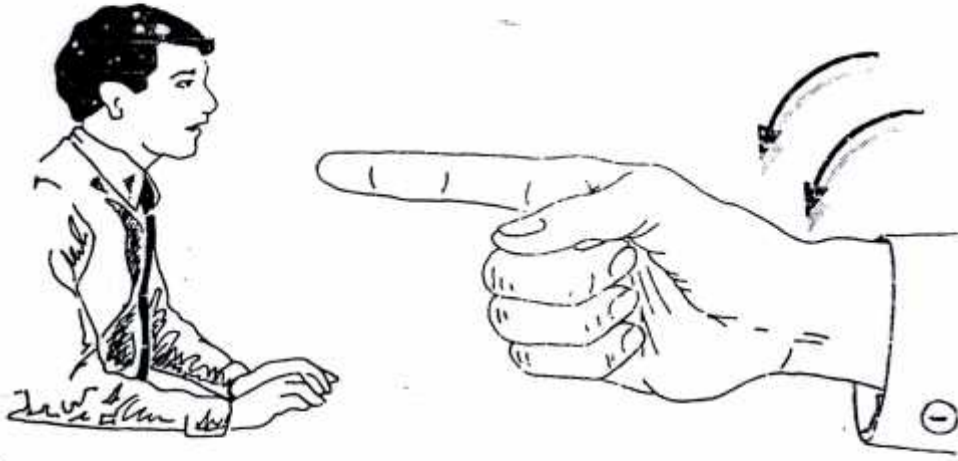
Para facilitar la ejecución de esta tarea, se han ideado señales de manos universales que auxilian en el claro entendimiento de indicaciones acerca del tiempo que queda al aire, la velocidad de lectura, el volumen de la voz, etc.

A continuación se exponen en imágenes la forma en que estas señas deben utilizarse, y qué significa cada una. Es apropiado resaltar que todas pueden ser hechas por el operador o el productor, y van dirigidas al locutor:

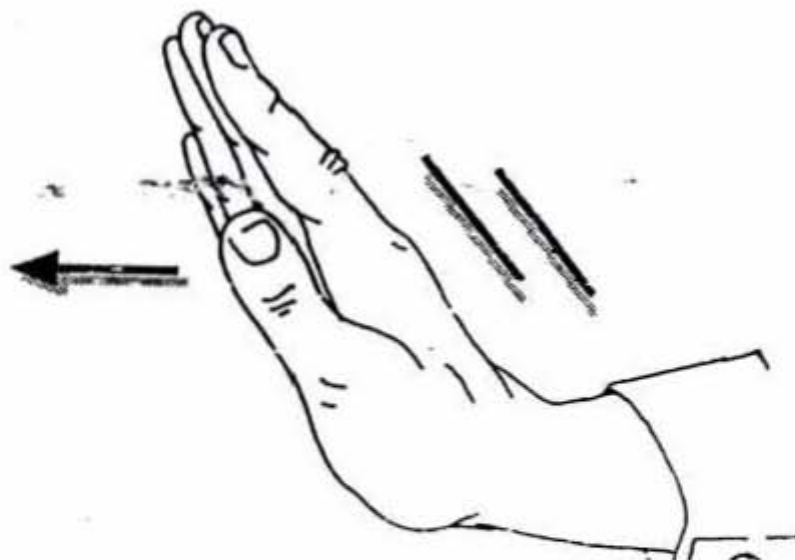
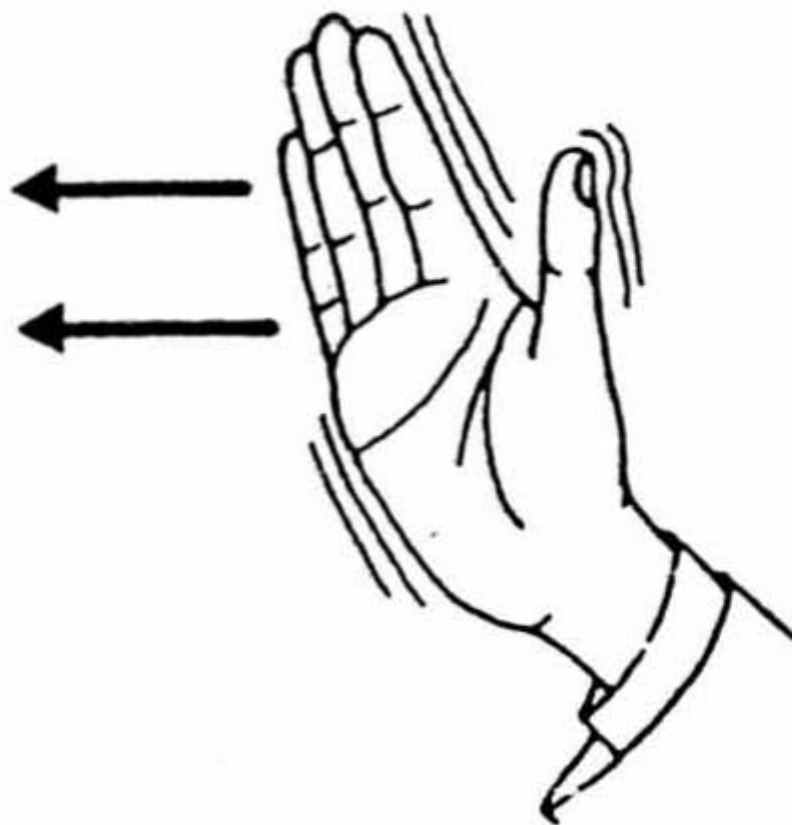
## SEÑALES DE MANOS



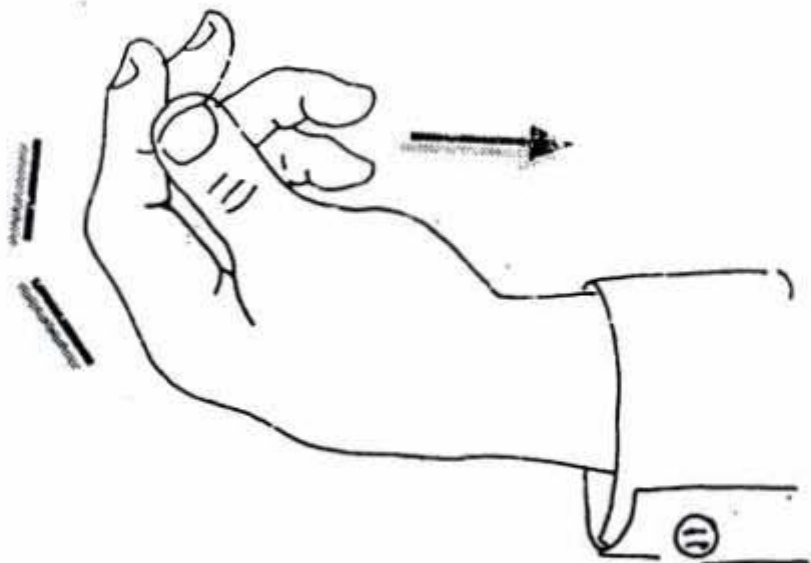
Concluir, despedir el programa.



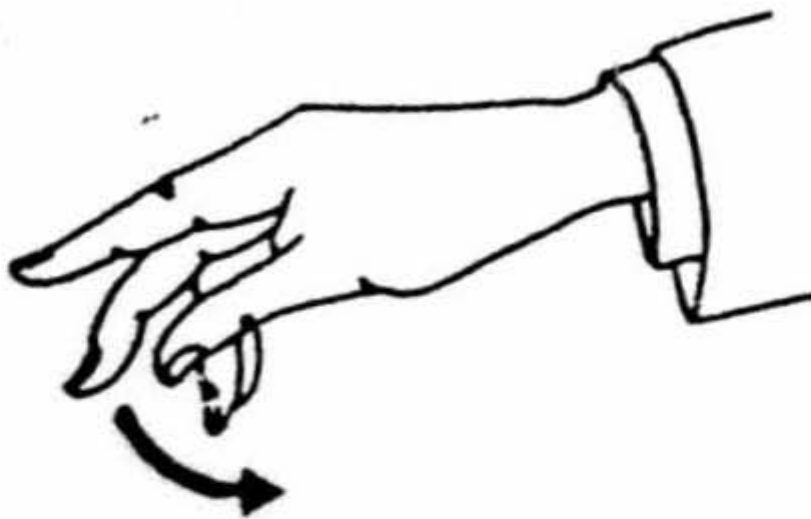
Cue, al aire, inicio, comienza.



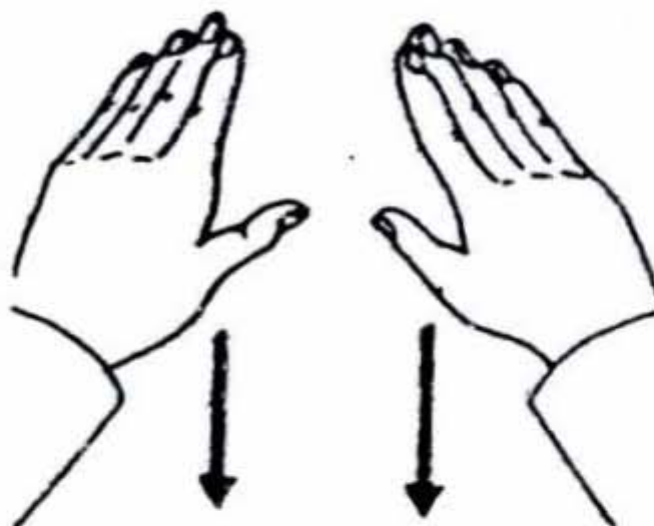
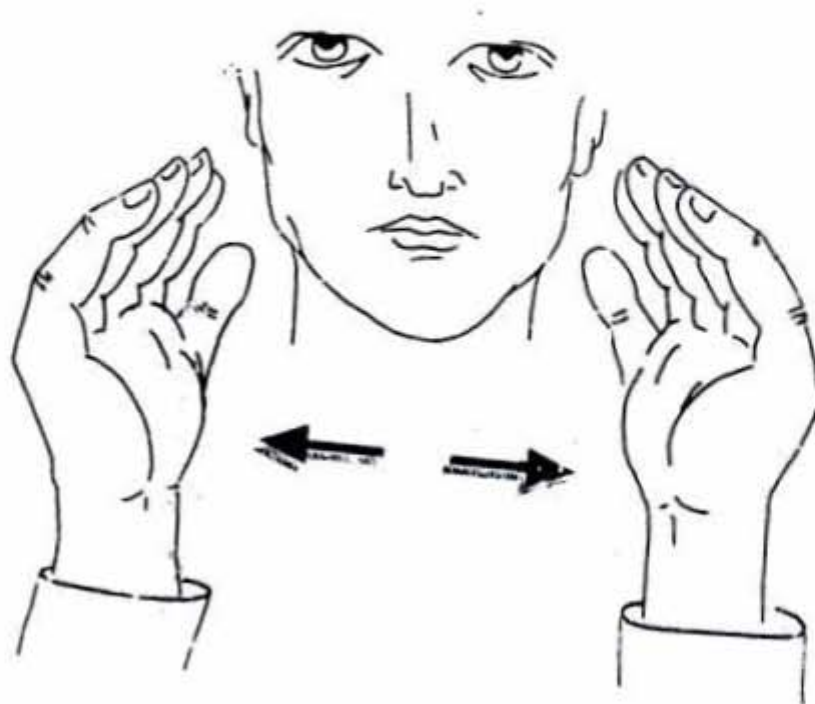
Alejarse un poco del micrófono.



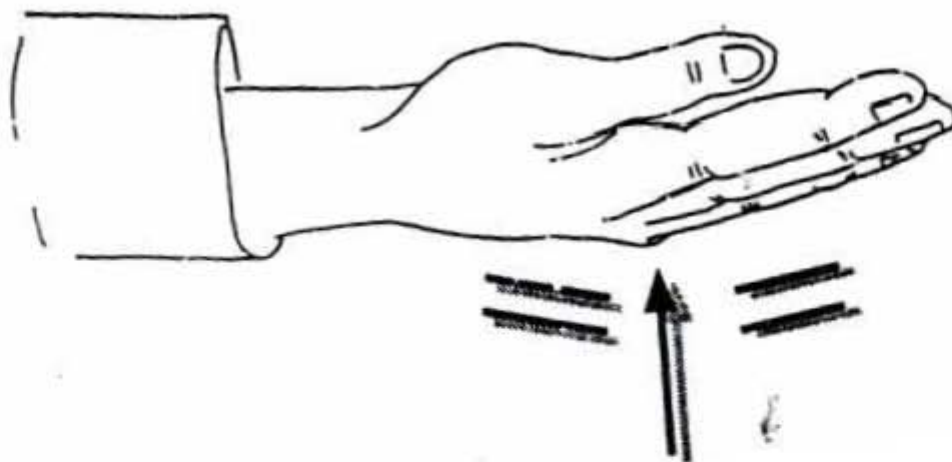
Acercarse un poco al micrófono.



Acelerar el ritmo de lectura.

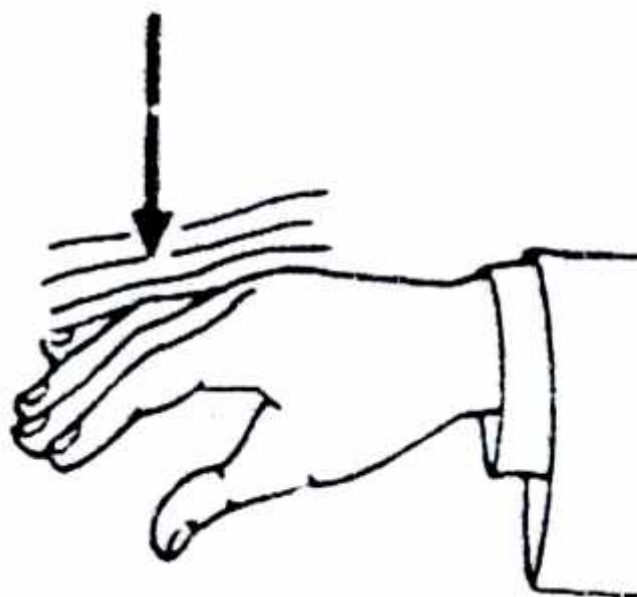
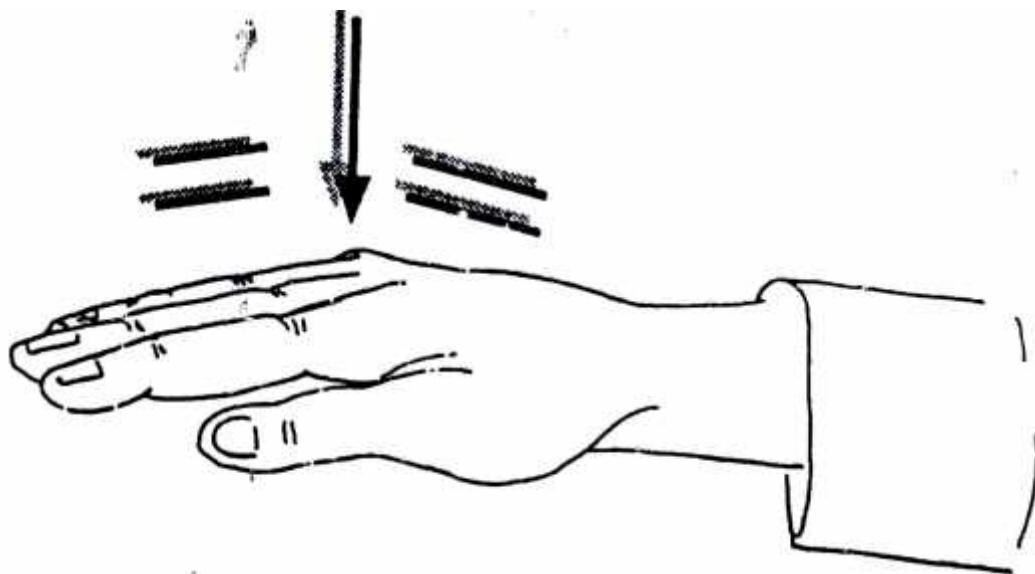


Bajar el ritmo de lectura.



Subir el volumen de la voz.

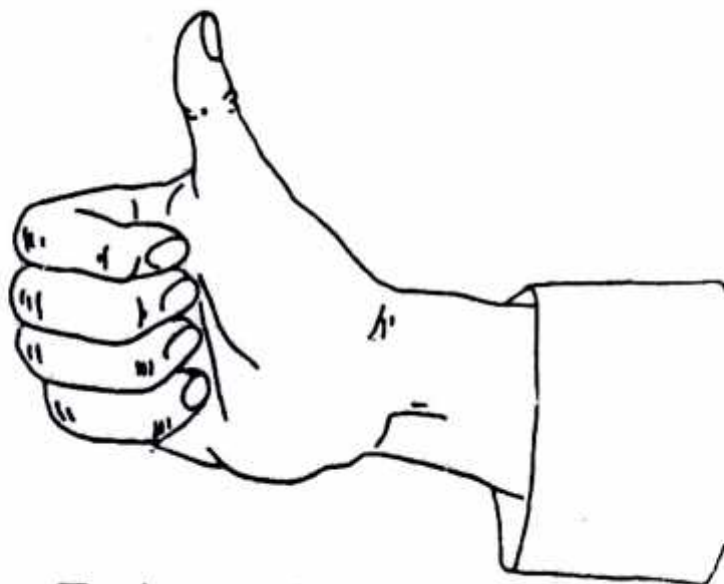




Bajar el volumen de la voz.



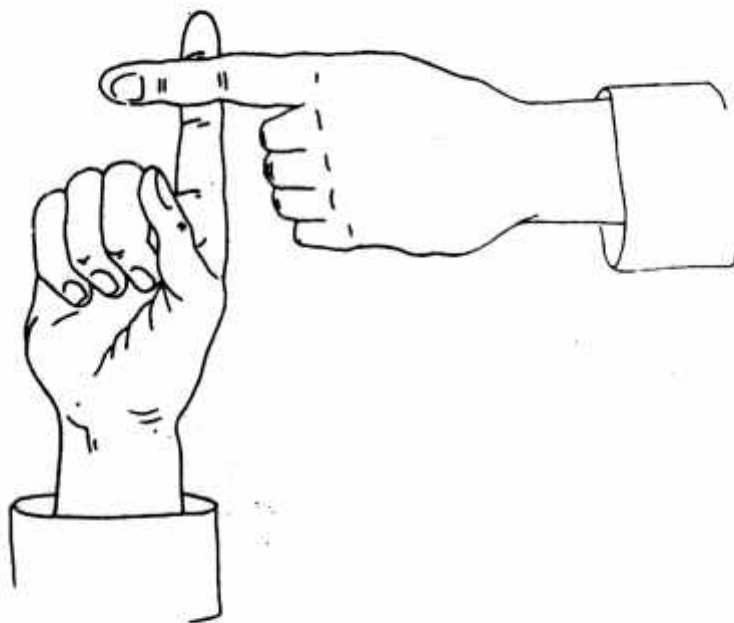
Todo muy bien.



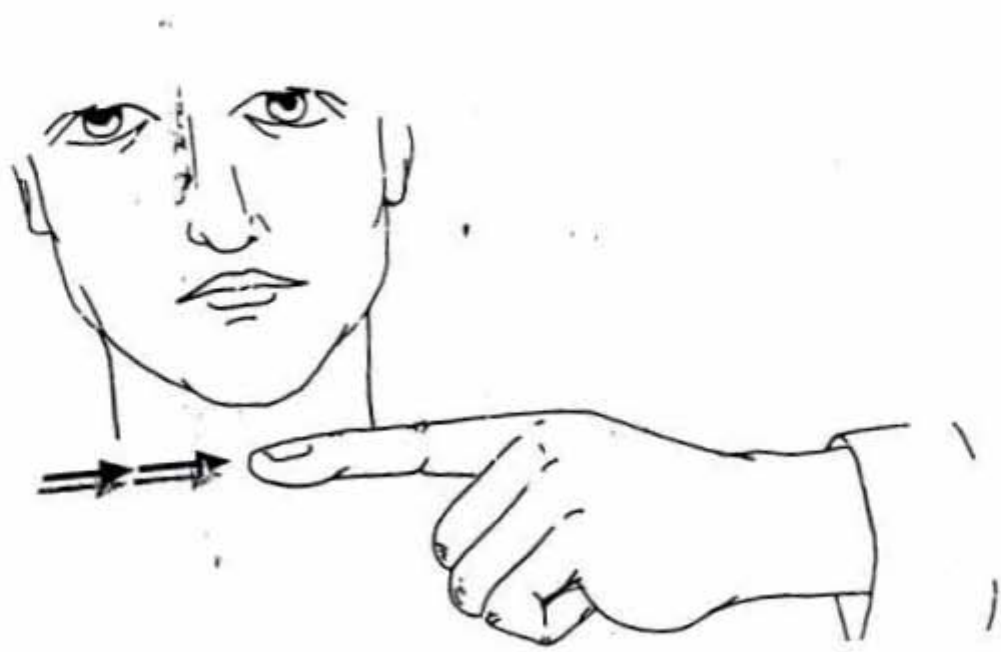
Todo perfecto.



Queda un minuto de programa.



Queda medio minuto de programa.



Corte, alto.

## 4.2 La posproducción

Esta etapa corresponde sólo a aquellos programas que han sido planeados para ser transmitidos después de ser grabados. Se trata del trabajo de acabado al que se somete la obra para revisar y darle los últimos toques en cuanto a volumen, tiempo y coherencia.

Primero, la grabación debe ser escuchada en su totalidad por el productor, el operador y los guionistas, con el propósito de verificar si lo expuesto corresponde fielmente al guión, y satisface las expectativas del creador y del equipo de realización. Si se detectan cambios, se reconocerán las causas que los provocaron.

Después se corregirán los errores que se pudieron haber tenido conforme a lo indicado en el texto, y se redondearán las ideas. Por ejemplo: eliminar pausas innecesarias; ajustar tiempos requeridos; reducir puentes musicales demasiado extensos que resten impacto y coherencia al texto; aumentar o sustituir elementos que, después de analizado el producto final, beneficien al ritmo del programa.

Cuando la obra permite esta fase de posproducción, supone una calidad sonora y de contenido superior, pues el número de verificaciones que se hicieron es basto y hubo tiempo de perfeccionar cada detalle.

Ya terminada esta etapa, se contará con un producto preparado para salir al aire. Es importante aclarar que lo que incumbe a la transmisión en cuanto a horario, no forma parte de las actividades de esta área, sino de la de continuidad.

Esa se encarga de la programación de una empresa emisora, a la persona responsable del departamento se le llama continuista, y tiene como tarea fundamental colocar cada programa en el horario más apropiado según sus características.

También es su obligación acomodar los tiempos justos para las transmisiones, y de que a lo largo del día no haya ningún contratiempo en este aspecto. Si llegase a ocurrir algún error, es su responsabilidad encontrar la solución y remediarlo para que todo regrese a la normalidad sin que los demás programas se vean afectados.

La continuidad acertada o equivocada de una radiodifusora, depende de qué tanto se ha investigado a la audiencia, si se conocen sus gustos y hasta qué busca proponer esta empresa al público, o sea sus objetivos.

Aunque estas dos áreas de trabajo, como son producción y continuidad, son muy distintas, la comunicación entre ellas debe ser clara y constante para lograr que la estación tenga en su sonido un ritmo concreto, coherente y atractivo.

El proceso entero de producción llega a su gran final al momento de escuchar el programa radiofónico terminado, cuando este es transmitido. La idea inmaterial que dio vida a un proyecto, cobra forma y posee un cuerpo, el cual cumple con las expectativas creativas de su productor. Ahora la única tarea que queda por verificar es que la obra responda a las necesidades del público meta y conquiste la atención de estos. Hasta este momento es que el productor celebrará si hizo un buen trabajo, nunca antes.

## Conclusión

Con el estudio de la historia de este medio de comunicación masiva se puede comprender la totalidad de su organismo, desde su origen, pasando por sus características, ventajas y dificultades; hasta su presente, las nuevas herramientas que han surgido y su posible futuro.

El mundo de la radiodifusión es amplio, intenso, maravilloso y sorprendente. Alimentándose siempre de la imaginación y la iniciativa humana, ha respondido a los impulsos que el tiempo y la sociedad le han marcado.

Es el medio de difusión masiva camaleónico por excelencia, su amplia gama de variantes hace que su manipulación sea sencilla, y a la vez complicada si no se está preparado para dejarse absorber por su universo.

El presente trabajo fue pensado para acercar a sus lectores a la vida íntima de la creación en radio, para profundizar en lo sencillo y también en lo complicado de este ámbito, y para comprender un poco mejor la magnitud de este gran medio de comunicación.

Todo proceso creativo, en cualquiera de las áreas de interés humano, concluye con la exposición al público del producto obtenido y con la respuesta de este, que puede traducirse en satisfacción o desilusión. En cualquiera de ambos casos el veredicto está dado.

Para continuar con la buena impresión o remediar un mal resultado, el productor o creador de la obra necesita sumergirse de nuevo en el proceso de imaginación, investigación y elaboración de material.

Con esto se puede entender que la producción es un ejercicio cíclico, continuo e infinito, pues el fin de un proyecto sólo significa el principio de otro que debería ser aún mejor.

Así la necesidad de crear en el ser humano siempre debe ser imperante, nunca debe detenerse pues el hacerlo significaría perder una característica esencial en el individuo que lo ha obligado a evolucionar por siglos, llevándolo a un profundo sentimiento de vacío existencial. Hay que perder ese miedo que el hombre ha adquirido y que le dice que sólo se crea para destruir. Los errores cometidos a lo largo de la historia los atormentan pero nunca hay que dejar de intentarlo.

Mucho se ha hablado de lo obsoleto de la radio, si está a punto y lista para desaparecer, si la vorágine de avances tecnológicos combinada con la invasión de nuevas necesidades del hombre, han cavado la fosa para enterrarla.

El mal enfoque, causa de estos dictámenes, ha creado una densa nube de desinformación y ataques alrededor de este medio de difusión, ahuyentando a algunos bloques de la sociedad y afectando sin razón de peso a esta herramienta.

Pero por qué ser tan drásticos y extremistas, contrario a lo que estas opiniones pronostican, la vida de la radio aún no ve un final próximo, es un medio de comunicación que se ha arraigado tanto a las culturas de los diferentes países del mundo que difícilmente se imagina un futuro sin ella.

Este medio posee la maravilla de dotar de información y entretenimiento al público ocupando sólo uno de los sentidos del ser humano, no pelea su lugar con algún otro medio masivo pues sus características son bastante distintas, no se interesa en cumplir caprichos banales como lo hacen otras herramientas de difusión, y gracias a su estructura flexible permite ser uno de los primeros en cuanto a la entrega de información oportuna.

La tecnología para la radio no se traduce en peligro, ni significa una dificultad. Al igual que en las demás herramientas de comunicación en las que estos avances se han aplicado y que se han visto beneficiados, la radiodifusión



puede explotarlos para fortalecerse y seguir compitiendo por muchas décadas más.

Los años en que la radio ha estado vigente le han valido para aferrarse a la vida diaria de la humanidad, el tiempo no la ha cansado sino le ha concedido la invaluable experiencia, la paciencia para aguardar en los momentos de inestabilidad y la fortaleza para soportar las evoluciones.

Después de todo esto es pertinente cambiar la pregunta de ¿la radio está próxima a desaparecer?, por ¿la sociedad está lista para dejar ir a este medio?

## Bibliografía

ANDA y Ramos, Francisco de. La radio: el despertar del gigante. México D.F. 1997. Editorial Trillas. 512 p.

CAMACHO Camacho, Lidia. La imagen radiofónica. México D.F. 1999. McGraw-Hill Interamericana Editores. 132 p.

FIGUEROA Bermúdez, Romeo. ¡Qué onda con la radio!. México D.F. 1996. Editorial Alhambra Mexicana. 532 p.

FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. México D.F. 1998. Juan Pablos Editor. 330 p.

GARZA, Ramiro. La radio actual, Volumen 1. Qué es y cómo se realiza. México D.F. 1992. Editores Asociados Mexicanos. 234 p.

GARZA, Ramiro. La radio del siglo XXI. México D.F. 2006. Editores Asociados Mexicanos. 258 p.

HAUSMAN, Carl et al. Producción en la radio moderna. 5ª edición. México D.F. 2001. International Thomson Editores. 411 p.

LINARES, Marco Julio. El guión. Elementos, formatos, estructuras. 5ª edición, México D.F. 1994. Editorial Pearson Educación. 302 p.

MARÍN, Carlos. Manual de periodismo. México D.F. 2006. Editorial Debolsillo. 351 p.

SALAYANDÍA García, Ernesto. Radio, causa y cauce, Herramientas y Técnicas. Chihuahua, 1999. Editorial Trillas. 415 p.

SEPTIÉN Crespo, Jaime. La Industria de la Radio y la Televisión en México, Tomo 1, 1921-1950. México D.F. 1991. Comunicación, Servicios y Diseño en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. 200 p.

VILAR, Josefina y Villegas, Teodoro. El sonido de la radio. México D.F. 1988. Plaza y Valdés Editores en colaboración con la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco y el Instituto Mexicano de la Radio. 214 p