

7  
2ej



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ARAGON"

"CAMBIA EL DISCO RAYADO": LOS LOCUTORES EN LA RADIODIFUSION MEXICANA; UN ANALISIS DE LOS DIALOGOS LOCUTOR - RADIOESCUCHA

T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACION COLECTIVA  
P R E S E N T A N :  
MARTHA ELENA JUAREZ GOMEZ  
MARIA GUADALUPE ROJO CAZARES

Asesor de Tesis: Jorge Martínez Fraga

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**ENEP**  
ARAGON

Escuela Nacional de Estudios Profesionales  
Aragón



## **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 está 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.

# I N D I C E

## INTRODUCCION

CAPITULO 1. Descripción de la radio comercial en México.....	1
1.1 El afán incontrolable hacia lo comercial, el común denominador de la radio en México....	6
1.2 "El gran negocio": Orígenes de las organi- zaciones radiofónicas en A. M.....	17
1.2.1 "El juego del ridículo": Emisoras integrantes de Grupo ACIR.....	19
1.2.2 "Lo más popular de la cultura": Emi- soras integrantes de Núcleo Radio Mil....	22
1.2.3 "Populismo y egolatría": Emisoras in- tegrantes de Organización Radio Cen- tro.....	25
CAPITULO 2. "La chabacanería en la radio": Monitoreo de la programación.....	29
2.1 "La discoteca de la gente joven": Radio Capital (Grupo ACIR).....	29
2.1.1 "El sonido de tu tiempo": Radio Felicidad.....	33
2.1.2 "Con la música que une nacionalida- des y crea el mejor estado de ánimo": Radio Voz.....	36
2.2 "La mera mera de la música ranchera": Radio Sinfonola (Núcleo Radio Mil).....	39
2.2.1 "Lo mejor...": Radio Mil.....	42
2.2.2 "Nueva Nostalgia": Dimensión 13-80.....	45
2.2.3 "Tu costumbre musical": Radio Onda.....	48
2.2.4 "Tu gran espacio": Espacio 59 .....	51
2.3 "La música más bonita": Radio Sensación (Organización Radio Centro).....	54
2.3.1 "Para usted que prefiere lo mejor": Radio Variedades.....	58

2.3.2 "La programación espectacular":	
Radio Centro.....	61
2.3.3 "Supérate y gana": Radio Exitos.....	64
2.3.4 "Con música de pegue": La Consentida.....	67
2.3.5 "Joven, excitante, moderna":	
Radio Alegría.....	70
CAPITULO 3. "Me lo paso por el arco del triunfo": La radio	
comercial, el locutor y su marco legal.....	75
3.1 "Un callejón sin salida": Ley Federal de	
Radio y Televisión.....	77
3.2 ¡Qué padre es ser locutor!: Reglamento de la	
Ley Federal de Radio y Televisión.....	85
3.3 "A la tercera va la vencida": Requisitos	
para obtener el certificado de locución.....	90
CAPITULO 4. "Dime quién eres y te diré quién soy":	
Caracterización (tipología) de los locutores	
respecto a su comportamiento hacia los ra-	
dioscuchas en A.M.....	95
4.1 Grupo ACIR.....	102
4.2 Núcleo Radio Mil.....	107
4.3 Organización Radio Centro.....	113
CAPITULO 5. "Cambia el disco rayado": Un análisis de los	
diálogos locutor - radioescucha.....	120
5.1 El Regalo Fácil de Radio Felicidad.....	129
5.2 Las Preguntas y las Sorpresas de Radio Mil....	145
5.3 La Hora de los Adoloridos de Radio Consentida.	158
CAPITULO 6. "En gustos se rompen géneros":	
La encuesta.....	180
Conclusiones.....	200
Bibliografía.....	204
Hemerografía.....	206

## INTRODUCCION

La Radio es un medio de comunicación que aún tiene elementos de análisis.

No cabe duda que a pesar de haberse creado la televisión, la radio no ha perdido vigencia por las funciones sociales que cumple o debe cumplir: informar, entretener y educar.

Los encargados para desarrollar estas funciones, entre -- otros son los locutores, quienes transmiten mensajes de diversos tipos y amenizan la programación musical y de concurso -- (sin dejar de mencionar que a todos los géneros radiofónicos) -- por medio del diálogo locutor-radioescucha a través de sus llamadas telefónicas, lo cual se lleva a cabo en las difusoras comerciales.

Así, como escuchas asiduas de la radio y con objeto de formalizar un fenómeno comunicacional cotidiano, en nuestra investigación analizamos la actitud de los locutores que por el hecho de estar frente a un micrófono y encontrarse en un supuesto anonimato tratan al radioescucha de manera muy sui géneris -- (especial).

El mecanismo para estructurar la programación de los diferentes grupos radiofónicos no obedece precisamente al número -- de llamadas telefónicas que se reciben por un tema musical, -- sino al apoyo otorgado por cada disquera al que pertenece y por un director artístico quien se encarga de esta elección para -- hacer creer al radioescucha que sus peticiones son tomadas en cuenta, con lo cual se establece una supuesta comunicación.

Para llevar a cabo nuestra investigación sobre la actitud de los locutores hacia los radioescuchas (diálogos), tomamos -- como muestra un programa de los grupos radiofónicos que existen en amplitud modulada (AM), en especial Grupo ACIR, Núcleo Radio Mil y Organización Radio Centro, de donde determinamos la conducta que adoptan los locutores hacia el público oyente.

Para llevar a cabo la investigación utilizamos el análisis de contenido: "El cual es una técnica de investigación que

sirve para describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación", de acuerdo con el modelo funcionalista de Bernard Berelson, a través del cual -- caracterizamos el comportamiento y expresiones del locutor a -- considerar el contenido y forma del programa en que colabora -- para poder determinar el trato que le da al radioescucha.

En la realización del análisis de contenido la investigación es de índole comparativa, debido a que se lleva un estudio sobre las diferencias que existen entre las empresas radiofónicas, lo que nos permitió determinar la relación locutor-radioescucha en tres diferentes programas, pues en estos la actitud de los locutores es variada.

Por otra parte, también aplicamos el análisis retórico a -- partir de las figuras retóricas propuestas por Daniel Prieto -- Castillo para diseccionar los diálogos locutor-radioescucha, como fundamento metodológico. Además recurrimos a la encuesta en -- una colonia popular para conocer el interés, participación o -- indiferencia que tienen los radioescuchas sobre la actividad y -- actitud de los locutores que laboran en la radio comercial.

Al realizar este trabajo nuestro propósito no radica en enseñar cómo deben comportarse los locutores ante el público, o -- viceversa, sino los objetivos que nos fijamos para llevar a cabo la investigación son los de conocer las diferentes actitudes -- que adopta el locutor ante los escuchas (lo cual depende del tipo de emisión); averiguar el tipo de emisión que prefieren los oyentes (musical, de concurso o entrevista); conocer la opinión que el receptor tiene sobre los locutores y, finalmente, identificar en qué tipo de emisión existe más "diálogo".

Para el desarrollo de este trabajo, en el primer capítulo -- se realiza un seguimiento cronológico sobre la actividad radiofónica, donde destacamos aquellos puntos que dieron inicio a -- la radio comercial; además presentamos cómo se encuentran estructuradas las organizaciones por estudiar: Grupo ACIR, Núcleo Radio Mil y Organización Radio Centro.

En el segundo capítulo, presentamos la descripción de las emisiones de cada una de las estaciones en amplitud modulada de las organizaciones radiofónicas antes citadas, de seis de la mañana a doce de la noche (18 horas), como resultado del monitoreo de la programación actual. Queremos resaltar que esta actividad se llevó a cabo para ilustrar el manejo de la programación en cada una de las emisoras.

En el capítulo tercero hacemos referencia a la Ley y Reglamento de la Radio y Televisión, lineamientos legales a seguir para realizar una emisión donde analizamos aquellos artículos que más se apegan a la investigación; asimismo, se señala la postura que debe adoptar un locutor ante el público escucha en diferentes programas.

En el capítulo cuarto correlacionamos la caracterización (tipología) de los locutores con respecto al comportamiento (actitud) que adoptan hacia los radioescuchas que consideramos es importante para el desarrollo de nuestra investigación, pues de aquí partimos para realizar el análisis de contenido.

En el capítulo quinto aplicamos el análisis de contenido, a través de la metodología antes mencionada, en tres programas radiofónicos: "El Regalo Fácil" de Radio Felicidad. "Las Preguntas y las Sorpresas" de Radio Mil y "La Hora de los Adoloridos" de Radio Consentida, donde se señalan entre paréntesis las diferentes actitudes y figuras retóricas que adopta el locutor al dialogar con el radioescucha.

En el último capítulo presentamos una encuesta realizada en la colonia Benito Juárez de Ciudad Nezahualcoyotl, Edo. de México, de la que tomamos como muestra representativa de la población a amas de casa, obreros, comerciantes, estudiantes y profesionistas, de los cuales conocimos la opinión que tienen sobre la actitud del locutor hacia los radioescuchas en la realización de un programa; los resultados se muestran en las gráficas correspondientes.

Consideramos que esta investigación servirá para enriquecer la poca información que hasta el momento existe sobre la actividad de los locutores y su relación con el público radioescucha.

## CAPITULO 1. DESCRIPCION DE LA RADIO COMERCIAL EN MEXICO

La tendencia de la radio en México no se plantea estrictamente con criterios sociales para satisfacer necesidades de la población, sino para cubrir intereses particulares que sólo benefician a los concesionarios de este medio.

En sus inicios, la radiodifusión apareció como simple experimentación, para después utilizarse como un medio de penetración en la sociedad.

No tuvo que pasar mucho tiempo para que los dueños de las emisoras se dieran cuenta que la radiodifusión era un negocio -incosteable, por lo que decidieron darle un giro y, como sabemos, fue su comercialización; se produce así la unificación de estaciones independientes con diferentes estilos musicales, las cuales se encuentran integradas en una sola organización o grupo; éstas se sostienen del ingreso percibido al vender el tiempo de sus transmisiones a las agencias de publicidad quienes, a su vez, lo hacen con clientes solicitantes de ese servicio (comerciantes).

"Así, pues, es posible afirmar que ésta no 'nació comercial', sino que desde sus inicios en el país, el Estado contó con estaciones propias. Sin embargo, la radiodifusión comercial se desarrolló con mayor rapidez y fuerza a fines de los años veinte y principios de los treinta por dos razones fundamentales. En primer lugar porque contó con la alianza del capital imperialista lo que le permitió adquirir fuentes de financiamiento crediticio muy poderosas y, en segundo, porque su carácter comercial -propiciaba su reproducción ampliada". (1)

Al parecer este ciclo de comercialización radiofónica, se ha conformado una alianza de concesionarios, publicistas y anunciantes sin importarles al Estado en ocasiones como estén organizadas.

-----  
(1) Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano (1920-1960), pág.20.

Por otro lado, cabe señalar que la radiodifusión, en la mayoría de las emisoras que operan en nuestro país, siempre ha utilizado un modelo donde el locutor funge como animador o anunciador de canciones y melodías, así como de mensajes comerciales, sin darle el crédito correspondiente al equipo de trabajo que hace posible que salga al aire la programación.

La radio comercial tiene como objetivo principal incluir música grabada dentro de su programación (discos y cassettes) - donde se encuentran canciones en español e inglés y una barra de anuncios comerciales previamente seleccionados, además de un noticiario que se transmite en diferentes horarios.

En el único aspecto donde se renueva es el tecnológico, ya que la radiodifusión constantemente brinda a su auditorio beneficios como la calidad de transmisión y recepción instantánea.

Para realizar los acuerdos de las emisoras con las casas comerciales, éstas "Tratan de convencer a sus anunciantes de que una estación debe seleccionarse de acuerdo al 'rating', sin mencionar que estos nunca reflejan la información cualitativa de cada medio, pues tampoco reportan la audiencia de radio en oficinas, comercios, automóviles, camiones urbanos y en los lugares públicos". (2)

Con respecto a los acuerdos de las casas disqueras, se maneja el hecho de que éstas proporcionan todo aquel material para promocionar a sus cantantes de moda, ya que en México el 47.5% del tiempo radiofónico se dedica únicamente a la música; el 40% a los anuncios, pues las empresas difusoras dependen en gran medida de las disqueras, y el 12.5% en promedio, se dedica a programas especiales de RTC.

En general, la radio trabaja con base en un esquema específico, del cual mencionaremos a continuación sus puntos esenciales:

-----

(2) Boletín Informativo "ACIR Radio Comunicación", mayo-junio - 1987, pág. 4.

#### A. Cobertura

Es importante señalar que: "Por cobertura se entiende la capacidad de un medio para llegar a todo un territorio, a través de sistemas técnicos muy complejos. Por ello, en nuestro país cualquier difusora considera de gran valor aquello que puede ofrecer al anunciante, ya que mientras mayor cobertura, mayor audiencia obtendrá para cada uno de los mensajes y así conseguir gran efectividad en su inversión; es importante resaltar que son pocas las veces que se dan pérdidas, puesto que cada grupo u organización se encarga de cubrir uno o varios sectores del mercado potencial, todo esto se hace posible efectuando campañas publicitarias". (3) Un ejemplo es el que realiza la Asociación Nacional de Radiodifusores de DF, quien tiene como slogan: "Anúnciese en la Radio".

#### B. Programación

La programación, se refiere a la guía que deberán seguir los locutores y técnicos, de acuerdo con la actividad que se llevará a cabo en un día de emisión.

"La programación (musical) de las radiodifusoras se realiza de acuerdo al número de llamadas telefónicas que se reciben, pues de esta manera se conocen los gustos y preferencias del radioescucha", (de acuerdo a información obtenida del boletín bimestral de Grupo ACIR), aunque en ocasiones no se tomen en cuenta, ya que sólo sirve para conocer el "rating" que tienen las emisoras.

#### C. Identificación

Cada una de las emisoras se da a conocer con una identificación especial en la cual se dice el nombre de la estación, el grupo radiofónico al que pertenece y su frecuencia, de tal manera que impacte y agrade al radioescucha para que éste las localice con facilidad.

#### D. Frases de apoyo

-----  
(3) Ibidem, pág. 5.

Todas las emisoras manejan frases de apoyo para darle vida y demostrar su "entusiasmo" y "alegría" al auditorio, además se renueva constantemente de acuerdo con la época del año; tenemos el caso de Radio Felicidad, que pertenece al Grupo ACIR, la - - cual utiliza la siguiente frase: "Radio Felicidad, el sonido de tu tiempo"; con eso expresa que su programación va dirigida - - principalmente a la juventud, así como considera la existencia de transmisiones infantiles.

La frase que utiliza la organización como tal en sus emisoras que la componen es: "'ACIR, la comunicación humana'; todas - sus emisiones -supuestamente-, ya sea programación musical o no ticias, se realizan gracias a la 'comunicación entre los hombres'".

(4)

Radio Centro, perteneciente a la organización del mismo -- nombre, maneja la frase: "La estación de la gran familia mexicana", para hacer creer que su programación va dirigida al público en general, pues en realidad transmite los éxitos del pasado que no atraen a los adolescentes.

#### E. Locutores \*

En la actualidad, nos damos cuenta que las difusoras utilizan a los locutores profesionales para que les den originalidad, dinamismo, entusiasmo y alegría, de tal forma que al oyente le sea agradable.

La actividad del locutor se desarrolla, fundamentalmente, - con los comentarios que realiza, ya sea con un guión (utilizado principalmente en las emisiones matutinas de las estaciones monitoreadas) improvisando sobre los cantantes del momento o de - algún tema de actualidad, todo depende de la línea de la emisora.

-----

(4) Ibidem, pág. 5

\* Este punto se ampliará y formalizará en el capítulo 4.

En seguida, mencionaremos cómo se ha desarrollado la radio en nuestro país, desde una simple experimentación hasta conformarse en una gran industria gracias a los avances tecnológicos y a las complejas modalidades de explotación comercial del medio.

### 1.1 EL AFAN INCONTROLABLE HACIA LO COMERCIAL, EL COMUN DENOMINADOR DE LA RADIO EN MEXICO.

Siempre se ha dicho que la radiodifusión mexicana se inició en el DF, sin tomar en cuenta que en la provincia ya se habían logrado transmisiones aisladas, como en el norte de nuestro país en 1908. Así, fue hasta 1919 cuando el ingeniero de Tárnava instaló una estación experimental en Nuevo León, mientras que en la ciudad de México funcionaba una potente emisora en el área de Chapultepec.

En los inicios del gobierno de Alvaro Obregón, varios radioaficionados participaban en la transmisión de mensajes a través de las ondas hertzianas, de una manera empírica. Pero fue hasta el 27 de septiembre de 1921 cuando se creó la primera radiodifusora en la ciudad de México a cargo del Dr. Adolfo Enrique Gómez Fernández.

En 1922, la radiodifusión tomó un carácter profesional con amplias posibilidades de desarrollo y expansión, pues los dueños de las emisoras pretendían que su señal no llegara sólo a las ciudades, sino también a los poblados. En ese mismo año, después de haber recibido una capacitación técnica sobre aspectos radiofónicos, Raúl Azcárraga Vidaurreta fundó La Casa del Radio, --emisora que posteriormente se unirá al periódico El Universal a través de un acuerdo realizado con Félix F. Palavicini.

Para 1923 ya existían varias organizaciones entre las que destacaron "La Liga Nacional de Radio, El Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros. La función de las tres dio origen a la Liga Central Mexicana de Radio, primer antecedente de la actual Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión. En sus primeras actividades, la Liga Central dejó establecido el carácter comercial que las emisoras privadas decidieron implantar en la industria". (5)

-----  
(5) Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y televisión en México, pág. 89.

Después de haberse creado el interés en la gente por adquirir radioreceptores eso se fue debilitando para 1924, ya que la compra de los aparatos trafa como consecuencia un sinnúmero de problemas técnicos como las interferencias de una estación a otra, principalmente por la falta de cristal de control. Asimismo, aunque pudiera considerarse que la radio era un medio de entretenimiento, hubo quien pensara que las transmisiones eran únicamente la unificación de ruidos sin sentido que dañaban la mente del auditorio.

Por otra parte, la escasez de estaciones radiofónicas se debía principalmente a la falta de conocimientos técnicos; por tal razón, para 1925 sólo operaban en el país 11 radiodifusoras, 7 en la capital de la República y 4 en la provincia, instaladas en Mazatlán, Sin., Monterrey, N.L., Oaxaca y Mérida.

En ese mismo año se fundó la estación CYL, radiodifusora que manejaba la General Electric principalmente para transmitir propaganda comercial. Esta emisora pasó a manos de Palavicini en 1930 quien, debido a sus actividades periodísticas, convirtió a la estación en un diario hablado llamado Radio Mundial; éste se consideró como un antecedente de los noticiarios, ya que la actividad informativa fue una de las principales inquietudes al desarrollarse el trabajo radiofónico.

Para solventar los gastos de las actividades radiofónicas se creó la comercialización por medio de la radio, es decir, la venta de tiempo de sus transmisiones las cuales, a su vez, se conectaban o relacionaban con comerciantes que solicitaran el servicio (promoción de productos).

"La primera manifestación jurídica que sobre la materia tuvo el naciente Estado mexicano fue la ley de Comunicaciones Eléctricas promulgada en 1926, disposición que si bien no se refería directamente al nuevo invento de la radiodifusión, sí se hablaba que para emitir mensajes radiales se requería una concesión y que para ninguna de éstas sería otorgada a un extranjero".

(6)

-----  
(6) González Casanova, Pablo, México hoy, pág. 333.

El trabajo radiofónico tenía como principio desarrollar -- una empresa mexicana sin influencia extranjera, de ahí que se -- fueran creando los famosos prestanombres quienes cubrían las -- apariencias haciendo creer que las difusoras eran netamente me- xicanas, pues esa situación no era rechazada por la ley, misma que permitía el enriquecimiento de personas extranjeras en nues- tro país.

1929 fue un año de gran importancia para la radiodifusión en México, ya que se adhirió a los acuerdos de la Conferencia - Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Washington, en la cual se adjudicó al país el uso de los indicativos XE a XF - para transmisión radial; tal es el caso de las estaciones comer- ciales XEG, XEO y XETA; la primera fue la XEX del periódico - - Excélsior, además de una emisora cultural.

"La década de los veinte fue un período en que la radiodi- fusión comercial se benefició notablemente en la medida en que el Estado se encargó de impulsar su crecimiento a través del - establecimiento de las condiciones políticas necesarias para -- que importantes capitales se dirigieran a esta actividad, y de regularizar su funcionamiento a través de un conjunto de dispo- siciones jurídicas que fijaban con toda claridad los límites de la acción estatal en la materia y proporcionaban a los radiodi- fusores las seguridades necesarias para invertir en este campo".  
(7)

En la década de los 30's la radiodifusión de nuestro país adquirió características industriales, ya que se empezaron a -- dar diferentes innovaciones tanto en la estructura de la progra- mación como en los avances técnicos al tener un gran alcance; - asimismo se dio la incorporación del capital extranjero a tra- vés de convenios con las disqueras internacionales tales como - la RCA y CBS.

-----  
(7) Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la tele- visión y la política del estado mexicano (1920-1960), pág.21.

"En 1930, con la intervención de la Mexico Music Co. - filial de la transnacional RCA- como socio mayoritario, se funda la estación comercial más importante de América Latina: X.E.W. La emisora inició sus funciones como integrante de la Cadena de la Nacional Broadcasting (NBC), división radiofónica de la RCA. En ese mismo año, Azcárraga funda quince estaciones más en la provincia, que se integraría a la Cadena XEW-NBC". (8)

Después, en 1938 se fundó la XEX que, a través de su división radiofónica, la Columbia Broadcasting System (CBS), se encargó de instrumentar el modelo comercial privado que operó en Estados Unidos desde finales de la Segunda Guerra Mundial, basado fundamentalmente en la venta de tiempo de transmisión para la inserción de anuncios publicitarios. Dicha estación se especializó en música ranchera, que rápidamente constituyó una cadena radiofónica de gran importancia y extensión en el país.

Bajo la presidencia de Pascual Ortíz Rubio, se aprobaron mediante un decreto los anuncios comerciales por radio, en conexión con la red telegráfica internacional; sin embargo, fue hasta la presidencia de Abelardo L. Rodríguez cuando se promulgó el Reglamento de la Ley de Vías Generales de Comunicación dedicado a la radiofonía; en éste se otorgó todo tipo de facilidades para la expansión de la radio comercial.

"En 1936 el presidente Lázaro Cárdenas expide el primer Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y Experimentales Científicas y de Aficionados, haciendo únicamente modificaciones en éste de actualización, dados los avances técnicos de la radiodifusión". (9)

Así, la significación de la industria radiofónica residió en la promulgación de la Ley de la Cámara de Comercio e Industria, mediante la cual se obligó a los comerciantes industriales de cada rama económica a integrarse en su cámara respectiva para constituirse en un órgano de colaboración del Estado.

-----  
(8) Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e ideología, pág. 41.

(9) Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, pág. 90.

"A pesar de que su constitución era relativamente reciente, la radio comercial había comenzado a mostrar, especialmente desde el segundo lustro de los años treinta, las características -- que habrían de distinguirla en las décadas siguientes: La emisión constante de anuncios comerciales, la corrupción del lenguaje, la ausencia en sus transmisiones de un contenido vinculado a las necesidades de educación y cultura de la población, etc." - (10)

Para 1937, el gobierno federal tuvo una participación más activa en la radiodifusión al crear la XEEP, Radio Educación, -- emisora cuyo manejo se encontraba a cargo de la Dirección General de Educación Audiovisual de la SEP. De alguna manera, con esta emisora el gobierno trató de estar presente en el cuadrante, aunque con objetivos diferentes a los que tuvo en la XEFO, creada en 1930.

Asimismo, se crearon otras dos radiodifusoras culturales -- que estuvieron a cargo de la UNAM: XEUN, "Radio Universidad", -- que en un principio iniciara sus actividades bajo las siglas -- XEXX en amplitud modulada y la otra en frecuencia modulada, las cuales transmiten programas informativos, musicales, de crítica y análisis. En este mismo año se fundó otra emisora conocida como La Hora Nacional.

1939 fue un año en el que se amplió la cadena radiofónica XEQ creando nuevas radiodifusoras, principalmente en el interior de la República, tales como XEOX de la ciudad de Oaxaca, Son.; -- la XEHR de la ciudad de Puebla y la XEA en la capital del estado de Campeche.

El 15 de diciembre de 1941, se fundó la primera organización que agruparía a todos los concesionarios del ramo: La Cámara Nacional de la Industria de la Radio; también por esas fechas surgieron las primeras organizaciones sindicales, técnicas y artísticas de la radio.

-----

(10) Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano (1920-1960), pág. 73.

Para 1942, ya existían numerosas estaciones de radio; entre las más importantes que transmitían en la capital de la República se encontraban la XEW, XEQ y XEFO; asimismo, por aquel entonces el señor José Iturbe decidió tener su propia emisora - asesorado técnicamente por el ingeniero Ignacio Díaz Raygoza: - la XEOY, Radio Mil, con 1000 kilociclos de potencia.

Como se puede apreciar, ese fue un año de enormes inquietudes radiofónicas, pues el surgimiento de la XEOY inició las labores en la ciudad de México junto con la cadena Radio Continental con un bloque de diez emisoras las cuales tenían la idea de renovación.

Con objeto de proteger el derecho de agrupación sindical, mejorar sus condiciones de vida y alcanzar reivindicaciones, - se creó en 1947 el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (STIRT).

"La década de los cincuenta fue de gran importancia en la actividad política de los radiodifusores comerciales. Durante este período los concesionarios lograron consolidar su cámara industrial hasta convertirla en una organización con gran influencia en las decisiones del Estado en materia Radiofónica".- (11)

Para los años cincuenta, con el auge de la televisión, las dos grandes cadenas XEW-NBC y XEQ-CBS desplazaron su atención - al nuevo medio, dejando así de fundar más estaciones de radio - ante la oportunidad de instalar canales televisivos. Asimismo, - se iniciaron nuevos cambios en algunas emisoras al hacer modificaciones dentro de su programación. Tal es el caso de la "XELM de Rafael S. López, que se convirtió en una emisora de Radio -- Complacencias, que tocaba a todas horas las melodías solicitadas por teléfono. Denominándosele Radio Centro: 'Música ligera a su recuerdo". (12)

-----  
(11) Ibidem, pág. 115.

(12) Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y televisión en México, pág. 109.

Este nuevo estilo radiofónico fue agotado por otras emisoras, las cuales adaptaron la originalidad de la idea.

En 1951 se creó la Asociación Nacional de Locutores de México (ANLM) bajo la tutela del Licenciado Luis M. Farías, quien en varias ocasiones manifestó su respeto a la libertad de expresión así como su conocimiento y preocupación por la gran responsabilidad que entrañaba el manejo de los medios electrónicos de comunicación social. Dicha asociación tuvo como antecesor a la ANDAR (Asociación Nacional de Anunciadores de Radio) idea no cristalizada de Alonso Sordo Noriega.

No cabe duda que en los 50's, al desarrollarse y penetrar en los hogares la televisión se hizo evidente que la industria radiofónica perdía interés, aunque no por eso dejaron de aparecer nuevas emisoras, principalmente en la provincia. Lo anterior se refleja en lo que menciona Mejía Barquera: "Los años cincuenta transcurrieron en una permanente discusión acerca de que si la radio sería desplazada por la televisión o bien si ésta no lograría llegar a considerarse como un medio de difusión capaz de lograr captar la atención del público y, por supuesto, de los anunciantes de productos". (13)

A finales de 1958, Mario F. Rodríguez decidió vender la XEJP a Francisco Aguirre para llamarla Radio Variedades, con la cual surgió una nueva dinámica de trabajo en la innovación de la programación; de este modelo surgieron más que se han ido renovando independientemente para ser más comerciales.

Es muy probable que con Radio Variedades se haya solidificado la radio mexicana, dándole un carácter meramente comercial, "de negocio" para hacer de lado el estilo experimental.

Las organizaciones de anunciantes y publicistas alcanzaron su consolidación y plena expansión en la década de los 60's; tal es el caso del Consejo Nacional de Publicistas y de la Asociación Nacional de Anunciantes de México, creados en 1960 y 1962, respectivamente.

(13) Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano (1920-1960), pág. 186.

tivamente.

En 1966, ya se empezaba a realizar un recuento del presupuesto con el que contaba la industria radiofónica para gastos publicitarios.

1968 fue un año donde se percibió la presión que ejercía el Estado sobre algunos bienes particulares a través de las modificaciones realizadas a la Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio fiscal de 1969. Dicha ley establecería reformar y adicionar las disposiciones relativas a los diversos impuestos federales.

Los industriales de la radio y la televisión no estuvieron conformes con lo establecido por la ley ya que, por medio de ésta, se vieron más presionados; fue hasta mediados de 1969, después de varias negociaciones, cuando lograron sustituir el impuesto del 25% de los ingresos totales de las emisoras por 12.5%.

Estas disposiciones fueron acatadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. El acuerdo dejó abierta la opción de cubrir el impuesto en efectivo o materia, por considerar que era necesario que el Ejecutivo Federal dispusiera de tiempo para la transmisión en las estaciones comerciales para el cumplimiento de sus propias necesidades.

A fines de 1970, Radio Mexico Internacional formó parte del Instituto Mexicano de la Radio; esta emisora tuvo como objetivo principal dar a conocer al mundo nuestras costumbres, tradiciones y realidades políticas, económicas y sociales.

Ya en 1971 se notó la pugna que existía, en cuanto al manejo de su programación, entre los dos medios electrónicos: la radio y la televisión, pues aparecían o daban a conocer, mediante entrevistas, diversas declaraciones a favor o en contra de acuerdo al medio representado. Un año después, el presidente Luis Echeverría hizo una declaración a los medios de difusión para: "Que dejen de contaminar las mentes de los jóvenes, de los niños y aún de los adultos, y dejar al público la libertad

de elección".

Es necesario mencionar que en el sexenio de López Portillo dió inicio a una nueva perspectiva de cambio (a nivel de decreto) en la radio y la televisión. En su Plan Básico de Gobierno se contempló una revisión a fondo de la función social de la información con objeto de garantizar la palabra de los distintos sectores de la sociedad.

Con el Plan Básico de Gobierno que abarcó el período de 1976 a 1982, se planteó un proyecto progresista al modernizar el actual sistema político, modificando así el artículo sexto de la Constitución; sus lineamientos generales fueron expuestos por el entonces Secretario de Gobernación licenciado Jesús Reyes Heróles, y para su enriquecimiento se convocó a la ciudadanía a participar y expresar sus opiniones ante la Comisión Federal Electoral.

Para 1977, por iniciativa presidencial, se propuso modificar el artículo sexto de la Constitución, relativo a la libertad de expresión, para que los medios informativos no se manifestaran como corrientes ideológicas. El mismo secretario marcó los lineamientos generales de la ley reglamentaria precisando que se trataba de un derecho social vinculado con los medios de difusión masiva, entidades que no tienen derecho a imponer dictados sobre la conciencia. Esa declaración provocó la inquietud entre los concesionarios, y en octubre de 1978 se inició la presión empresarial para evitar que la nueva ley disminuyera los privilegios del capital monopólico que desde siempre habían controlado los medios electrónicos de difusión.

En el Plan Nacional de Desarrollo de 1983 a 1988, se mencionó la regularización y participación directa del Estado en los medios masivos de comunicación, que no fueron lo suficientemente efectivos para aprovechar en mayor grado sus ventajas e inducir su desarrollo como una mejor vinculación con los propósitos educativos, culturales y de comunicación social de la nación.

El 25 de marzo de 1983 se crearon los tres institutos: --- Radio, Televisión y Cine como apoyo a la producción y descentralización de las actividades gubernamentales en materia de comunicación.

Para 1984 México contaba con un total de 875 radiodifusoras en amplitud modulada (AM); 631 estaciones de corte comercial y - 26 de carácter cultural. En frecuencia modulada (FM) 181 estaciones comerciales y 8 culturales. En onda corta (OC) 22 estaciones comerciales y 7 culturales.

"Los servicios de radio y televisión continuarán ampliando su cobertura en función del desarrollo de la infraestructura de telecomunicaciones, que mediante la transmisión vía satélite facilitará la función de programas de todo el territorio nacional. Por lo tanto, se dará atención especial a la coordinación con -- la política de comunicación social". (14)

En la actualidad, al extender la transmisión vía satélite - es preciso mencionar que los sistemas de comunicación electrónica se encuentran por todas partes, donde es necesario la transmisión de información entre dos puntos. Los sistemas de comunicación más usuales, y que han afectado de alguna manera la vida de las personas, son la radio y la televisión, sin olvidar - - otros de menor importancia. Cabe señalar que los satélites de - telecomunicaciones se subdividen en tres clases: a) Satélites -- de punto a punto, que son los que establecen un punto entre una estación emisora y una receptora. Como la señal que se envía es realmente débil, necesitan potentes antenas en la estación terrena receptora capaz de amplificar la señal.

b) Satélites de distribución, que son capaces de conectar una estación emisora con varias receptoras y c) Los satélites -- de radiodifusión directa, que tienen la capacidad para establecer contacto directo entre una estación emisora y multitud de -- aparatos receptores individuales o comunales, en cada hogar, - - -----

prescindiendo del paso obligado, para los demás, de las estaciones receptoras.

En resumen, consideramos que la historia de la radio en -- México surgió en una época en donde la situación del país era -- relativamente estable..

## 1.2 "EL GRAN NEGOCIO": ORIGENES DE LAS ORGANIZACIONES RADIOFONICAS EN AM.

En sus inicios, la radio se consideraba únicamente como un experimento de jóvenes audaces pero, en la actualidad, ha llegado a ser una necesidad cotidiana, lo cual se puede constatar en la vida moderna.

La industria de la radio se ha preocupado por elevar su nivel de "calidad", programando "lo mejor" a su auditorio con innovaciones, de tal manera que penetre y se adapte rápidamente en el gusto de los oyentes y llegue así uniformemente a todos los grupos de la población.

Por otro lado, los profesionales de la radio (publicistas y productores) tienen que conocer los gustos, necesidades y deseos de la comunidad para incluir diversos temas, de ahí que la programación radiofónica esté integrada por diferentes géneros musicales, noticieros, barra de anuncios comerciales, programas de concursos educativos o culturales, de comentario o cómico, radionovelas, programas de RTC, INBA e IMER como son: Reencuentro con la Historia, Panorama Cultural, La Familia, El Deporte, entre otros o de servicio social en donde los radioescuchas tienen mayor participación y "elección".

Con lo antes mencionado, parecería que la radio se caracteriza por tener una programación "especializada" que hoy ofrece a los anunciantes una mayor penetración y "elección" en el oyente; los programas de radionovelas se han sustituido por los de variedad y música. De esta manera, la base fundamental de toda la programación radiofónica es la musical.

Cabe señalar que la selección de los programas se inicia de acuerdo al tipo de música de la estación: balada en español que tiene mayor difusión; le sigue la tropical, ranchera, moderna en español e inglés, así como el rock, además sin dejar de mencionar la clásica e instrumental.

La programación de una emisora se encuentra organizada (en su mayoría) entre emisión musical, tiempo asignado al Estado y - anuncios comerciales a los que se les da un porcentaje en tiempo de transmisión del 47.5%, 12.5% y 40%, respectivamente.

Es notorio que los anuncios comerciales juegan un papel -- importante dentro de la programación radiofónica ya que, a través de estos, se sostienen las emisoras dejando así a un lado - lo cultural + pues su tiempo de transmisión es mínima, refiriéndose a las tres organizaciones estudiadas.

+ Entiendase como cultura aquellos conocimientos humanos que - ejercitan las facultades intelectuales (historia, geografía, - ciencia, etc.).

### 1.2.1 "EL JUEGO DEL RIDICULO": EMISORAS INTEGRANTES DE GRUPO - ACIR.

La Asociación de Concesionarios Independientes de Radio -- (Grupo ACIR) inició sus actividades hace 25 años aproximadamente bajo la dirección del señor Francisco Ibarra López (quien -- fuera presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la -- Radio y Televisión).

El principal objetivo de la empresa es: "Obtener el éxito a través de su honestidad y calidad de transmisión para así colocarse entre los primeros lugares", según palabras del licenciado Francisco Pérez Hernández, Director de Relaciones Públicas a quien se le hizo una entrevista personal.

La razón social de esa empresa se debe a que existe un -- nexo de trabajo con diferentes radiodifusoras en toda la República. Para su transmisión, la concesión de cada una de las -- emisoras depende de la línea y características de cada una.

El Grupo ACIR se encuentra afiliado a más de 120 estaciones en diversos estados de la República Mexicana; decidió enviar -- su señal a través del Satélite Morelos para brindar a su auditorio todos los beneficios que éste presenta como calidad de transmisión y recepción instantánea y entretenimiento, logro que se dio en mayo de 1987.

De acuerdo con las palabras del entrevistado, la selección de locutores se realiza de acuerdo con la textura de su voz y -- que resulte "atrayente" para el radioescucha. Dentro de la empresa, la participación de las locutoras es mínima, ya que ésta se rige únicamente por la idea de considerar a la mujer como -- "un objeto de cabellos largos e ideas cortas", que aún no alcanza una capacidad intelectual para desempeñar esta actividad.

Con respecto a las transmisiones de AM, todos los programas se realizan en vivo y en algunas emisiones se reciben llamadas telefónicas que salen al aire.

Las emisoras de la organización transmiten el Himno Nacional Mexicano a las seis de la mañana y doce de la noche y un --

fragmento del poema "Patria creo en ti".

La empresa cuenta con tres directores artísticos que realizan la programación de cada estación a través de las llamadas telefónicas; asimismo, se encargan de organizar las entrevistas para la programación de los cantantes del momento.

El "rating" de cada emisora se contabiliza gracias a las llamadas telefónicas y a los informes proporcionados por SOMER (Sociedad Mexicana de Radio), además de los premios y encuestas que se realizan de casa en casa.

Según el monitoreo realizado, se pudo observar que existe un supuesto diálogo entre locutor y radioescucha en aquellas emisiones de entrevistas a los cantantes del momento, concursos y/o peticiones musicales.

La organización realiza tres tipos de contratos con las casas comerciales como son: la venta de tiempo, de prestación y servicio y de intercambio; con las casas disqueras se hace a través de la venta de tiempo para promocionar a sus cantantes, además de proporcionar su material.

La mayoría de las promociones de regalos las solventa la empresa, lo cual depende del presupuesto que ésta tenga.

En cuanto al tiempo destinado al Estado, éste se difunde dependiendo de las horas de transmisión que tenga cada emisora, en horas que puedan ser captadas por el oyente, aunque es evidente que no son en aquellas en las que las estaciones tienen una mayor audiencia.

De acuerdo con las palabras del señor Francisco Pérez, en entrevista personal, comentó que el slogan utilizado por el Grupo "ACIR Comunicación Humana" acerca más al humano y trata de rescatar nuestros valores y prestar un servicio social a la comunidad'.

Directorio del Grupo ACIR

- Dirección General
- Departamento de Informática
- Departamento de Relaciones Públicas
- Departamento de Producción y Continuidad
- Departamento de Promoción y Publicidad
- Departamento de Noticias

El Grupo ACIR se integra por las emisoras en AM:

\*\* Radio Capital "XEL", que inició sus actividades en 1930 - con el concesionario Radio Impulsora Hérdez, S.A., en la frecuencia de 1,260 khz, con una potencia de 10 mil watts.

\*\* Radio Felicidad "XERF", se estableció en 1952, con el concesionario Radio Felicidad, S.A., en la frecuencia de 1,880 khz y una potencia de mil watts.

\*\* Radio Voz "XEVOZ" que inició sus operaciones en 1964 con - el concesionario Publicidad Latinoamericana, S.A., en la frecuencia de 1,590 khz y una potencia de 10 mil watts.

1.2.2 "LO MAS POPULAR DE LA CULTURA": EMISORAS INTEGRANTES DE -  
NUCLEO RADIO MIL

Núcleo Radio Mil funge como tal desde 1953; sus fundadores fueron el ingeniero Díaz Raigoza y el señor Iturbide quienes to maron como objetivo principal cumplir con los lineamientos esta blecidos por la Ley Federal de Radio y Televisión: divertir, en tretener e informar. Se caracteriza como una empresa netamente comercial, ya que no cuenta con ningún subsidio del gobierno.

El Núcleo Radio Mil únicamente labora 18 horas, de 6 de la mañana a las 24 horas, pues para la empresa es importante tener en buen estado sus aparatos electrónicos como son: Casseteras, grabadoras, tornamesas, entre otros; después de cada jornada de trabajo se les da mantenimiento.

La mayoría de los programas en AM se realizan en vivo, en sus horarios matutino y vespertino, ya que invariablemente en el horario nocturno son emisiones pregrabadas. Para la elaboración de la programación se cuenta con cinco directores artísticos -- los cuales seleccionan los números musicales de acuerdo con las llamadas telefónicas y la promoción que hacen las casas disqueras a sus cantantes del momento; asimismo se encargan de elegir a los locutores lo que depende de la línea de la emisora.

La empresa cuenta con un promedio de 45 locutores, de los cuales trabajan 6 por estación y cumplen con una jornada de labores de cuatro horas diarias continuas o discontinuas, percibiendo un salario de \$6,000.00 + la hora, aunque éste varía de acuerdo al nivel de la emisora que se transmita.

De informes proporcionados por el señor Alejandro Guerrero, colaborador en el Departamento de Producción, tomamos lo siguiente: "En todas las emisoras los locutores tienen contacto directo con el público a través de las llamadas telefónicas a lo largo del día, sin importar que éstas salgan a no al aire, además de que llevan una contabilización de las melodías solicitadas".

(+) Dato de 1988.

En el Núcleo Radio Mil se transmiten en diferentes horarios -- cápsulas informativas y culturales denominadas: "Siempre es buo no saberlo", "División cultural del NRM", "Con la salud no se - juega" y "La cultura no ocupa espacio", elaborada por la Divi-- sión Cultural.

El Departamento de División Noticias se encarga de realizar el programa "Diálogos al Desnudo" +, con el cual se encadenan -- las emisoras de AM los lunes a las 21:30 horas, con excepción de Dimensión 13-80, antes Radio ECO, que se transmite los viernes a las 22 horas. En esta emisión se tratan temas de actualidad, don de el locutor tiene invitados interesantes, aunque en ocasiones queda trunco el desarrollo de los temas que se tratan.

El nivel de las estaciones está determinado por la clasifi-- cación A: clase alta; B: clase media alta; C: clase media baja y D: clase baja.

Espacio 59 trabaja las cuatro clasificaciones; Radio Mil y Sinfonola con los tres primeros; Dimensión 13:80 con el segundo y tercero; Radio Onda con el tercero y cuarto. La contabiliza-- ción del "rating" de cada estación se lleva a cabo por las lla-- madas telefónicas, encuestas a automovilistas y casas, realiza-- das por un sistema de cómputo llamado International Rating - -- (INRA) y por el Departamento de Mercadotecnia que se encarga de rastrearlas en las escuelas y por edades.

Las emisoras que se destinan a RTC se transmiten en el ho-- rario que la empresa lo decida, siempre y cuando sea "una hora apropiada". Cada una de las estaciones tiene como obligación - - transmitir el Himno Nacional Mexicano a las 6 am y 24 pm y un -- fragmento del poema "Patria creo en ti" del poeta Ricardo López Méndez.

(+) Actualmente se transmite en horarios discontinuos.

### Directorio del Núcleo Radio Mil

- Departamento de Continuidad
- Departamento de Producción
- Departamento de Contabilidad
- Departamento de Mercadotecnia
- Departamento de Ventas
- Recursos Humanos
- Departamento de Noticias
- Departamento de Informática
- Dirección Artística
- División Cultural
- Departamento de Ingeniería
- Departamento de Redacción

El Núcleo Radio Mil se integra por las emisoras en AM:

++ Radio Sinfonola "XEBS", que inició sus actividades en 1937 con el concesionario "Hispano-Mexicano, S.A." con una frecuencia de 1,410 khz. Durante el día tiene una potencia de 5 mil watts y por la noche de mil.

++ Radio Mil "XEOI" y "XEOY", onda larga y corta, el concesionario es "Fomento de Radio, S.A.", en la frecuencia de 1,000 khz. Su potencia es de 2,500 watts. Fue establecida en 1942.

++ Radio Onda "XEUR", comenzó sus transmisiones en 1964; el concesionario es "Radio Unión Texcoco, S.A.", en la frecuencia de 1530 khz y con una potencia de 5 mil watts.

++ Espacio 59 (anteriormente 590 La Pantera) "XEPH", inició sus labores el 8 de junio de 1987, con una frecuencia de 590 khz y una potencia de 5 mil watts.

++ Dimensión 13-80 (anteriormente Radio ECO) inició sus transmisiones en 1988, en la frecuencia de 1380 khz y una potencia de 5 mil watts.

### 1.2.3 "POPULISMO Y EGOLATRIA": EMISORAS INTEGRANTES DE ORGANIZACION RADIO CENTRO

La Organización Radio Centro se fundó por el señor Francisco Aguirre y un grupo de accionistas en 1952, con transmisión - las 24 horas del día y una programación en vivo de 6 de la mañana a 10 de la noche y grabada de 10 de la noche a 6 de la mañana.

Los objetivos de la empresa son "educar, entretener, dar cultura y formar opinión para así ayudar al desarrollo del - - país".

En la ciudad de México se considera como una empresa líder en su ramo, puesto que ofrece una particular forma de dar las - noticias; lo anterior se manifiesta en la manera de leerlas, -- ya que se les da un acento satírico, crítico, amarillista o la conjunción de todos; se transmite un informe noticioso cada hora con duración de diez minutos para "hacerlo ágil al escucha".

La característica principal de los locutores que laboran - en la empresa radica en tener "voces agradables y por realizar una programación amena" ya que, según la productora de la empresa, Sandra Ortíz, cuentan con un alto nivel de estudios.

La planta de locutores está integrada por 30, de los cuales en cada emisora laboran 4 por jornada de trabajo y quienes ganan un salario promedio de \$5,513.79 + por una hora; normalmente cada emisora tiene su cuerpo de locutores y esporádicamente cubren tiempos extras en otras estaciones de la misma organización.

Con respecto a la participación de las locutoras en la - - organización, la señorita Sandra Ortíz manifestó que: "El público que más acepta las estaciones son mujeres, por lo que 'a las mujeres no les gusta que les hablen las mujeres'", es por ello que pocas laboran en la misma.

Cada una de las estaciones cuenta con un director artístico quien se encarga de realizar la programación y se basa en las

(+) Dato de 1988.

"llamadas telefónicas" y la línea de la estación. Por otro lado, las compañías disqueras solicitan a la empresa las entrevistas para sus cantantes del momento.

En cada emisión, la intervención del locutor depende del formato de la estación. Los programas donde existe el diálogo - locutor-radioescucha son de preguntas y respuestas o complacencias musicales inmediatas. Todas las estaciones se rigen por tener un público de rango popular, denominándolo como clase media alta (B); media baja (C); y baja (D).

Aquellas emisiones destinadas al Estado se transmiten en el horario que indique la empresa, siempre y cuando sean "apropiadas".

El único convenio que existe en las casas comerciales es la venta de tiempo para anunciar sus productos; con respecto a las disqueras, éstas sólo proporcionan su música nueva para seleccionarse por los directores artísticos.

En lo que respecta a las promociones de la emisora, la empresa cuenta con un presupuesto anual para manejar y adquirir los regalos que se ofrecen al auditorio.

#### Directorio de la Organización Radio Centro

- Dirección General
- Dirección de Operaciones
- Dirección de Comercialización
- Dirección Administrativa
- Dirección de Noticieros
- Dirección de Personal
- Dirección de Ingeniería de Transmisión
- Dirección de Ingeniería de Audio

La Organización Radio Centro está integrada por las emisoras en AM:

++ Radio Sensación "XECMQ", radiodifusora establecida en 1930; el concesionario es "Cooperación Nacional de Radio y Televisión, S.A." y cuenta con una potencia de 10 mil watts.

++ Radio Variedades "XEJP", estación que iniciara sus actividades en 1930 con el concesionario "Radio América, S.A.", en la frecuencia de 1,150 khz, con una potencia de 10 mil watts.

++ Radio Centro "XEQR", establecida en 1942 por el concesionario "Impulsora de Radio y Televisión, S.A." en la frecuencia de 1,030 khz y una potencia de 10 mil watts. Con dicha estación se fundó la Organización Radio Centro.

++ Radio Exitos "XERC", emisora establecida en 1945 con el concesionario "Radio Popular de México, S.A.", en la frecuencia de 790 khz y una potencia, al igual que sus estaciones hermanas, de 10 mil watts.

++ Radio Consentida "XEFAJ", inició sus actividades en marzo de 1981, en la frecuencia de 1,560 khz (que anteriormente ocupaba "XEVIP", estación desplazada a la banda de Frecuencia Modulada), con una potencia de 20 mil watts.

++ Radio Alegría "XEST", que inició sus actividades aproximadamente en 1980, en la frecuencia de 1,440 khz que anteriormente ocupara Radio AI "XEAI", estación desplazada al 1,500 khz, -- misma que actualmente forma parte de Organización Radio Fórmula y con una potencia de mil watts.

Cada una de las estaciones transmite el Himno Nacional Mexicano a las 6 am y 24 pm.

Con las supuestas inovaciones de programas lo único que lo gran las empresas es realizar lo que anteriormente hacían pero - con otro formato, pues sólo cambian los títulos en las emisiones y continúan así con su inagotable comercialización.

Así, lo más significativo de la radio es, entre otros factores, dar a conocer diferentes proyectos comerciales, programación variada para todos los gustos y comunicación. Se puede decir que la radio ha centrado su labor en informar y entretener.

Como ya se sabe, la educación\* ha sido el área más descuidada ya que faltan emisoras con programas creativos. Lo mismo sucede para atender el aspecto cultural. Podemos concluir que siempre ha surgido la interrogante de si el radioescucha está preparado para oír y gustar de programas culturales; mientras no se diga -

lo contrario, se conoce que el público prefiere la programación comercial.

Quizá, y es lo menos que pudiera esperarse, el verdaderamente responsable, es decir industria radiofónica, tomara conciencia de la auténtica función social de este penetrante medio de comunicación; aunque es evidente que las pautas para una "mejor" radio las determina el Estado, ya que dicho medio es más explotado que aprovechado nacionalmente.

En seguida presentamos la programación de las emisoras que integran los tres grupos radiofónicos, obtenida a través del monitoreo.

- + Por educación se entiende que "es la asimilación de las normas y costumbres sociales y culturales. Involuntario cuando el sujeto social la asimila independientemente de su voluntad y sin saber que está siendo educado, e intencional cuando es determinado un lugar social adecuado (como, en el sentido tradicional, las escuelas, institutos, facultades y, principalmente en el siglo XX, los medios de comunicación de masa)". Tomando de Katz, C.S. et. al Diccionario básico de comunicación, México, Ed. Nueva Imagen, 1980, pág. 172.

## CAPITULO 2. "LA CHABACANERIA EN LA RADIO": MONITOREO DE LA PROGRAMACION

El monitoreo en cada una de las organizaciones (Grupo ACIR, Núcleo Radio Mil y Organización Radio Centro) se realizó durante la última quincena de diciembre de 1987, al mes de enero de 1988.

Nuestro monitoreo consiste en captar todos los programas -- que se transmiten durante el día, desde las 6 de la mañana hasta las 24 horas, donde se obtuvo una descripción sobre la forma en que se lleva a cabo la emisión y la participación del locutor.

### 2.1 "LA DISCOTECA DE LA GENTE JOVEN" : RADIO CAPITAL (GRUPO ACIR)

En esta emisora colaboran los locutores César Alejandro, -- Luis Flores, Gonzálo Balbuena, David Prado, Manuel Rubí, Armando Ríos y José Nava, quienes se encargan de presentar una imagen de internacionalización por el tipo de música (inglés) que transmite. En la mayoría de las emisoras en vivo, los locutores participan con sus comentarios (excepto los pregrabados).

Si se considera que los locutores tienen que cubrir una jornada de trabajo de cuatro horas, ya sea continuas o discontinuas, en ocasiones se puede detectar que algunas emisiones son previamente grabadas.

Actualmente la estación cuenta con un programa de noticias: "Informativo Panorama" con una duración de cuatro horas (7 a 11 am) al cual se le denomina "Primer Informativo de la República Mexicana: enlace que une a los mexicanos", el programa es conducido por Guillermo Ochoa y Lourdes Guerrero.

Radio Capital cuenta con las frases de apoyo: "Una buena -- costumbre de la gente joven", "Capital Radio a tu preferencia", "La discoteca de la gente joven", "Oigo Radio Capital" y "Es: -- la L" (sic.)

A las 6:10 de la mañana de lunes a viernes se transmite el programa "Sobre Ruedas" (dura 10 minutos), conducido por el - - ingeniero Jorge A. Olea (además de prestar su servicio en Radio Red), quien da recomendaciones a los automovilistas para transitar en la ciudad o sobre el mantenimiento de la unidad móvil.

La promoción de regalos de la emisora se hace a través de credenciales que se reparten de casa en casa, principalmente, y el oyente participa con ella al reportarse por alguna cifra o -- nombre de artista que pida el locutor.

Por otro lado, dentro de la programación de Radio Capital se transmiten noticias en diferentes horas a partir de las cuatro de la tarde con una duración de cinco minutos, aproximadamente.

Programación de XEL, Radio Capital, integrante de Grupo -- ACIR, transmite música en inglés y en ocasiones en español - - (rock) las 24 horas del día; la identificación de la estación - es: "Radio Capital, la discoteca de la gente joven".

De Lunes a Domingo

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
La Música Grande de la gente joven	6:05 a 7:00, 11:00 a 12:00, 14:00 a 15:30 y 19:00 a 21:30	No hay comentarios por parte del locutor, únicamente anuncia las canciones de actualidad; se transmiten tres temas <u>se</u> <u>guidos</u> .
Sobre Ruedas	6:10 a 6:20 lunes a viernes	Se dan recomendaciones a los automovilistas sobre el tránsito y qué vías deben tomar; el servicio lo realiza el ingeniero Jorge A. Olea.
Informativo Panorama	7:00 a 11:00	Se emiten las noticias informativas a nivel nacional e internacional que hasta el momento sean sobresalientes y se realizan entrevistas en vivo o por vía telefónica a personas del medio artístico o deportivo. Dicho informativo se encuentra a cargo de Guillermo Ochoa y su equipo de reporteros.
Música con Pasado	11:00 a 12:00	Es un programa donde el locutor únicamente anuncia los temas que se transmiten y han hecho "historia" en el gusto del público lo que se refuerza con las peticiones del radioescucha que salen al aire.
Cara a Cara	12:00 a 13:00 lunes a sábado	Emisión donde el público participa telefónicamente para votar por algunas canciones, mismas que son presentadas por el locutor previamente; dicho programa da inicio con un tema "nuevo". A lo largo de la emisión el locutor agradece constantemente al oyente por el apoyo otorgado a las melodías,

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Punto de Partida	13:00 a 14:00	además de expresar que gracias a ellos se realiza el programa. Programa en el que se presentan los temas de rock, donde el locutor pone énfasis al presentar las melodías que siempre están presentes en el gusto del público "maduro". Emisión donde se reciben peticiones musicales.
Rock a la Rolling	15:30 a 16:30	En la emisión el locutor únicamente funge como anunciador de los temas y recibe llamadas telefónicas.
RTC	16:30 a 17:00 21:30 a 22:00	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general. Entrevistas y/o reportajes.
Colección 1260	17:00 a 19:00	Se transmiten los temas del pasado, "de colección", (3 seguidos). El locutor hace comentarios sobre lo que acontece a nivel internacional y nacional sobre lo que sucede en el mundo de la farándula.
Rock 89	18:00 a 18:30 sábado	El locutor presenta la semblanza de un cantante o grupo en especial, además de anunciar sus temas de renombre.
La Música Grande de la gente joven "MPC"	22:00 a 24:00	El locutor presenta las melodías y da una explicación de las mismas y sus intérpretes, además se denomina el programa como un maratón de éxitos, pues se pasan los temas 'más solicitados durante el día y que están en el "gusto" del radioescucha'.

### 2.1.1 "EL SONIDO DE TU TIEMPO": RADIO FELICIDAD

Los locutores que laboran en esta emisora son: Carlos Leal, Roberto Aguilera, Horacio Chávez, Roberto Avila Bravo, Patricia Castañeda, Jorge Soria, Rubén García y Wilfrido González y Moreno, quienes tienen la función de darle a la estación un ambiente de "modernidad y actualidad", aunque en ocasiones sus comentarios sean intrascendentes.

Dentro de la programación se insertan cápsulas deportivas - patrocinadas por Alka-Seltzer, a cargo de Raúl Orvañanos; asimismo se transmiten las predicciones zodiacales en el transcurso del día, patrocinadas por la Lotería Nacional y Zodiaco "con la suerte a su favor".

Esta emisora no maneja diferentes frases de apoyo y repite constantemente su slogan "Radio Felicidad, el sonido de tu tiempo, tan joven como tú" el cual, en ocasiones, se utiliza cuando está una canción al aire.

La emisora transmite en diferentes horarios el comentario - de Adrián Fournier que tiene como slogan: "Así es en ACIR, una forma diferente de ver el mundo y la vida", en donde tratan temas sobre aspectos económicos, políticos y sociales.

Radio Felicidad transmite eventos deportivos (dependiendo de la temporada) sin tener un horario específico, enlazándose con - las cadenas deportivas que emiten el partido.

Programación de XERF, Radio Felicidad, emisora integrante - de Grupo ACIR, transmite música moderna en español las 24 horas del día, y se identifica como: "Radio Felicidad el sonido de tu tiempo, tan joven como tú."

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Los Grandes años del Rock and roll	5:30 a 6:30 16:00 a 17:00 lunes a jueves	Aquí se hace una remembranza de los temas musicales, y se reciben llamadas telefónicas para peticiones y enviar saludos. La emisión inicia con el saludo del canta- <u>autor</u> Juan Gabriel. A lo largo del programa se transmiten canciones interpretadas por él, así como cantantes invitados. La función del locutor es anunciar y hacer algunos comentarios, además de mandar saludos y leer los horóscopos.
Buenos Días Señor Sol	6:30 a 7:30	En el programa no hay llamadas telefónicas. El locutor comenta sobre lo que acontece en la <u>farándula</u> artística y los deportes. Da el santoral (en la mañana); lee las efemérides; en esta emisión se tiene un espacio abierto para dar a conocer lo que "interesa saber" y se transmite "más música" de popularidad.
Dicen, Cuentan y Comentan	8:00 a 10:00 14:45 a 16:00	El locutor funge como anunciador de la canción e intérprete, además de enviar saludos y recibir una que otra llamada telefónica.
Estelares de Siempre	10:00 a 12:00	Programa de concurso donde el radioescucha participa y gana uno o más elepés, dependiendo de su habilidad al decir el nombre e intérprete de una canción a través de un pequeño fragmento que se le deja escuchar, teniendo sólo diez segundos para responder; cuando el participante va ganando, el locutor lo persuade para que continúe adelante, si éste se niega, el locutor trata de incomodarlo.
El Regalo Fácil *	12:00 a 13:00	

(\*) Programa analizado en el cap. 5

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
A toda Música	13:00 a 14:00 17:00 a 19:00 23:00 a 24:00	En esta emisión se exponen los temas que han alcanzado la "popularidad". No hay llamadas telefónicas; también se pasan melodías de estreno y el locutor sólo las anuncia.
Resumen de Noticias	14:30 a 14:45	Se transmite lo más sobresaliente en el mundo noticioso a nivel tanto nacional como internacional.
La Hora Estelar de Juan Gabriel	19:00 a 20:00	Programa que es presentado y despedido por Juan Gabriel, - - quien dice: "Espero que los temas musicales sean y hayan sido de su agrado"; temas interpretados por él y cantantes invitados. El locutor únicamente anuncia -- las melodías.
Rockérimo	20:00 a 21:00 lunes a viernes	Se pasan temas de rock y se tienen grupos invitados a quienes el locutor entrevista para dar a conocer sus temas con los que -- han sobresalido y los más recientes.
RTC	21:00 a 21:30	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Marquesina de la Felicidad	21:30 a 23:00 lunes a jueves	Transmisión pregrabada en donde el locutor presenta cinco o seis cantantes y se escuchan dos temas de cada uno. La emisión se ambienta con aplausos y chiflidos para dar la impresión de que hay público presente.
Musica Sonido Discoteque	21:30 a 01:00 viernes	Emisión donde se transmiten melodías de balada con un mínimo de comerciales; aquí no participan locutores.

2.1.2 "CON LA MUSICA QUE UNE NACIONALIDADES Y CREA EL MEJOR ES  
TADO DE ANIMO": RADIO VOZ

La emisora se caracteriza por ser tropical y deportiva donde se pasan canciones que están de moda y que se repiten de cinco a diez veces al día.

En lo que respecta a las frases de apoyo, la difusora utiliza: "Con la música que une nacionalidades y crea el mejor estado de ánimo", "Radio Voz la reina", "Radio Voz la número uno" y "Radio Voz la salsa de la vida" mismas que se repiten constantemente a lo largo de la programación.

Cabe señalar que la estación transmite diferentes cápsulas - culturales denominadas "Radio Voz en la Cultura", sin horario específico.

A partir de la diez de la noche y hasta las seis de la mañana, Radio Voz pasa a ser "Radio ACIR", donde se transmite "lo mejor" de la programación y se utilizan varias frases de apoyo tales como: "Radio ACIR, un nuevo concepto de la radio nocturna", -- "La mejor programación nocturna en Radio ACIR de 10 pm a 6 am", -- "Radio ACIR, información creada en el terreno de la realidad", -- "Radio ACIR la barra noticiosa más completa y veraz" entre otras.

En cada uno de los cortes o espacios comerciales, ya sea un locutor o locutora, hace mención de aquellas radiodifusoras (siglas) del interior de la República con las cuales se enlaza vía satélite.

También se cuenta con "Radio cortos del pasado", donde el locutor transmite notas del pasado, musicales, noticias y anuncios con una duración aproximada de 5 minutos.

Programación de XEVOZ, Radio Voz, emisora integrante de Grupo ACIR, la cual transmite música tropical las 24 horas del día en la frecuencia de 1,590 khz. Se identifica como: "Radio Voz, la reina de la música tropical".

De lunes a domingo

Programación	Horario de transmisión	Descripción
Las Reinas de la Música tropical	6:00 a 6:30 21:00 a 21:30	En el programa, el locutor sólo anuncia las melodías; por ser una emisión de media hora son mínimos los comerciales -- que se transmiten.
El Clan Infantil	7:00 a 8:00	Está dedicado a los niños de seis a doce años de edad; el locutor hace comentarios, atiende de las llamadas para tratar de complacer y ofrece regalos.
Foro Deportivo	8:00 a 8:30	Es patrocinado por una casa comercial "Sonido Pierre, S.A." en el que sus comentaristas dan sus pronósticos, informan sobre el fútbol y beisbol tanto nacional como internacional.
El Estudio de Esteban Mayo	8:30 a 9:35 lunes a sábado	Emisión donde no se transmite música, pues únicamente se da el santoral, se leen los signos zodiacales y poemas para reflexionar, además de tener teléfono abierto para charlar con el astrólogo Esteban Mayo, quien dirige el programa.
La Hora Super Estrella	10:00 a 11:00	Programa dedicado a la música del grupo de los Vázquez, donde el locutor, constantemente elogia al grupo musical.
Desfile de Triunfadoras	11:00 a 12:00 lunes a sábado 19:00 a 21:00 domingo	Se transmiten las melodías que han estado en el gusto del público; el locutor hace comentarios de las mismas.
Super Salsa	12:00 a 12:40	Aquí el locutor manda saludos a las personas y clubes que se reportan. Además, al inicio de las canciones se escuchan aplausos ya grabados y constantemente se repite el slogan del programa.

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Las Grandes del Ritmo	12:40 a 14:30 lunes a sábado	Es una emisión especial de Radio Voz donde se promocionan discos y se otorgan a quienes se reportan y aunque las llamadas no salen al aire, el locutor constantemente invita para que participe el auditorio; -- también se realizan entrevistas a cantantes o grupos.
La Hora del Futbol	15:00 a 16:00 lunes a viernes	En éste sus comentaristas son Agustín Vázquez y Guillermo Rodríguez y dan las noticias futbolísticas, reportajes y además entrevistan vía satélite a los deportistas, con el propósito de hacerlo más ameno.
RTC e INBA	L-V 16:00 a 16:30 L-V 21:00 a 21:30 S. 10:00 a 10:30 D. 11:00 a 11:45	Tiempo destinado al Estado, -- donde se tratan temas culturales de interés general.
La Hora de los Sonidos	17:00 a 18:00	Aquí se reciben llamadas telefónicas para pedir melodías y saludar a una lista de amigos; cuando son demasiados se cortan las llamadas con la finalidad de no aburrir al oyente, aunque el locutor suele ser indiferente y poco atento.
Atardecer en el Trópico	18:00 a 19:00	El locutor invita al radioescucha a reportarse para ganar los premios que durante la hora se promocionan, además funge como anunciador de las melodías.

2.2 "LA MERA MERA DE LA MUSICA RANCHERA" : RADIO SINFONOLA (NUCLEO RADIO MIL)

Dentro de los principales locutores destacan: Fernando Alvarez Tercero, Gustavo Albite Martínez, Federico de la Casta Acosta, Fausto Castañeda, Mario Valdivieza, Manuel Hernández y Agustín Romo Ortega.

Se le denomina la estación de los compadres, ya que coincide el aniversario de la emisora con el día del compadre en el mes de marzo; existe una familiaridad del locutor al dirigirse a los escuchas, al tomar en cuenta el tipo de música que transmiten, que es la ranchera y norteña.

Sus frases de apoyo son: "Sinfonola la mera mera de la música ranchera" y "Para música ranchera, Sinfonola la mera mera", que se repiten invariablemente aún estando las canciones al aire.

El locutor funge como anunciador de canciones, da la hora o la temperatura, las que son patrocinadas por una casa comercial; en algunos programas recibe llamadas telefónicas esporádicas, tanto del DF como del interior de la República, y trata de entablar una comunicación de amistad y familiaridad con el radioescucha.

Por la línea que caracteriza a la emisora, sus comentarios se abocan a cuestiones del campo, además de tener un noticiero específico relacionado con temas agropecuarios.

Programación de XEBS, Radio Sinfonola, emisora integrante del Núcleo Radio Mil, inicia sus labores de 6 de la mañana hasta las 24 horas; se identifica como: "Sinfonola la estación del barrilito".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Rancho Alegre	6:05 a 8:00	El locutor funge como anunciador de canciones, asimismo manda saludos y hace comentarios sobre aspectos del campo y de noticias del día.
Programa de Pedro Infante	8:20 a 9:00	Programa en el que se invita a los oyentes a participar con sus llamadas, el locutor hace algunos comentarios con respecto a las canciones que se escuchan.
Programa de Vicente Fernández	9:00 a 10:00 14:00 a 15:00	La emisión la presenta Vicente Fernández, quien agradece al público la preferencia por sus canciones, también hay melodías invitadas; son mínimos los comentarios del locutor y sólo anuncia los temas musicales.
Los Cadetes de Linares	10:00 a 11:00	Se presenta la misma temática que la emisión anterior.
La Hora de las Marchantas	10:00 a 11:00 sábados	Esta emisión se realiza desde un mercado en donde los locutores entrevistan a los locatarios para conocer la lista de precios del día, también hay premios para los presentes en el lugar.
Los Caminantes	11:00 a 12:00	El locutor hace comentarios sobre el grupo los Caminantes, de sus éxitos del momento en el género ranchero.
El Palenque	12:00 a 13:00	Programa en el que participa el público telefónicamente para votar por su cantante favorito, ya que se presentan las canciones de dos cantantes o grupos, donde el locutor contabiliza las llamadas para determinar a un ganador.
La Emisión de los Compadres del Taconazo.	13:00 a 14:00 16:00 a 17:00	El locutor, en sus emisiones, envía constantemente saludos a todos los compadres (público escucha) del DF y del interior de la República, asimismo da lectura a algu-

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
La Hora de la Risa	15:00 a 16:00	nas cartas que recibe por parte del oyente. Al igual que su estación hermana (radio Mil) intercala música y chistes en ocasiones ofensivos.
Programa de Antonio Aguilar	17:00 a 18:00	Se presentan canciones del titular del programa y de otros cantantes; el locutor realiza comentarios de los cantantes.
Radio Sinfonola la mera mera de la música ranchera	18:00 a 20:00 23:00 a 24:00	"La mejor selección" de temas musicales rancheros y nortefios; el locutor es sólo anunciador de los mismos.
Plaza Garibaldi	20:00 a 21:00	En esta emisión el locutor presenta las canciones e intérpretes y se da un ambiente de fiesta como si se encontraran en el estudio.
Resumen de Noticias	8:00 a 8:20 15:00 a 15:20 21:00 a 21:30	Se leen las noticias más importantes del acontecer de México y el mundo, con un chiste de "Mr. Kelly".
Noticiero "Hacia el Campo" RTC	21:30 a 22:00	Programa de RTC y SARH que nos habla sobre lo más sobresaliente del campo, con entrevistas y consejos a los agricultores.

### 2.2.1 "LO MEJOR...": RADIO MIL

Como cada una de las emisoras, tiene una línea por la cual se identifica, ésta se caracteriza por tener locutores con voz seria y formal dentro de los que se encuentran: Alejandro Garduño, Bolívar Domínguez, Agustín Romo Ortega, Javier Trejo Garay, Pedro Grajales, Manuel Virrueta, J. Jesús Hernández Sierra, Agustín Jiménez, Jesús Duarte Martínez y Carlos Ugalde.

Los locutores realizan comentarios sobre las noticias del día en las primeras emisiones, tanto nacionales como internacionales, o sobre estadísticas mundiales; en los demás programas sólo mandan saludos y reciben reportes telefónicos.

En cuanto a su primer resumen de noticias lo peculiar de Radio Mil es que no va a la par con los demás de la organización, sino denominándolo "Edición Primera Plana" dividido en tres bloques.

Las principales frases de apoyo de la emisora son: "Radio Mil es mejor...", "Para gente grande de Radio Mil" y "Soy... (nombre de un cantante), soy para ti y soy Radio Mil".

En esta emisora también transmiten las entrevistas de "La vida íntima de" (cantante o grupo).

La promoción de regalos se hace a través de las credenciales "Vida íntima de ... (nombre de un cantante o grupo)" o la camioneta de regalos, la cual visita diferentes colonias.

Programación de XEOY, Radio Mil, forma parte de la organización del mismo nombre, inicia sus actividades de 6 de la mañana hasta las 24 horas; transmite música en español y se identifica como: "Radio Mil tu moda joven".

De Lunes a Domingo

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
La Hora Juvenil	6:05 a 7:00 17:00 a 18:00	Aquí el locutor anuncia las <u>can</u> ciones y hace comentarios sobre las noticias del día dando la <u>im</u> presión de que las lee del <u>peri</u> ódico directamente y no de la <u>re</u> dacción de la organización. En la segunda emisión recibe reportes telefónicos y anuncia las <u>me</u> lodías.
Programación <u>Boni</u> ta y Espectacular	7:00 a 8:00 23:00 a 24:00	Se transmite la música de <u>actua</u> lidad; en la primera emisión se reciben reportes telefónicos y el locutor da algunas indicaciones a los manejadores; en la segunda, únicamente se pasan las <u>can</u> ciones sin hacer ningún tipo de comentario.
Primer Resumen de Noticias	8:00 a 8:20	Se presenta lo más sobresaliente en el ámbito informativo.
Horóscopo Musical Radio Mil	8:20 a 10:00	En esta emisión el locutor es quien dice los horóscopos leyéndolos textualmente del periódico <u>Novedades</u> , sin hacerle algún cambio, esto se intercala con la <u>programación</u> musical.
El Salón de la Fama	10:00 a 11:00	El locutor funge como anunciador de aquellos temas que han alcanzado popularidad gracias al apoyo <u>del público</u> .
Immortales y Actuales de Radio Mil	11:00 a 13:00 18:00 a 20:00	Aquí se presentan los temas del pasado y del momento, haciendo <u>una comparación</u> de los mismos en cuanto a su letra.
Las Preguntas y las Sorpresas *	13:00 a 14:00	En este programa, el locutor <u>lan</u> za preguntas al aire y el participante que logre acertar obtendrá como premio dos discos de "lo <u>mejor</u> " de la programación de la <u>emisor</u> a.

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
2 a las 2 Adivina la que sigue	14:00 a 15:00	El locutor anima al oyente a participar para que adivine las melodías que se van a transmitir y en caso de acertar obtendrá 3 elepes como premio y si falla les "desea mejor suerte para la próxima".
Zo. Resumen de Noticias	15:00 a 15:20	Se leen las notas informativas más importantes hasta el momento.
Risa Mil	15:20 a 16:00	En esta emisión se intercala programación musical con bloques de chistes del señor Manuel Siordia, Mr. Kelly.
Circo, Maroma y Teatro	16:00 a 17:00	Esta emisión es versátil en cuanto a la variedad de ritmos musicales, además puede o no tener entrevistas, por lo que resulta entretenida.
Escalón de la Fama.	20:00 a 21:00	Aquí el locutor presenta aquellos temas musicales que aspiran llegar a ser grandes éxitos a través de las llamadas telefónicas que se reciben al aire.
Tercer Resumen de Noticias	21:00 a 21:30	Se da lectura a las notas más importantes del día.
RTC	21:30 a 22:00	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Programa A gusto	22:00 a 23:00	Esta emisión es "romántica", ya que el locutor da lectura a pensamientos que dan entrada, en ocasiones, a las melodías.

(+) Programa analizado en el capítulo 5.

## 2.2.2 "NUEVA NOSTALGIA": DIMENSION 13-80

Dentro de sus locutores se cuenta con: Alejandro Garduño, Manuel Virrueta, José Antonio Aguilera, Ramiro Gerardo, J. Jesús Hernández Sierra y Mario Nader.

Es importante destacar que en esta emisora son mínimos los comentarios realizados por los locutores, puesto que la programación se graba previamente, con algunas excepciones. El motivo -- por el cual las emisiones se trabajan de esa manera es para darle un toque especial, aunque a veces resulte monótono y aburrido.

La nueva imagen de Dimensión 13-80, antes Radio ECO, dio inicio en el mes de agosto de 1988, llevando la misma línea de Espacio 59 cuando cambió la estructura de su programación a emisiones corridas y que poco a poco se han reestructurado con nuevas emisiones.

La estación cuenta con las frases de apoyo: "Dimensión 13-80 tiene lo mejor de la música romántica de todos los tiempos" y "Nueva Nostalgia", reiterando esta última durante el día.

Algo peculiar en la emisora es que su programación musical - que se transmite por la mañana se repite por la tarde y noche, y no se nota que es grabada, pues no tiene cambio alguno.

Otro punto importante es que la emisora transmite programas semanales (de una hora) que tratan sobre compositores e intérpretes de melodías de los años 40 a 60, denominados "Años de Oro", para que el público "No olvide la música romántica de antaño".

Programación de XECO, Dimensión 13-80, integrante del Núcleo Radio Mil, transmite música romántica; inicia sus actividades de 6 de la mañana hasta las 24 horas; se identifica como: "Dimensión 13-80".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Nueva Nostalgia	6:05 a 8:00	Desde que inicia la programación se transmite música romántica continua; el locutor anuncia las melodías y manda saludos de reportes telefónicos que hace el escucha.
	11:00 a 19:00	
Personajes de la Historia	8:00 a 10:00	El locutor hace comentarios sobre personajes que hicieron la historia a nivel mundial y se intercala la música romántica.
Consejos Utiles en Nueva Nostalgia	10:00 a 11:00	En esta emisión, el locutor se encarga de dar consejos que le sean de utilidad a las amas de casa.
Noticias Deportivas	7:00 a 7:10	Noticiero deportivo que conduce Alejandro Garduño y se enlaza con Radio Onda y Radio Sinfonía.
Información Vial	8:30 a 8:35	Roberto Santacruz es quien se encarga de dar la cápsula informativa a los automovilistas para que se enteren qué vías deben tomar y evitar mayores congestiones; dicha cápsula se enlaza a sus estaciones hermanas.
La Ultima Noche que Pasé Contigo	19:00 a 20:00 Lunes a viernes	Es una coproducción de la emisora y la Asociación de Estudios Fonográficos, A.C., donde se transmiten las canciones de los compositores olvidados y el locutor hace una semblanza de estos y sus intérpretes. Además, se tiene teléfono abierto, pero no salen al aire las llamadas.
Contigo en la Distancia	20:00 a 21:00 miércoles	En esta emisión se habla sobre la radio de una manera como si se tratara de una persona viva, al comparar sus partes con las

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Entre Labios	22:00 a 23:00 lunes	<p>de un cuerpo humano. También se transmiten novelas que hicieron época al iniciarse la radio.</p> <p>Aquí se emiten las "mejores canciones" de la Nueva Nostalgia (boleros románticos); el locutor lee poemas, versos, textos amorosos para tener un recuerdo romántico de la ciudad y se tiene teléfono abierto para recibir sugerencias del Público; también lee una carta de amor la cual es enviada por algún radioescucha.</p> <p>Programa en el que se tratan temas de gran interés, pero que por su corto espacio quedan sin abordar ampliamente por los invitados a quienes se entrevistan.</p>
Diálogos al Desnudo	22:30 a 23:00	

### 2.2.3 "TU COSTUMBRE MUSICAL": RADIO ONDA

Los locutores que laboran en la emisora son: José Ríos, Car los Ugalde, M. Oscar Romero, Alejandro Garduño y Federico de la Casta Acosta.

La emisora se caracteriza por ser tropical y deportiva, ya que la mayoría de sus resúmenes informativos y los comentarios - que realizan los locutores son sobre este tema, asimismo tiene - la sección "Idolos de Siempre" donde se narra algún hecho importante de años pasados, cada diez minutos aproximadamente. El con ductor es Angel Fernández.

Su frase de apoyo es: "Tu costumbre musical".

La mayoría de su programación se identifica como: "Lluvia - musical", "Lo mejor de la música tropical" y "La mejor selección de los temas guapachosos del momento".

La promoción de regalos se realiza a través de la camioneta o de reportes telefónicos para responder a preguntas dadas al -- aire por el locutor y tener la oportunidad de ganarse discos,

Por otro lado, los domingos de transmiten cápsulas deportivas cada 15 minutos a partir de las 11 de la mañana,

Programación de XEUR, Radio Onda, emisora integrante del Núcleo Radio Mil, transmite música tropical; inicia sus labores de 6 de la mañana hasta las 24 horas; se identifica como: "Radio Onda sabrosa y deportiva".

Programación	De Lunes a Domingo Horario de Transmisión	Descripción
Idolos de la Matancera	6:05 a 7:00	Emisión dedicada a los temas - del pasado e invitados; por falta de comentarios el locutor -- repite constantemente el nombre del intérprete de la canción, - la hora y la temperatura; recibe llamadas esporádicas.
Lo Mejor de la Programación de Radio Onda	7:00 a 10:00 15:00 a 16:00 18:00 a 19:00 20:00 a 21:00 21:50 a 24:00	Se presenta la mejor selección de temas musicales en donde el locutor sólo da el nombre de las canciones y recibe peticiones y saludos.
La Hora de los Caminantes	10:00 a 11:00	Aquí el locutor manda saludos, muestra su alegría; constantemente presenta, también, melodías invitadas. No recibe llamadas -- al aire dándose esta situación - en las siguientes emisiones.
La Hora de la Sonora Santanera	11:00 a 12:00	En estas emisiones el locutor - funge como anunciador, además invita a los escuchas a participara través de sus peticiones, intenta entablar comunicación con el técnico del cual nunca se escucha una respuesta.
La Hora de la Sonora Dinamita	12:00 a 13:00	
La Hora del Super Show de los Vázquez	13:00 a 14:00	
La Hora de los Gatos negros	14:00 a 15:00	
Viejitas pero Bonitas	15:20 a 16:30	Emisión en la que se presenta -- una selección de melodías con "Pasado para recordar", donde se -- hace una semblanza de las mismas.
RTC	16:30 a 17:00	Tiempo destinado al Estado donde se tratan temas culturales de interés general.
Pura Salsa	17:00 a 18:00	Programa en el que el locutor -- se encuentra acompañado por Carlos Campos o Ramón Rojo "La Changa", - quienes comentan sobre la instrumentación de las canciones que se transmiten, así como la remembranza de épocas pasadas.

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Deportista al Habla	19:00 a 20:00	En la emisión el locutor lee diferentes notas deportivas a nivel nacional e internacional, así como del deporte amateur, intercalándose con la programación musical.
Resúmenes de Noticias	8:00 a 8:20	Se dan las notas informativas más sobresalientes del momento, tanto nacionales como internacionales así como las deportivas; se incluyen los chistes de "Mr. Kelly".
	15:00 a 15:20	
	21:00 a 21:30	
Noticiero del INBA	10:30 a 11:00 sábados	Los conductores dan a conocer los espectáculos que se llevarán a cabo durante el fin de semana.

#### 2.2.4 "TU GRAN ESPACIO": ESPACIO 59

En esta emisora trabajan los locutores: Fernanda Tapia, -- Cecilia Toussaint, J. Alberto Aguilera, Jesús Hernández Sierra, J. Luis Rodríguez Baena, Benjamín Sánchez, Fortino Vargas López y Edgardo Hernández.

Como se podrá observar en la descripción de la programación de la emisora, ésta va dirigida a la juventud denominándose de vanguardia por el tipo de música que transmite, como lo es el - auténtico rock en español mexicano y latino con algunas emisiones de rock en inglés.

Por lo anterior, Espacio 59 cuenta con un mínimo de programas identificados; algunos se transmiten semanalmente, ya que -- las nuevas emisiones se van dando de acuerdo con un monitoreo de la estación en donde se puede conocer el gusto de los escuchas.

Tiene como frase de apoyo: "Espacio de rock", "Tu gran espacio del rock", "Espacio 59 un espacio invitado" y "Espacio 59".

Al iniciarse la nueva programación de Espacio 59 ha recibido constantes críticas por parte de otras estaciones, por el tipo de música que emite, aunque ha demostrado tener arraigo en el gusto de los escuchas, principalmente de la juventud.

Espacio 59 maneja su promoción de regalos sólo a través de algunas emisiones de concurso y no como lo realizan sus estaciones hermanas.

Programación de XEPH, Espacio 59, pertenece al Núcleo Radio Mil, inicia su programación de las 6 de la mañana hasta las 24 horas, transmite música de rock en español e inglés y se identifica como: "Espacio 59".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
La Mejor Música de Espacio 59	6:05 a 16:00 18:00 a 21:30	Se transmite la mejor selección de temas musicales de rock en español, principalmente; el locutor hace algunos comentarios sobre los grupos que presenta, tanto de sus éxitos como su actividad musical en México y el extranjero.
Resúmenes de Noticias	8:00 a 8:20 15:00 a 15:20 21:00 a 21:30	Se informa sobre las notas más sobresalientes a nivel nacional e internacional y deportes; se pasan chistes de Manuel Siordia.
RTC	16:00 a 16:30	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Espacio Invitado	17:00 a 18:00	Esta emisión la dirige el invitado, quien realiza diferentes comentarios de la música de vanguardia; es asesorado por el locutor en turno y por el productor. Se transmiten canciones del invitado, así como de otros grupos.
Fidelas Cantando	20:00 a 22:00 juéves	La temática del programa es que el escucha que pida una melodía tiene que interpretar un fragmento de la misma; en ocasiones el locutor se portar más jadedero al burlarse de la participación del oyente.
Prohibido Hombres	18:00 a 20:00	El nombre de la emisión es contradictorio, ya que en ocasiones las locutoras de ésta piden únicamente la participación de los hombres y no sólo de las mujeres.
Deshojando Margaritas	23:00 a 24:00 L., M. y J.	La locutora se encuentra acompañada por un personaje llamado "Dr. Bolansky", quien da consejos

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Palabras sin Censura	20:00 a 21:00 L., M. y V.	a los enamorados y realiza pequeños concursos en donde se participa al enviar cartas. En esta emisión se tratan temas considerados censurables con invitados profesionales en el área; el locutor lee los comentarios del escucha tanto a favor como en contra de lo que se está tratando; también se expresan sugerencias.
La Odisea del Emisario	23:00 a 24:00 miércoles	Programa previamente grabado en donde el locutor lleva la narración de un personaje intercalado con los temas musicales.
Espacio Compartido	12:00 a 14:00 sábados	El locutor entrevista a un cantante o grupo sobre su actividad musical, además de platicar de otros cantantes; a su vez se presenta su material discográfico y se invita al público a participar telefónicamente.
Cotorreando la Noticia	8:00 a 9:00 lunes a viernes	Programa donde Héctor Lechuga y Chucho Salinas comentan los sucesos más relevantes de las noticias.
Más Música	9:00 a 9:30 22:00 a 24:00	La locutora únicamente se dedica a hacer comentarios de personas, intérpretes y canciones.
Corazones Astillados	9:30 a 10:00	Se leen cartas que envían los escuchas enamorados y que se sienten deprimidos por la misma razón; el locutor da su punto de vista para que sus problemas amorosos tengan solución.
Música Española	14:00 a 15:15	Se transmiten melodías de cantantes españoles y la locutora hace una semblanza sobre los discos del cantante en turno.

2.3 "LA MUSICA MAS BONITA": RADIO SENSACION. (ORGANIZACION RADIO CENTRO).

Los locutores que laboran en la emisora son: José Hernández, de la Peña, González y de la O., César Pérez Espinoza, Luis Loria, Rosa María Martínez, Rocío Velázquez y José Antonio Macías.

La emisora transmite cada hora un noticiario de cinco minutos, donde se resume sobre lo más importante que acontece en el mundo.

Dentro de su programación utiliza las frases de apoyo: "La música más bonita", "Radio Sensación, transmitiendo 24 horas de amor y amistad" y "Qué agradable sensación".

También promociona regalos a través de la camioneta que visita las diferentes colonias del DF y del Valle de México, cada una de las emisoras indica en qué lugar se encuentra; además de los concursos realizados en varias emisiones se obsequian monedas de oro. Aquí los escuchas que desean participar se ven obligados a pronunciar la frase clave: "Yo Sensación" y si no la dicen pierden la oportunidad de ganar.

Programación de XECMQ, Radio Sensación, emisora integrante de Organización Radio Centro, transmite música moderna en español las 24 horas del día y se identifica como: "La Estación del amor y la amistad".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Los Principales de Radio Sensación	5:00 a 8:00	Programa donde se seleccionan los mejores temas del momento, el locutor da consejos prácticos, se reciben llamadas telefónicas para solicitar alguna melodía y saludar a parientes o amigos; también aquí hace comentarios de tipo cultural y artístico.
Astros Sensación	8:00 a 10:00	El locutor se encarga de leer los signos zodiacales, los cuales se intercalan en la programación musical y se dan informes de tránsito recomendando al conductor qué vías debe seguir.
Los Sensacionales Discos	10:00 a 12:00	Aquí se difunde la música actual; el locutor hace comentarios sobre los artistas; se proporcionan regalitos para que el auditorio se reporte. Los sábados en este horario se transmiten "Las Futuras Reinas", con una duración de 20 minutos.
Las 30 Super	12:00 a 13:00	El locutor comenta sobre los cantantes y da el número que ocupa determinada canción en la lista de popularidad; en la emisora se proporcionan regalos y para ganarlos, el auditorio debe tener volante de la estación, reportarse de determinada colonia y contestar algunas preguntas que éste hace resultando a veces capciosas.

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Especiales de Sensación	13:00 a 15:00	En este programa el locutor únicamente anuncia las melodías y recibe algunas llamadas del radioescucha.
Popularísima	15:00 a 16:00	Se transmiten las canciones del momento y el locutor comenta sobre las mismas y quienes las interpretan. Por otro lado, se les hace creer a los radioescuchas que en esta emisión se les complace al instante, ya que el público llama para pedir una melodía, pero eso sí debe ser de actualidad y que esté en la lista de popularidad para transmitirse inmediatamente.
Música sin Arrugas	16:00 a 17:00	Lo dirige un locutor y locutora donde en ocasiones entrevistaban a un artista o grupo musical, mismos que enviaban saludos a los radioescuchas y tratan de hacer ameno el programa; también se llevan a cabo concursos en los que se hacen algunas preguntas; a veces los conductores se burlan de las respuestas obtenidas.
La Gran Premier	17:00 a 18:00	Emisión en la que se pasa lo más actual de la música, se hacen comentarios sobre los cantantes y se tiene teléfono abierto para recibir opiniones por parte de los oyentes, el locutor constantemente agradece por ser escuchado, además de proporcionar regalos.
Recuerdos Cerca nos de Sensación	18:00 a 20:00	Dedicado a las canciones que hicieron "historia", por otra parte, el locutor únicamente se encarga de anunciar las melodías, da la identificación de la emisora, su sintonía y la hora.

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Sentimientos	20:00 a 21:00	Aquí se pasan canciones "sentimentales" y el locutor lee versos para introducir las melodías y hacer más romántico el programa; además se dan testimonios de personas que resultan ganadoras por participar en "la camioneta de regalos".
RTC	21:00 a 21:30	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Triunfadoras en Serie (Música Continua)	21:30 a 5:00	A pesar de este horario se presenta música variada sobre los intérpretes del momento, con pocos comerciales; no se da la participación por parte del locutor (programa pregrabado) sólo se anuncian las melodías.



Programación de XEJP, Radio Variedades, emisora integrante de Organización Radio Centro, transmite música moderna en español las 24 horas del día. Se identifica como: "Radio Variedades, Plataforma Musical de América Latina".

Programación	De Lunes a Domingo Horario de Transmisión	Descripción
Música Continua	5:00 a 7:00	Es una programación grabada donde el locutor únicamente anuncia las canciones.
Buenos Días por la Mañana	7:00 a 8:00	En este, el locutor hace comentarios de los artistas de cine y recibe llamadas de peticiones, además de transmitirse lo mejor de la música moderna.
Las Reinas de la Popularidad y las Estrellas Hablan de las Estrellas.	9:00 a 11:00	Emisión en la que se transmiten los temas que han sido y son del agrado del público. También, a lo largo de ésta se pasa la grabación donde un artista lee los horóscopos.
Variedades Infantiles	9:00 a 11:00 S, y D.	Espacio para divertir a los niños, quienes participan en los concursos que se realizan; se transmiten melodías juveniles y no específicamente para los pequeños.
Las Inolvidables y su Nombre tiene Premio.	11:00 a 13:00	Aquí se trata de complacer las peticiones del auditorio y se mencionan nombres de personas que deben reportarse por haber sido premiadas. En cuanto a las melodías, son temas que han hecho "historia" y aún las recuerda el oyente.
El Festival de la Canción	13:00 a 15:00	Se transmite la música que está de moda y que es para todas las edades, además se reciben llamadas telefónicas para concursar con la frase: "A mí también me gusta Radio Variedades".

Programación	Horario Transmisión	Descripción
Recuerdos del Rock	15:00 a 16:00	El locutor recibe llamadas de peticiones por parte del público y se emiten las canciones que hicieron época en los años 60's en México, aunque casi diario se transmiten las mismas melodías.
Las Reinas de la Popularidad de México	16:00 a 17:00	Es otro de los programas en el cual se transmite la música moderna, donde el locutor hace comentarios sobre los intérpretes de las melodías.
Variedades de Juan Gabriel	17:00 a 18:00	Programa dedicado a la música de Juan Gabriel y sus intérpretes, en donde el titular anuncia las melodías (previa grabación); el locutor dice sólo una vez más el título de la canción.
La Hora de los Novios	18:00 a 19:00	Se transmiten temas románticos, el locutor manda saludos e invita al escucha a que se reporte y pida sus temas favoritos.
Formalmente Informal	19:00 a 20:00	Emisión donde se presentan las melodías que están en la preferencia del público, el locutor se encarga de enviar saludos a los radioescuchas.
RTC.	21:00 a 21:30	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Las Grandes Noches de Radio Variedades.	22:00 a 24:00	Aquí el locutor Constanzo Campini se encarga de amenizar la emisión en plan de "cotorreo".

### 2.3.2 "LA PROGRAMACION ESPECTACULAR" : RADIO CENTRO

Los locutores que laboran en la emisora son: José Antonio Cabrera, José Sánchez Rodríguez, Arturo Flores y Castillo, César Pérez Espinoza, entre otros que no se identifican.

Radio centro es una emisora que repite su programación en diferentes horarios.

Cada hora se pasa el noticiario (dura 15 minutos), patrocinado por NISSAN Y Kodak; éste inicia: "Desde el centro de la ciudad, Noticentro y su equipo de profesionales informa..." y termina: "... desde el centro de la ciudad Noticentro informó". Aquí se dan las noticias nacionales, internacionales, deportes, el clima, comentarios y se cierra con una crítica deportiva de Fernando Marcos; pero primero se presenta un panorama general de la información,

La emisora tiene como frase de apoyo: "La programación es espectacular de Radio Centro", "Radio Centro complaciéndoles" y "Transmitiendo para el auditorio de mayor importancia"; con respecto a las promociones de regalos, las personas que se reportan deben mencionar la frase: "Oigo Radio Centro y siempre gano", -- además deben tener volante de la estación, misma que otorga la empresa al visitar las colonias.

Programación de XEQR, Radio Centro, emisora integrante de la Organización del mismo nombre, transmite música romántica en español las 24 horas del día. Se identifica como: "La Estación de la Gran Familia Mexicana".

De Lunes a Domingo		
Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Buenos días Musicales	6:00 a 8:00	Emisión donde el locutor se la pasa saludando al auditorio, además de anunciar las canciones.
Los Astros y sus Estrellas	8:00 a 9:00	Se leen los signos zodiacales, se dan recomendaciones de tránsito y constantemente el locutor menciona al auditorio que la emisora está -- para complacerles.
Jóvenes Recuerdos	9:00 a 12:00	Aquí el locutor saluda al radioescucha por reportarse, da información de tránsito y trata de complacer a quienes escuchan las melodías del recuerdo.
Espectaculares de Radio Centro	12:00 a 14:00 17:00 a 19:00	Programa en el que el locutor invita a seguir marcando las vías telefónicas, agradece a los oyentes solicitar sus melodías favoritas, aunque no salen al aire las llamadas. En esta emisión se envían saludos al auditorio y a diferentes colonias.
Recuerdos de Radio Centro	14:00 a 17:00	Programa de concurso en donde el locutor hace una pregunta para ser contestada con cierto o falso resultando siempre ganadores quienes llaman, aunque no es comprobable, ya que no salen al aire.
Bolero	19:00 a 20:00	Para despedirse, el locutor del programa menciona la llamada de la parte final con -- determinada melodía y agradece la participación de los -- escuchas.
		Aquí transmiten las melodías románticas que siempre están en el gusto del público. El -

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
		locutor constantemente envía saludos a quienes lo escuchan e invita a seguir llamando para complacerles; en éste se difunden las melodías continuas y casi no hay comerciales, lo cual hace que se disfrute más la emisión.
En Concierto	20:00 a 21:00	Programa dedicado a un cantante o autor y por el ambiente que se tiene da la impresión de estar en un lugar especial; el locutor se encarga de anunciar las canciones y el invitado hace una breve semblanza de la melodía en turno.
Noches Musicales de Radio Centro	21:00 a 22:30	Emisión que presenta música continua para "deleitar" al radioescucha, la función del locutor es únicamente la de anunciar las canciones.
RTC	22:30 a 23:00	Tiempo destinado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Cita con la Inspiración	23:00 a 24:00	Este se dedica a un compositor, quien platica sus anécdotas, cómo inició su carrera y en qué se inspiró para componer sus éxitos los cuales transmiten al momento.
El Suceso y la Palabra	23:00 a 23:20	Programa dominical que está a cargo del sacerdote, comentarista y periodista José Luis López Tor, quien trata diferentes temas de interés para el oyente, aunque en ocasiones resultan dogmáticos.

### 2.3.3 "SUPERATE Y GANA" : RADIO EXITOS

Los locutores que laboran en ésta son: Arturo Flores y Carrillo, Carlos Martínez Córdoba y uno que se identifica como -- "Tito al habla".

En algunas emisiones de la estación se transmite lo mejor del rock en español, es decir, se intercala una canción en español dentro de su programación de música en inglés.

Radio Exitos presenta sus noticiarios cada media hora, pa trocinados por NISSAN y Kodak, con una duración de cinco minutos, donde se resume lo más sobresaliente a nivel nacional e interna cional.

La emisora utiliza como frase de apoyo: "La campeona, Radio Exitos", "Exitos es Rock", "Supérate y gana con Radio Exitos", "Supérate con Super Exitos".

Dentro de la promoción de regalos, el locutor pide reportes de personas que tengan tarjeta de Exitos para que participen en preguntas que se les hace o simplemente al llamar obtienen un obsequio,

Programación de XERC, Radio Exitos, integrante de la Organización Radio Centro, transmite música en inglés y español las 24 horas del día. Su identificación es: "Sólo música de Super - Exitos".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Música Continua	6:00 a 7:00 22:00 a 24:00	Programa sin identificación donde el locutor únicamente anuncia las melodías que se transmiten.
Super Audición de Beatles	11:00 a 14:00 18:00 a 19:00	Cuenta con dos emisiones -- diarias, aquí se reciben llamadas de reportes de las -- personas que tengan tarjetas de la difusora. El locutor -- hace comentarios del grupo -- británico a quien se dedica el programa.
Campanazos de Radio Exitos	8:00 a 10:00	Emisión de concurso donde -- se hace sonar unas campanitas para que la persona que está llamando las escuche y se gane un premio; además, -- el locutor indica dónde se -- encuentra la camioneta de regalos y al llegar a ésta tienen que decir la clave "Super rate y gana con Radio Exitos".
El Club Juvenil	10:00 a 13:00	Se promocionan discos y se transmite "lo mejor" de la -- música moderna; el locutor -- recibe reportes e invita a seguir marcando las vías telefónicas y participar en -- las promociones.
Multiplicando	14:00 a 15:00	Se emite "lo mejor" de la -- música en inglés y lo más sobresaliente del rock en español; se identifica como "uno por uno" ya que se transmite una canción en inglés y otra en español; aquí se reciben llamadas de los oyentes.
Lo Mejor del Rock	19:00 a 20:00	Como su nombre lo indica, -- se pasa lo mejor del rock, -- ya sea inglés o español, y se reciben llamadas para como placer o por lo menos eso --

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Vuelo 790	20:00 a 21:00	hace creer al locutor al escuchar. Emisión que transmite melodías en español y el locutor únicamente las anuncia y agradece que lo escuchen.
Algo de Rock para Ti	21:00 a 22:00	Programa que continúa con la línea del rock en inglés del gusto de la juventud; - el locutor sólo se encarga de anunciarlas.
RTC.	16:30 a 17:00	Es el tiempo destinado al Estado donde se tratan temas culturales de interés general. Los viernes se pasa "Revista Semanal" en la que se da una síntesis de lo ocurrido durante la semana en México y el mundo, conducido por Gerardo Romero y Ana Celia Ramírez.

#### 2.3.4 "CON MUSICA DE PEGUE": LA CONSENTIDA

Los locutores que colaboran en la emisora son: José Luis Palomera, Luis Loria, Ramiro Aguilera, Rubén García Castillo.

La emisora transmite un noticiario cada hora, presenta a las once de la mañana y cuatro de la tarde "Patrulla 15-60", - que es una emisión donde se informa sobre el mundo policiaco; - y se da "la nota roja" sobre lo acontecido en la ciudad y el Valle de México durante las últimas horas.

Por otro lado, únicamente los sábados de diez y media a once de la mañana se transmite el "Programa Especial de Bellas Artes", tiempo dedicado al INBA y RTC, pues de lunes a viernes de cinco y media a seis de la mañana se presenta el programa - del Estado (RTC) titulado "En el campo", el cual pasa entrevistas de cantantes de la música vernácula.

La frase de apoyo que utiliza la emisora es: "Con música de pegue".

Durante toda la programación se pasan "chascarrillos" con Polo Polo; además se proporcionan regalos para aquellas personas que tengan a la mano el "Foto-premio" y mencionen la frase: - - "Oigo Radio Consentida", los locutores indican en qué colonia - se encuentra la camioneta de regalos.

Programación de XEFAJ, La Consentida, integrante de Organización Radio Centro, transmite música ranchera y norteña las 24 horas del día y se identifica con la frase "La Consentida, con música de pegue".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Las Consentidas de Juan Gabriel	6:00 a 7:00	Programa dedicado a transmitir las melodías del cantautor de Cd. Juárez y sus intérpretes; el locutor se encarga de anunciar las canciones y recibir las peticiones y saludos de los oyentes.
	12:00 a 13:00	
Las Consentidas de Pedro Infante	7:00 a 8:00	Este consta de dos emisiones donde el locutor anuncia las melodías del desaparecido intérprete, recibe peticiones y envía saludos al auditorio; además, se promocionan regalos para quienes tengan "Foto-Premio".
	14:00 a 15:00	
El Estelar de Vicente Fernández	8:00 a 9:00	Se mandan saludos, ya sea por parte del locutor o de los radioescucha, quienes piden algunas canciones; en esta emisión también se transmiten melodías de otros cantantes invitados.
	13:00 a 14:00	
	18:00 a 19:00	
Frontera Norte	9:00 a 10:00	Emisión dedicada a la música norteña; se reciben llamadas, reportes de personas que participan con el "Foto-Premio" de algún cantante o diciendo la frase "Oigo Radio Consentida" y ganar así un premio. A lo largo del programa el locutor invita al escucha a participar en la promoción de obsequios.
	15:00 a 16:00	
	17:00 a 18:00	
El Programa de las Amas de Casa	10:00 a 12:00	Se realizan concursos únicamente para señoras; el locutor Ramiro Aguilera, titular de la emisión, muestra un trato amable y de seriedad al atender las llamadas telefónicas. Dicho programa está dividido -

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
La Hora del Cum biazo	16:00 a 17:00	en pequeñas secciones: horóscopos, historia, cocina, entre otras, sin dejar de lado la música que ameniza el programa. Programa dedicado a las cumbias con ritmo norteño, aquí se trata de complacer al escucha, el locutor agradece constantemente las llamadas recibidas.
La Hora de los Adoloridos (+)	19:00 a 20:00	Es un espacio dedicado a los que sufren una pena, sobre todo de amor, donde se reciben llamadas para complacer al escucha, quienes se desahogan contando su problema y solicitan una canción que vaya "a tono" con lo que se sufre.
De México con Amor	20:00 a 24:00	Emisión pregrabada donde el locutor únicamente manda saludos a diferentes estados de la República y a colonias de la ciudad, se agradece a la provincia por escuchar la estación. Se difunden las melodías más populares.

(+) Programa analizado en el capítulo 5.

### 2.3.5 "JOVEN, EXCITANTE, MODERNA": RADIO ALEGRÍA

Los locutores que laboran en la difusora son: Rubén - -  
García Castillo, Guillermo Aponte y Jesús Alvarez.

La programación de esta emisora siempre trata de ser --  
amena, para "agradarle" al público joven, utilizando a lo lar-  
go del día sus frases de apoyo: "Joven, excitante, moderna Ra-  
dio Alegría", "Radio Alegría, alegría del 89", "Los teléfonos  
que te complacen: 5-12-78-10 y 5-12-52-65", dando a entender -  
con esto que el escucha quedará satisfecho por ser tomado en -  
cuenta.

Cabe señalar que cada hora faltando cinco minutos, se --  
transmite "Exitometro"; y cada hora "Farándula Alegría" con-  
ducido por Guillermo Aponte, quien comenta sobre las melodías de  
mayor éxito y de los intérpretes, al mismo tiempo que da su pun-  
to de vista.

Transmite su noticiario cada media hora, con una dura -  
ción de cinco minutos, donde se informa sobre lo acontecido a  
nivel nacional e internacional.

También se promociona la Caravana de la Alegría (camione-  
ta de regalos) durante todas las emisiones e indican en qué co-  
lonia se encuentra para obsequiar premios diversos a las perso-  
nas que lleguen primero a ésta.

Por otro lado, siempre que termina un programa se mencio-  
na que "Todos los temas, nombres de programas, frascología y tí-  
tulos de Radio Alegría son propiedad única y exclusiva y estan  
protegidos por los derechos nacionales e internacionales que --  
las leyes amparan", asentando que nadie puede reproducir lo que  
tiene programado la emisora,

Programación de XEST, Radio Alegría, integrante de Organización Radio Centro, transmite música moderna en español las 24 horas del día y se identifica como: "Radio Alegría, tan alegre como tú".

Programación	De Lunes a Domingo	
	Horario de Transmisión	Descripción
Música Continua	6:00 a 7:00	Se transmite una barra musical donde el locutor sólo anuncia las canciones. La emisora incluye pocos comerciales.
Alegrías Matutinas	7:00 a 8:00	Con esta emisión se inician las actividades en vivo, se reciben llamadas telefónicas al aire de peticiones o reportes de ganadores.
Horóscopo Alegrías	8:00 a 9:00	Aquí el locutor se dedica a leer los signos zodiacales, da la temperatura, intenta agradar al escucha al modificar su tono de voz y hacerlo meloso y pausado. Con respecto a la música, se transmiten los temas del momento.
Saludos en Vivo	9:00 a 10:00 16:00 a 17:00	Se reciben llamadas para peticiones y saludos a parientes o amigos; también el locutor envía saludos al auditorio, comportándose en forma paternalista; da la temperatura y proporcionan regalos.
El que Sabe Sabe	10:00 a 11:00	Programa de concurso en el que se hacen comentarios sobre los artistas y realizan preguntas al respecto.
La Música de Tu Tiempo	11:00 a 12:00 18:00 a 19:00	El locutor manda saludos al público; se promocionan regalos y recibe los reportes amablemente, se transmiten las melodías del momento.
Exitómetro	12:00 a 13:00	Programa en el que el locutor se encarga de mencionar el lugar que tienen las melodías en la lista de éxitos; se mandan saludos y se pasa la voz de las personas premiadas.

Programación	Horario de Transmisión	Descripción
Idolos de la Juventud	13:00 a 14:00	Emisión en la que se transmiten las melodías que prefere el "público joven"; el locutor se encarga de recibir las peticiones y enviar saludos.
Discódromo	14:00 a 15:00	El locutor proporciona información sobre las melodías que se confrontan e invita a los oyentes a que voten por su preferencia; en ocasiones el animador en turno deforma el idioma nacional.
Alegrías Juveniles	15:00 a 16:00	Programa donde se promueven regalos a quienes se reporten de las colonias que el locutor menciona; se reciben llamadas para peticiones y se da la temperatura.
Club de la Alegría	17:00 a 18:00	El locutor proporciona noticias, comentarios e informa sobre las personas que integran el club; recibe peticiones con un tono burlón; manda saludos a los escuchas.
Las Andanzas de Cupido	19:00 a 20:00	Emisión dedicada a los enamorados quienes llaman para solicitar una canción o enviar saludos; el locutor trata de dar un ambiente romántico.
Buenas Noches Alegrías	20:00 a 21:30	Aquí se transmite música del momento, donde el locutor anuncia las melodías y recibe llamadas del auditorio.
RTC	21:30 a 22:00	Tiempo dedicado al Estado, donde se tratan temas culturales de interés general.
Música Continúa	22:00 a 7:00	Se transmite "la mejor" música del momento.

Después de haber realizado el monitoreo y descripción de la programación, podemos concluir que existe una variedad aparente de programas dedicados a la juventud y a los adultos, pero es indudable que el eje rector fundamental de las emisiones descritas es el de la mera difusión de música contratada por la disquera para ser repetida una y otra vez, haciendo a un lado los programas educativos que en mínima escala aparecen.

Cada una de las empresas radiofónicas se considera la primera, en cuanto a entretenimiento y servicio social; sin embargo, observamos que Grupo ACIR tiene popularidad por la excesiva promoción de regalos como las otras dos organizaciones.

Cabe mencionar, que dentro de los tres grupos radiofónicos Organización Radio Centro es la que trata de mantener una mayor comunicación locutor-radioescucha: "Por el hecho de tener emisiones en las cuales salen al aire las peticiones musicales del escuchador y actualmente con el acercamiento con el público por medio de las camionetas promocionales, desde las que se transmite a control remoto algunas entrevistas".

El Núcleo Radio Mil es la organización con mayor variedad de programas que transmiten los diferentes géneros musicales al ser la empresa radiofónica con más número de emisiones en el DF, pero que con excepción de las dos organizaciones antes mencionadas, transmite algunos programas culturales.

Si analizamos los programas en general, podemos ver que --sirven-- desgraciadamente-- como puente a la comercialización exclusiva, a la ausencia de reflexión, de tal manera que cumplen con una función social deformada y, a su vez, acrecientan el gran negocio radiofónico al transmitir constantemente anuncios promocionales.

Verificamos que "El juego del ridículo" es un título ad hoc debido a que cada uno de los programas que se realizan con la participación del público escuchador de Grupo ACIR es de concurso y se ridiculiza a éste con cada uno de sus errores cometidos; lo anterior lo determinamos en relación a la emisión de Radio Felicidad.

En el caso de Núcleo Radio Mil utilizamos el título "Lo - más popular de la cultura", debido a que sus emisoras se caracterizan por ser más abiertas al gusto y participación del radio escucha (determinado a través del monitoreo).

Por último, en la Organización Radio Centro se tituló - - "Populismo y Egotatría", ya que sus estaciones difusoras tratan de aparentar una imagen de mayor "rating" en el gusto del públi co y al mismo tiempo se califican como los mejores para transmi tir su programación.

### CAPITULO 3. "ME LO PASO POR EL ARCO DEL TRIUNFO": LA RADIO COMERCIAL, EL LOCUTOR Y SU MARCO LEGAL

La Ley Federal de Radio y Televisión marca aquellos lineamientos que deben seguir los medios de comunicación electrónicos para lo que fueron creados; en este caso, únicamente se toman en cuenta los puntos que son de interés para nuestro objeto de estudio específico.

Es importante mencionar que gran parte de los conflictos entre los individuos y entre los grupos son producto de la ignorancia, de los malos entendidos y de los estereotipos causados por informaciones "defectuosas" o por ausencia informativa. En una sociedad como la nuestra, dichos males sociales debieran estar erradicados, pues contamos con medios de difusión en cantidades que podríamos calificarlas de excesivas.

Por tanto, son los televisores y la radio, quienes acceden permanentemente a la mente de los mexicanos, les informan y les instruyen sobre su conducta en la sociedad que deben vivir.

Sin duda, la radio es el medio de difusión con mayor capacidad de penetración; con base en las características legales - su uso requiere de un análisis de su utilización y función, - con su gran capacidad que por desgracia, muchos de los que tienen en sus manos este medio, no quieren emplearlo más que para hacer dinero y engañar a la gente. Quizá algún día quienes hoy sólo escuchan, podrán ser los emisores.

Durante el gobierno de Miguel de la Madrid se estableció que los particulares podrían instalar su propia estación terrestre lo que motivó una proliferación de éstas que, aunque con conocimiento de la SCT, están en manos privadas.

Raúl Cremoux, autor de 'La legislación mexicana en radio y televisión', explica que: "El gobierno ha obtenido lo que ha querido de los medios, ya que estos no son lo suficientemente incisivos con el acontecer nacional", pues los medios tienden a suavizar las relaciones sociedad-gobierno por medio de una --

avalancha de color, movimiento y sonido que mediatiza los posibles intentos por impugnar la condición de vida.

Por otro lado, Cremoux califica a los concesionarios de serviles; sin embargo, el investigador también sabe que por este servilismo la radio y la televisión han logrado extender -- sus tentáculos en busca de las ganancias, porque principalmente "ellos buscan hacer buenos negocios", legítimo interés si la pluralidad reinara.

Asimismo, en esta relación simbiótica, los concesionarios han obtenido un poder económico, social y político que los ha llevado a constituirse en un "polo de poder significativo", y además no ha existido un solo gobernante que pueda ejercer sus funciones en desacuerdo enfrentando a la radio o la televisión comercial privada.

### 3.1 "UN CALLEJON SIN SALIDA": LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

De la síntesis de esta ley se menciona únicamente aquellos artículos de mayor importancia para la investigación que se realiza, ya que se considera que los locutores, cronistas o comentaristas deben conocer las disposiciones jurídicas que rigen en la materia y así poder cumplir correctamente con sus funciones.

La ley está integrada por 6 títulos, 13 capítulos, 105 artículos y 7 artículos transitorios.

#### Título Primero: Principios Fundamentales Capítulo Unicos

Esta ley fue expedida el 8 de enero de 1960 y publicada en el Diario Oficial el 19 de enero del mismo año. Aproximadamente 40 años antes, la radio había generado sus primeras transmisiones en México.

"En realidad la Ley, expedida en 1960, llegó a legitimar procedimiento, intereses y vicios de los concesionarios. Es más 'históricamente está comprobado que fueron los radiodifusores - que hicieron la Ley'.

De ahí que, afirma Mejía Barquera, "por salud propia del sistema político mexicano" el gobierno debe promover reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión, buscar un régimen legal y fiscal justo, además de disponer su adecuación a la realidad tecnológica que vive el mundo y por ende el país mismo". (15)

En consecuencia, el instrumento jurídico vendrá a legitimar procedimientos y acciones arraigadas en los intereses que desde tiempo atrás permitieron y desarrollaron un tipo de emisiones y no otros.

Artículo 4o.: "La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá pro-----

(15) Mejía Barquera, Fernando, Uno más Uno, "Por salud del sistema Político...", 4 de julio de 1989, pág. 24.

tegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social".

Este artículo es de singular importancia puesto que la radio y la televisión son calificadas como de interés público, y no como en realidad es y debió haber sido tipificado: "Servicio público".

Las derivaciones que en uno y otro caso se desprenden son capitales. La radiodifusión es la única explotación y uso establecido como vía general de comunicación en el país "actividad de interés general". Esto además de romper con toda doctrina jurídica autorizada en la materia, establece prácticamente un régimen de explotación comercial, lo cual resulta ser extraordinariamente grave, pues consigna en favor de comerciantes, -- bienes del dominio público de la nación.

"Los legisladores consideran que la naturaleza de la radio y la televisión, sus características intrínsecas y de operación, la forma como se encuentra organizada y los fines a través de dichos medios se satisfacen, fueron concebibles como interés público, y no como lo que en realidad es: servicio público". (16)

Artículo 50.: "La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el manejo de las formas de la convivencia humana. Al efecto, a través de sus transformaciones procurará:

I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II, Evitar las influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III, Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores

-----  
(16) Cremoux, Raúl, La legislación mexicana en radio y televisión, pág. 17

res de la nación mexicana;

IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacional".

Es evidente que dentro de este artículo la mayoría de las estaciones han tratado de cumplir con lo estipulado, puesto que algunos programas de concurso se realizan a través de preguntas relacionadas con la historia de México; no así, en relación con el idioma, ya que en varias emisoras se distorciona el lenguaje; como ejemplo tenemos al locutor Jesús Alvarez de Radio Alegría - en el programa "Discódromo", quien para "ganar" al público utiliza frases en inglés o da un acento argentino a lo que comenta.

De acuerdo con lo anterior, el señor Alfonso Nava, funcionario de radiodifusión, manifiesta que: "La deformación del idioma muy sensible en la frontera del norte y en las grandes ciudades, no es provocada por las emisoras radiofónicas. Estas simplemente se suman a una corriente de transculturización". (17)

Título Tercero: Concesiones, Permisos e Instalaciones

Capítulo Primero: Concesiones y Permisos

Artículo 11o.: "La Secretaría de Educación Pública tendrá -- las siguientes atribuciones:

I. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión.

II. Promover las transmisiones de programas de interés cultural y cívico.

III. Promover dentro el mejoramiento cultural y la propiedad - del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión.

IV. Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor.

V. Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participe en las transmisiones.

VI. Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacione con lo perceptado en este artículo, con - -

-----  
(17) "Programación Semanal", Novedades, 12 de agosto de 1985, pág. 7.

excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes, y

VII. Las demás que le confiere la Ley".

"En un país donde los planes de educación son metódicamente nuevos y sexenales, no existe acción real donde la radio y la televisión comercial hayan utilizado en forma efectiva, clara, generosa y profunda con fines prioritariamente pedagógicos". (18)

El apartado III que habla de promover la propiedad del idioma nacional, se ve seriamente confrontado con las transmisiones diarias, ya que cada vez se utilizan frases en otros idiomas y se transmite música extranjera que no tiene nada que ver con nuestra cultura; como ejemplo podemos señalar a Radio Exitos y Radio Capital.

El apartado V del mismo artículo atribuye a la Secretaría de Educación Pública la facultad de extender certificados de aptitud a los locutores. De la ligereza con que se dan estos permisos dejan constancia las transmisiones de: Radio Felicidad, Radio Capital, Espacio 59, Radio Exitos y Radio Alegría. (Ver capítulo 2 de este mismo trabajo).

Artículo 28o.: "Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado".

Se contemplan 16 artículos (del 13 al 28)"donde se exige al futuro concesionario los requisitos para manejar una concesión federal. Además del hecho gratuito de tener nacionalidad mexicana, los concesionarios deben reunir requisitos técnicos y económicos. En ningún momento se les pide un mínimo de educación, ni de preocupación por el país, ni mucho menos que cumplan con alguna tarea educativa específica o de orientación cívica. Pareciera ser que la Nación cuenta con los recursos pedagógicos sobrados para tan vasta tarea, ya que estas herramientas de difusión se destinan a ser ne-  
-----

(18) Cremoux, Raúl, La legislación mexicana en radio y televisión, pág. 24.

gocios mercantiles en donde los empeños en familiarizar al público con el pensamiento, la reflexión, la belleza, la creatividad y la crítica son totalmente ajenos". (19)

Título Cuarto: Funcionamiento

Capítulo Tercero: Sobre la Programación

Artículo 58o.: "El derecho de la información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial y administrativa ni de limitación alguna, ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y las leyes".

Con respecto a lo anterior, se puede decir que realmente los locutores tienen la libertad de expresarse a través del micrófono, siempre y cuando no se agrede al escucha o no se distorsionen las funciones de una emisora comercial, como es la de entretener e informar. Esta falsa y acomodaticia concepción de la libertad de expresión ha fortalecido la posición reaccionaria que ve en la difusión masiva "un campo natural y exclusivo" del sector privado.

También es importante destacar que este artículo sirve como repaldo a los comentarios de radio y televisión.

Artículo 59o.: "Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión".

Desde que se promulgó la presente ley, ha quedado indefinido lo que el Estado entiende por "educativo, cultural y orientación social", de ahí que la simple transmisión de anuncios comerciales pueda considerarse como una transmisión que encierra los tres conceptos anteriores.

Artículo 59o. Bis: "La programación general dirigida a la población infantil que transmite las estaciones de radio y televisión deberá:

- I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez;
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana;
- III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;
- IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños;

V. Procurar diversión y coadyuvar al proceso formativo - de la infancia.

Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, telenovelas y teleteatros grabados, películas o series filmadas para niños, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país, o el extranjero, deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.

La programación 'dignifica a los niños', se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta Ley".

Con respecto a la programación infantil es mínimo el tiempo dedicado a los niños; un ejemplo es Radio Voz, perteneciente al Grupo ACIR, que transmite "El Clan infantil" de 7:00 a 8:00 de la mañana de lunes a domingo; y otro en Radio Variedades, integrante de Organización Radio Centro, que transmite "Las reinas infantiles de la popularidad" de 9 a 11 de la mañana, únicamente sábados y domingos, aunque es importante resaltar que de programación infantil sólo tiene el nombre, puesto que las canciones que transmiten dichas emisoras van dirigidas a la juventud, por lo cual los concursos no son para los niños (Ver págs. 37 y 59).

Artículo 63o.: "Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o el crimen; que prohíbe también todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de los recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos".

Este artículo es violado en su última parte, ya que en varias emisoras se expresan palabras maliciosas o de doble sentido, todo esto disfrazado de alguna manera en los chistes que son transmitidos; tal es el caso de Radio Mil, Radio Sinfonola o La Consentida que tienen un programa dedicado a los chistes a cargo de Manuel Tamés, con excepción de la Consentida donde pasan esporádicamente en la voz de Polo Polo; también hay algunas can-

ciones de balada y tropical que expresan situaciones de la pareja en doble sentido, ofensivas y denigrantes.

Por otra parte, este artículo no es lo suficientemente claro para impedir que la "mediocridad, la ausencia de calidad y la necesidad" no ocupen el tiempo mayoritario de las emisiones en radio y televisión.

#### Capítulo Quinto: De los Locutores

Artículo 84o.: "En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuentan con certificado de aptitud".

Sería importante saber qué entienden los legisladores de esta ley por aptitud, ya que de acuerdo con el monitoreo realizado nos dimos cuenta que hay algunos locutores con marcadas fallas en cuanto a conocimientos generales y forma de expresar se ante el micrófono.

Como ejemplo podemos citar a Radio Alegría, Radio Exitos o Espacio 59, en algunas de sus emisiones.

Artículo 85o.: "Sólo los locutores mexicanos podrán trabajar en las estaciones de radio y televisión. En casos especiales la Secretaría de Gobernación podrá autorizar a extranjeros que actúen transitoriamente".

A través del monitoreo determinamos que actualmente en la radio mexicana (DF), no laboran como locutores de base aquellos de nacionalidad extranjera, no así en eventos especiales.

Artículo 86o.: "Los locutores serán de dos categorías "A" y "B". Los locutores de la categoría "A" deberán comprobar que han terminado sus estudios de bachillerato o sus equivalentes, y a los de la categoría "B", los estudios de enseñanza secundaria o sus equivalentes; unos y otros cumplirán con requisitos que destaca el reglamento".

En ocasiones, la categoría del locutor (A o B) no importa, ya que en el programa en el cual labora tendrá que seguir la línea marcada por la emisora, pero lo que sí podemos observar como producto de la revisión del monitoreo es la baja preparación académica de los locutores comerciales.

Por otro lado, o bien, los locutores no reúnen los requisitos solicitados por el artículo anterior o las instituciones de enseñanza que acreditan a los locutores con certificado de secundaria y bachillerato deben revisarse a fondo. El caso es que en una y otra circunstancia la generalidad de ellos tiene una condición cultural deficiente.

Artículo 88o.: "Las estaciones radiodifusoras hasta 10,000 vatios de potencia, podrán emplear locutores autorizados de cualquiera de las dos categorías.

En las de mayor potencia cuando menos el 50% de sus locutores autorizados serán precisamente de la categoría "A".

Este artículo refuerza el comentario anterior, pues todas las emisoras pueden contratar a locutores de las dos categorías.

Artículo 89o.: "Los cronistas y comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a la que se dediquen, expedida por la Secretaría de Educación Pública".

En este apartado sería importante conocer qué tipo de certificado deberán presentar los comentaristas y cronistas, ya que en ocasiones carecen de aptitud para desarrollar correctamente su actividad.

### 3.2. "QUE PADRE ES SER LOCUTOR": REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

A 13 años después de haberse creado la Ley Federal de Radio y Televisión, se expidió el reglamento sobre el contenido de las emisoras en los medios de difusión concesionados por el Estado a los particulares.

Los motivos que tuvo el Estado para reglamentar el contenido se contemplan en 12 considerandos y en el último se señala: "Que en términos generales el reglamento viene a complementar la Ley con los instrumentos adecuados para su aplicación, ya que orienta al mismo espíritu que anima a la Ley.- la superación cultural, informativa de la comunidad"; por lo que ha tenido a bien expedir el siguiente REGLAMENTO.

Como se mencionó al inicio de este capítulo, se sintetiza la conformación del reglamento el cual marca los lineamientos que deben seguirse al realizarse una programación, la música, los anuncios comerciales, así como las transmisiones a nivel nacional e internacional.

De la síntesis del reglamento sólo se mencionan los artículos que son de mayor interés para la presente investigación, en lo que se refiere a la realización de programas de complacencias musicales, concursos y el tiempo destinado al Estado.

El reglamento está integrado por 7 títulos, 12 capítulos, 58 artículos y 1 artículo transitorio.

Título Segundo: Competencia

Capítulo Unico

Artículo 9o. "A la Dirección General de Información compete:

Fracc. VI. Conceder permisos para programa de concursos, - de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios".

Es notorio que la mayoría de las emisoras se valen de programas de concursos para proporcionar productos diversos (calzado, ropa de moda, detergentes, alimentos y golosinas, entre otros) para poder captar así un mayor número de escuchas, por lo que --

las organizaciones radiofónicas han tratado de realizar constantes innovaciones en sus programas; de esta manera se observa competencia, pero sin darse cuenta que las emisoras resultan monótonas y aburridas.

Título Tercero: Programación

Capítulo Primero: Tiempo de Estado

Artículo 12o. "Es obligación de las estaciones de radio y televisión incluir gratuitamente en su programación diaria 30 -- minutos continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacional o internacional de material proporcionado por la Secretaría de Gobernación. El tiempo mínimo en que podrá dividirse la media hora no será menor de 5 minutos".

Artículo 13o. "Los concesionarios o permisionarios de estaciones de radio y televisión están obligados a conservar la misma calidad de transmisión que la utiliza en su programación normal, en el tiempo de que dispone el Estado".

Es evidente que estos artículos no se cumplen en su totalidad, ya que la transmisión del programa del Estado (RTC) no se pasa en un horario adecuado, en donde la difusora tiene una audiencia considerable y puede ser captada por un número mayor de escuchas; esto no sucede con aquellas emisiones de conmemoración a nivel nacional o estaciones culturales. (Ver capítulo 2 de este trabajo).

Capítulo Tercero: Concursos y Sorteos

Artículo 18o. "Los programas de concursos, de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios sólo podrán llevarse a cabo con autorización y supervisión de la Secretaría de Gobernación, con la intervención, en su caso, del supervisor que dicha dependencia designe".

Artículo 19o. "Para tener autorización de programas de concursos a que se refiere el artículo anterior deberá presentarse a la Dirección General de Información una solicitud por escrito, por lo menos diez días hábiles antes de la fecha de iniciación del programa, la que contendrá lo siguiente:

- I. Nombre y duración;
- II. Contenido y forma de realización;
- III. Monto de los premios y finanzas que los garatice;
- IV. Lugar de transmisión;
- V. Nombres de quienes conducirán el programa, y
- VI. Nombres de quienes integran, en su caso, el jurado"

Las recomendaciones de los artículos anteriores sólo las acata la televisión y no la radio, puesto que no identifican el permiso de gobernación o la presencia de algún interventor para certificar la legalidad de los concursos.

Artículo 20o. "La Dirección General de Información autorizará a los programas de concursos siempre y cuando se destinen a premiar la habilidad de los conocimientos de los participantes, no sean lesivos para la dignidad personal y procuren la elección de los niveles culturales".

Es evidente que la programación de concursos de las emisoras no son ofensivos en su contenido, pero sí la actitud del locutor que realiza la emisión al denigrar, en ocasiones, al concursante en su participación.

Un ejemplo al respecto sería el programa "Música sin arrugas" de 16 a 17 horas en Radio Sensación conducido por César Pérez y Rocío Vázquez, los cuales ridiculizan a los concursantes que entonan el fragmento de una canción; así como el caso de "El Regalo Fácil" de Radio Felicidad donde el locutor se burla de quienes participan.

En el caso del artículo 21 hay emisiones en las que no se hace mención específica sobre los términos que establece el mismo.

#### Título Quinto: Propaganda Comercial

##### Capítulo Unico

Artículo 41o. "La propaganda comercial que se transmite por radio y televisión deberá mantener un prudente equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación".

Artículo 42o. "El equilibrio entre el anuncio y el conjunto de la programación se establece ...

Fracc. II, inciso a) El tiempo destinado a propaganda -- comercial no excederá el cuarenta por ciento del tiempo total -- de transmisión".

Con respecto a lo establecido en estos artículos, sí son respetados por las emisoras, puesto que la mayoría transmite 5 - minutos de música y dos de anuncios comerciales.

Título Sexto: Consejo Nacional de Radio y Televisión  
Capítulo Único

Artículo 51o. "Para la realización de sus fines, el Consejo tendrá entre otras, las atribuciones siguientes: Fracc. I.- Elevar el nivel moral cultural, artístico y social de las transmisiones. Para que el Consejo pueda cumplir con esta atribución, los concesionarios y permisionarios de Radio y Televisión deberán:

1.- Clasificar su programación en las categorías siguientes:

a) Noticieros. Informes sobre sucesos locales, nacionales e internacionales; reportes meteorológicos, actos cívicos y sociales; comentarios y análisis.

b) Deportes. Presentación de juegos y eventos locales, nacionales e internacionales; organización deportiva; oportunidades para la práctica del deporte; instrucciones deportivas; noticias, comentarios y análisis.

c) Entretenimiento. Los programas destinados a este fin: -- música, drama, variedades, comedia, telenovelas, concursos.

d) Cuestiones económicas y sociales. Informes sobre producción nacional industrial, agrícola y minera; importaciones y exportaciones; movimiento de precios; desarrollo comercial e industrial; seguridad social; ferrocarriles y comunicaciones; desarrollo de las ciudades; comentarios y análisis.

e) Actividades de naturaleza política. Informes sobre nuevas leyes; actividades del Ejecutivo y del Congreso; informes de partidos políticos; elecciones en la República; charlas, comentarios, discursos, discusiones; opinión de la prensa, editoriales,

mesas redondas, y

f) Programas culturales. Para la comprensión y entendimiento de la literatura, música, belleza, artes, historia, geografía, ciencias sociales y naturales, tanto nacionales como extranjeras; programas preparados por o con la cooperación de universidades, museos, bibliotecas y otras instituciones de cultura; conferencias y conciertos; orientación profesional y vocacional; noticias sobre libros, exposiciones y conciertos; comentarios y análisis".

La mayoría de las organizaciones radiofónicas califican su programación de acuerdo con este artículo y sus categorías (5lo.), en lo que se refiere a la política, economía, sociales y deportes, englobado dentro de los noticieros. Además, las emisoras transmiten la música y concursos para "entretener" - al radioescucha.

En relación con los programas culturales, especifica en el inciso "F" las emisoras comerciales que transmiten los programas preparados por el gobierno (RTC) y que se difunden en diversos horarios.

De las tres organizaciones estudiadas, la única que contempla la programación cultural el Núcleo Radio Mil, ya que una de sus emisoras, Dimensión 13-80, transmite programas de este tipo, aunque sólo en cuestiones de música e historia. (Ver pág. 46).

### 3.3. "A LA TERCERA VA LA VENCIDA": REQUISITOS PARA OBTENER EL CERTIFICADO DE LOCUCION

Dada la importancia que la locución tiene en la comunicación social, como promotora de la cultura, es necesario seleccionar con mayor objetividad a aquellos que posean las aptitudes básicas para llegar a desempeñar su actividad como locutor con profesionalismo.

Debido a que no existen escuelas de locutores en nuestro país, el esfuerzo del aspirante debe enfocarse a una continua preparación autodidáctica, lo cual exige de él una mayor responsabilidad. Una parte importante de esta formación, que debe ser permanente, tiene lugar cuando el aspirante prepara los exámenes para obtener el certificado.

Para ampliar más la información se expondrán los requisitos necesarios para obtener el certificado de locución, que exige la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Dirección General de Certificados para Locutores de Radio y Televisión.

1) "Para obtener el Certificado de Locución, será necesario presentar :

a) Documentos:

- Solicitud firmada (original)
- Certificado de estudios de bachillerato para la categoría "A" o de secundaria para la categoría "B", legalizado en su caso, por la autoridad estatal.
- Acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización - (original y fotocopia).
- Cartilla de Servicio Militar, en caso de tratarse de varones mayores de 18 años (original y fotocopia).
- Dos cartas de recomendación expedidas por personas o instituciones.
- Cuatro fotografías tamaño credencial y cuatro tamaño diploma, ovaladas de frente.

Si se reprueba dos, a los dos meses.

- Para tener derecho a exámen extraordinario, se deberá presentar el recibo de pago correspondiente a más tardar el día anterior al exámen". (Consultar lista de tarifas de - la pág. 92)

Es importante mencionar que la información antes citada - también sirve para obtener el certificado de cronistas y comentaristas de Radio y Televisión, con ciertas variantes.

Para obtener el permiso provisional de locutor, cronista y comentarista será necesario presentar:

A) "Documentación:

- Todos los que se enlistan en el apartado 1 inciso A, - más lo siguiente:
- Carta de anuencia expedida por el Gerente, Administra-  
dor o Director de la difusora, quien debe responsabil  
zarse de las prácticas de la locución del solicitante.
- Recibo de pago correspondiente. (Consultar la lista de  
tarifas de la pág. 92)
- + En el momento de otorgarle el permiso, el solicitante -  
quedará automáticamente citado para presentar el exámen -  
tres meses después.
- + El solicitante tendrá derecho a tres permisos provisio-  
nales como máximo, en tanto realizan el trámite para el  
exámen".

NOTA: "El original de los documentos será devuelto:

- A) 24 horas después de presentarlo, si el trámite es para la -  
obtención del permiso provisional.
- B) 72 horas después, si el trámite es para tener el derecho a  
exámen". (20)

-----  
(20) Instructivo para quienes aspiren a obtener el Certificado  
de Locutor, Cronista o Comentarista de Radio y Televisión.

LISTA DE TARIFAS  
(Vigente 88-89) +

Permiso provisional de prácticas de locución..... \$2700.00

Examen de aptitud de locutores:

A) Examen general ..... \$3900.00

B) Examen general extraordinario (2a. o 3a. -----  
oportunidad)..... \$3000.00

C) Examen oral extraordinario por materia ..... \$ 900.00

Examen de aptitud de Cronista o Comentarista:

A) Examen general ..... \$8900.00

B) Examen general extraordinario ..... \$5900.00

C) Examen oral extraordinario ..... \$1800.00

Expedición de certificación de aptitud:

A) De locutor ..... \$ 900.00

B) De Cronista o Comentarista ..... \$1800.00

Expedición de duplicados de certificados de aptitud (Certifica  
ciones)

A) De locutor ..... \$1800.00

B) De Cronista o Comentarista ..... \$3500.00

+Nota: Sujeta a modificaciones.

El sindicato que agremia a los locutores se denomina Sin-  
dicato de Trabajadores de la Industria de Radiodifusión, Tele-  
visión, Similares y Anexos de la República Mexicana (STIRT) --  
constituido el 10. de marzo de 1947 y registrado el 27 de octu-  
bre del mismo año. Su principal fundador fue el señor Alfonso  
Mejía Méndez, así como un grupo de trabajadores entre los que  
se destacan; Rafael Camacho Guzmán, Pedro Arista Castro, Emi-  
lio Digruta, Pedro Ferriz, entre otras personalidades. Cuenta  
con 111 emisoras como son: XEQR, XERQ, XEMZ, XEBZ, XERZ, XERC,  
XELZ, XEQK, XEJP, XEAI, XEHR, XEDZ, XECC y otras.

El sindicato tiene como objetivo buscar el mejoramiento  
del nivel económico de los trabajadores, ya que su función prí-  
mordial es el manejo de los contratos colectivos de trabajo de  
los locutores y de todo aquel personal que labore en una orga-  
nización radiofónica o televisiva.

Actualmente, cuenta con más de 14 mil agremiados en el -  
país, agrupados en 70 secciones del comité.

En cuanto a los locutores, para afiliarse al STIRT, sólo  
se necesita presentar el certificado que lo acredite y que exis-  
ta alguna plaza en cualquiera de las organizaciones radiofóni-  
cas que estén afiliadas al sindicato, para poder ser enviado, -  
puesto que la vacante que existe se debe manifestar con antici-  
pación a éste.

De acuerdo con lo anterior, el sindicato es el único be-  
neficiado, ya que todo aquel trabajo extraordinario que desee -  
realizar alguna emisora implicará un gravamen extra, así como

el servicio que solicite el agremiado, esto lo deducimos del - Diario Oficial de la Federación del día 24 de febrero de 1986.

Como lo señalamos en su momento, en este capítulo destacamos aquellos artículos que se relacionan con nuestro trabajo puesto que a través de éstos pudimos comprobar la forma de trabajo en una organización radiofónica comercial.

Es evidente que de la Ley y el Reglamento de Radio y Televisión la mayoría de los artículos no son tomados en cuenta por aquellos que laboran en un medio de comunicación como lo es la radio, al dejar ver la falta de profesionalismo por parte de los concesionarios de las empresas, pues permiten que el locutor no tome en cuenta lo estipulado por la ley. Todo esto lo pudimos constatar gracias al monitoreo realizado y aunque resulta obvio, de alguna manera refuerza lo que ya es conocido y se advierte que nadie ha buscado la solución a este problema.

Como se puede observar hay un desfase entre lo estipulado por la legislación y el desempeño cotidiano de los locutores a través de la radio. Habría que cuestionar los requisitos para obtener el certificado de locución, sobre todo en lo referente al aspecto de cultura general.

Otro punto importante es destacar la casi nula participación de los ciudadanos, los gremios, las uniones y los partidos políticos en forma abierta y creativa en los medios electrónicos, principalmente la radio.

#### CAPITULO 4. "DIME QUIEN ERES Y TE DIRE QUIEN SOY": CARACTERIZACION (TIPOLOGIA) DE LOS LOCUTORES RESPECTO A SU COMPORTAMIENTO HACIA LOS RADIOESCUCHAS EN A.M.

En este capítulo daremos a conocer los diferentes comportamientos de los locutores hacia los radioescuchas, donde presentamos sus actitudes en un glosario de términos, los cuales se determinaron de acuerdo con la experiencia que como escuchas tenemos y a través de la asignación de variables conductuales que se manifiesta en el desempeño de la actividad.

Es importante aclarar que para llevar a cabo nuestra lista de términos fue necesario conocer cuántos tipos de locutores existen y así poder distinguir las actitudes que asumen ante los escuchas.

- LOCUCION: Combinación estable de dos o más palabras que funcionan como oración o como elemento oracional y cuyo sentido unitario no se justifica siempre como suma del significado de los componentes.

-LOCUTOR: Es una persona que por profesión se dirige a un auditorio dando noticias, anuncios, etcétera especialmente en las emisoras de radio y televisión, fundamentalmente, podemos clasificar al locutor en improvisador y lector, según improvisa lo que vaya diciendo o lea textos previamente redactados.

Desde el punto de vista de las distintas especialidades que en la actualidad desempeña el locutor (especializaciones a lo que ha ido llevando la evolución de la radiodifusión en forma lenta) tenemos los siguientes tipos de locutores: de comercial, de programas de preguntas y respuestas, de entrevistas o charlas, de noticieros, de programas humorísticos y de programas "serios".

- Locutor comercial: En primer término, debe poseer una voz agradable, con personalidad; tener una buena articulación y una pronunciación correcta; conocer cabalmente la técnica del micrófono y poseer conocimientos de publicidad aplicados a la

locución".

La gran dificultad del locutor comercial consiste en mantener naturalidad expositiva en su elocución, a pesar de tener que desarrollar a la vez ciertos "tips" de ventas que no son más que palabras y frases que artificialmente se deben destacar. Su elocución es a veces "artificial", pero en los instantes que debe ser artificial por causa de los recalcos, pausas, etc., nunca debe perder la armonía rítmica o la musicalidad de la tonalidad del texto".

- Locutor de noticias: "Esta es una de las ramas difíciles de la locución, por cuanto la lectura de noticieros, por lo regular, se hace a primera vista, requiriéndose una gran seguridad. De ahí que la estructura de este material se cuida minuciosamente debiendo estar correctamente acentuada, puntuada, sin tachaduras ni letras enmendadas, con las cifras escritas con palabras y no con número, y sin abreviaturas".

Este tipo de locutor debe tener un amplio conocimiento sobre geografía universal y actualidad política, científica, artística y deportiva.

- Locutor de programas humorísticos: "El locutor que se dedique a esta especialidad tiene que estar dotado de cierta condición humorística natural (facultad innata de producir comicidad), y una gran agilidad mental, que le permita salir airoso de cualquier situación".(21)

Los dos tipos clásicos de programas donde participa este tipo de animador humorístico son: el programa de variedades y de aficionados cuando a éste quiere darle un matiz de buen humor,

Los programas de variedades son aquellos donde en forma de revista participan cantantes, actores, etc., el locutor hace sus presentaciones espectaculares y platica con los asistentes en el programa, asimismo hace algunos chistes.

-----  
(21) Vázquez Godines Modesto, Oratoria Racial, págs 144 y 151

Cuando se trata de programa de aficionados, el animador entabla una charla con cada uno de los participantes y provoca así situaciones "chuscas". Es muy delicada esta labor, por lo que el animador no debe provocar la risa a costa de defectos del concursante o burlarse del mismo.

- Locutor de programas de preguntas y respuestas: (Animador o maestro de ceremonias) De todas las especialidades de la locución, es esta la que requiere más preparación cultural y un mayor tacto en la conducción del programa. La mayoría de las audiciones de preguntas y respuestas tienen escritas las preguntas en forma escueta, y un guión para seguir el desarrollo de la audición".

- Locutor de entrevista o charlas: "En esta especialidad ocurren dos casos: uno, cuando la entrevista es concertada con anticipación para redactarla previamente; y otra, cuando la entrevista se hace en forma repentina.

La entrevista escrita se desarrolla igual que una charla siendo por lo regular las preguntas escuetas y concisas". (22)

Cuando la entrevista es improvisada entra en juego todo el ingenio y habilidad del locutor para dar inicio con sus preguntas, es entonces cuando se entabla una charla con el interlocutor y se espera que ésta mantenga un continuo interés.

El locutor de entrevista debe tener amplios conocimientos generales y manifestarse en forma indicada para la charla.

Se dice que el locutor de entrevista debe tener dichos conocimientos, de tal manera que pueda manejar diferentes temas, pero como podemos observar en la práctica, actualmente cualquier tipo de locutor tiene poca creatividad para desarrollar su labor.

La profesión de locutor, elevada a un verdadero nivel, es de lo más difícil de cumplir pues, como ya se mencionó, requiere voz agradable y que sea verdaderamente radifónica,

es decir, que no se "quiebre" y sepa matizar en forma atrayente la lectura de sus escritos sin caer en el exceso oratorio.

Debido a que el proyecto de investigación de nuestra tesis se relaciona con el diálogo, enseguida damos una definición de dicho concepto:

"Conversación o plática entre dos o más personas que alternativamente exponen sus sentimientos, ideas o creencias. El diálogo puede ser hablado o escrito. Esta segunda forma ha constituido y constituye un género literario, en el que se finge una plática, discusión o controversia para discutir ideas opuestas o, sencillamente, para hacer la verdad mediante la polémica honesta". (23)

Cabe señalar que los términos que a continuación presentamos se designaron de acuerdo con las ideas personales y terminología nominal, criterios que precisamos a partir del monitoreo realizado con el objeto de mostrar una lista de conceptos para determinar la actitud de los locutores hacia el radioescucha.

- AFABLE: Es aquella actitud de amabilidad que el locutor tiene hacia el radioescucha al sostener una plática con éste.

- ALEGRE: Sentimiento o actitud emotiva que caracteriza al locutor cuando denota su estado de ánimo a través de comentarios ligeros (sin trascendencia), anécdotas o situaciones cotidianas tanto de los cantantes como de cualquier persona.

-----  
(23) Enciclopedia Ilustrada Cumbre, pág. 104

- ATENTO: Es el comportamiento del locutor al demostrar interés, ante todo aquel comentario que el escucha le manifiesta a través de una llamada telefónica.

- BURLON: Es la ridiculización que hace el locutor a un escucha ante el público oyente, sin importarle la diferencia de edad o sexo cuando éste concursa, hace petición musical o realiza algún comentario.

- COMPLACIENTE: Cuando el locutor, al recibir una petición musical por parte del escucha "accede o satisface" al momento; aunque, en ocasiones, ésta se encuentra determinada por la guía de programación por seguir ese día.

- CULTO: Se consideran cultos aquellos locutores que, independientemente de la emisión que se transmita, llegan a realizar comentarios sobre determinada nota del día ahondando en ésta. En este caso, son mínimas las anotaciones culturales a las que hace referencia el locutor, pues se elaboran previamente en cápsulas informativas.

- PREPOTENTE: En este caso, el locutor adopta una actitud de superioridad ante el oyente, mostrándose dominante y sin dar oportunidad a que éste participe en los comentarios que se realicen durante la emisión.

- FORMAL: Actitud que tiene el locutor al expresarse con seriedad, además de dar importancia a lo que expresa el escucha y demostrar una distancia de respeto hacia éste.

- INDIFFERENTE: Carácter que presenta el locutor al darle poca importancia a los comentarios que le manifiesta el radioescucha.

- INDISCRETO: Es la actitud que toma el locutor cuando en las emisiones hace comentarios (chistes) sobre la vida privada de los artistas o cantantes, sin importarle en ocasiones las consecuencias, además de querer enterarse de la vida personal del escucha a través de sus llamadas telefónicas.

- PARLANCHIN: Es la caracterización del locutor que habla demasiado, sin dar oportunidad a otro, y dice lo que debiera --

callar.

- PATERNALISTA: Actitud que toma el locutor hacia el radioescucha (padre e hijo) al tratar de aconsejar o tranquilizar al oyente cuando éste le platica sus problemas, principalmente amorosos.

- PERSUASIVO: Es la actitud elocuente que adopta el locutor cuando emite un mensaje, de tal suerte que los escuchas se sientan atraídos por éste.

- ROMANTICO: Actitud adoptada por el locutor al mostrarse sentimental y dar lectura a diferentes poemas que tengan relación con los temas musicales.

Por otro lado, es importante resaltar que la comunicación que se da a través de la radio se denomina "Comunicación por Difusión, entendida ésta en donde un sólo emisor (locutor) habla a un gran número de receptores (radioescuchas) al difundir mensajes de diferente índole. Con frecuencia, el emisor y receptor no comparten realmente más que una fracción de lo que recibe y se establece una comunicación sólo parcialmente efectiva". (24)

Es indudable que al recorrer la frecuencia radiofónica podemos darnos cuenta de la gama de caracteres de los locutores en las diferentes emisoras; por lo tanto, la tipología anterior se presenta como propuesta que nos conduzca a un análisis de situación de los diálogos locutor-radioescucha.

Con base en la tipología antes citada se podrá determinar la conducta del locutor con respecto al radioescucha, lo que se llevó a cabo de acuerdo con el monitoreo de las emisoras pertenecientes al Grupo ACIR, Núcleo Radio Mil y Organización Radio Centro, en tres horarios diferentes, de tal manera que conozcamos la actitud que predomina en cada una de ellas.

Hemos decidido analizar el horario de trabajo realizado en vivo por los locutores, que es de 18 horas por día (de 6 a. m. a 24 p.m.), ya que después de la media noche, por lo regular

-----  
(24) Toussaint Florence, Crítica de la Información de Masas, pág.

y hasta las seis de la mañana, se transmiten programas pregrabados. Es por ello que dividimos en tres horarios su jornada de trabajo: 6 a 12 a.m.; de 12 a 18 p.m. y de 18 a 24 p.m.; en los cuales laboran un promedio de cuatro locutores, sin tomar en cuenta a aquellos que colaboran en los programas de RTC, -- INBA o IMMER

En los tres apartados siguientes se presenta de forma específica la actitud adoptada por los locutores, al aparecer las recurrentes.

4.1. GRUPO ACIR

HORARIO DE 6 A 12 A.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO CAPITAL	Alegres, complacientes y parlanchines (Ver descripción de la pág. 31 )
RADIO FELICIDAD	Alegres, afables, burlones, complacientes, paternalistas, persuasivos y parlanchines (Ver descripción de la pág. 34 )
RADIO VOZ	Alegres, complacientes, parlanchines, paternalistas y persuasivos (Ver descripción de la pág. 37 )

HORARIO DE 12 A 18 P.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO CAPITAL	Complacientes, burlones, parlanchines, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág. 31 )
RADIO FELICIDAD	Alegres, complacientes y persuasivos (Ver descripción de la pág. 34 )
RADIO VOZ	Alegres, complacientes, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 37 )

HORARIO DE 18 A 24 P.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO CAPITAL	Afables, alegres y persuasivos (Ver descripción de la pág.31 )
RADIO FELICIDAD	Afables, alegres, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág.34 )
RADIO VOZ	Afables, alegres, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág.37 )

En Grupo ACIR las actitudes que más predominan en su -- programación son: alegres, complacientes y parlanchines, de 6 de la mañana a las 18 horas, ya que a partir de esta hora su - comportamiento es afables y románticos, si se considera que en todas sus emisiones son persuasivos, pues se pretende que el - escucha esté al pendiente de toda su programación y tome en -- cuenta las ideas que dan los locutores.

A continuación se presentan ejemplos del diálogo locutor-radioescuch para ilustrar algunas de las actitudes de los locu- tores, que componen dicha organización.

Ejemplos de actitud complaciente y burlona:

Locutor: Muy buenos días, buenos días, ya estamos de nueva - - cuenta aquí a nuestra cita puntuales de todos los días a través de Radio Felicidad, presentando "Buenos Días Señor Sol".

Nuestras vías telefónicas a repiquetear, eso nos da - muchísimo gusto; ¿perdón?

Locutor: (Llamada) ¿Bueno? Felicidad. Buenos días, sí buenos - días, ¿quién habla?

Escucha: Elda.  
(Mujer)

Locutor: ¿Elsa?

Escucha: Elda

Locutor: ¿Elva?

Escucha: Con "d".

Locutor: Elda, Elda ¿de qué colonia nos hablas Elda?

Escucha: De Izcalli del Rfo.

Locutor: ¿ En qué te podemos servir?

Escucha: Quiero una canción

Locutor: Como no, ¿ cuál quieres?

Escucha: "Me despertó la realidad"

Locutor: Te despertó la realidad, ¿segura?, porque todavía te - escuchas así como dormidita ¿no?

Escucha: No, sí.

Locutor: Un poco (risas), claro que sí Elda, con todo gusto te complacemos ¡eh! muchísimas gracias por tu llamada, -- hasta luego. A ver, vamos al otro teléfono. Buenos días, Felicidad.

Escucha: ¿Me puede complacer con una canción?  
(Hombre)

Locutor: Sí, como no ¿cuál?

Escucha: ¿Cuándo volverás a México?

Locutor: ¿Cuándo volverás a México? ¿Para quién va a ser?

Escucha: Para Patricia.

Locutor: ¿De parte de quién?

Escucha: Luis.

Locutor: ¿De qué colonia Luis?

Escucha: Ecatepec

Locutor: O.K., con todo gusto ¡eh!, hasta luego. El último y -  
nos vamos. ¿Bueno? Felicidad, buenos días.

Escucha: Buenos días  
(Hombre)

Locutor: ¿Sí?

Escucha: ¿Me puede complacer con una canción?

Locutor: Claro

Escucha: La de "Querida"

Locutor: "Querida" ¿Para quién?

Escucha: Para mi esposa.

Locutor: ¿De parte?

Escucha: De parte de Julián Romero.

Locutor: ¿De qué colonia Julián?

Escucha: De los Angeles.

Locutor: ¿De los Angeles, California?

Escucha: No, de los Angeles, Iztapalapa.

Locutor: (risas) Muy bien, como no, con todo gusto ¡eh! hasta  
luego. Bienvenidos, buenos días, arrancamos (presenta  
la canción). Para los que no se han levantado y toda-  
vía están así ¡ahh! "Me despertó la realidad".

Locutor: Bienvenidos, buenos días avanzamos y también los invi  
tamos para que marquen nuestros números telefónicos.  
(Comerciales).

Ejemplo de actitud Romántica

Locutor: Buenas tardes, ¿qué tal?, muy buenas tardes, soy Jorge Soria en Radio Felicidad, Grupo ACIR, México. En audio controles Julio César Arias. Hoy como todas las tardes disfruten de nuestra música, porque "El Amor Está en el Aire" (Fondo Musical) "El Amor Está en el Aire" en Radio Felicidad.

Locutor: (Presenta una canción) No hace ningún tipo de comentario.

(Comerciales).

(Fondo Musical)

Locutor: (Lee un poema) Detrás de esta cara que ríe,  
hay otra que llora  
por la esperanza de tu amor,  
cuánta es la melodía  
que siento que llorando ruego por tu amor.  
Ante el mundo y con la gente demuestro  
una felicidad que estoy lejos de sentir,  
pues quisiera correr y pedirte de rodillas  
que vuelvas otra vez,  
que me des tu amor toda la vida;  
porque yo te adoraré a través de los años, y  
que juntos seguiremos tan felices,  
viviendo siempre nuestro amor,  
te juro que te adoro.  
En nombre de este amor,  
'hoy y siempre te amaré'.

(Presenta la canción)

(Comerciales).

Locutor: Con el sentir de los enamorados. (Presenta la canción como en el caso anterior).

Radio Felicidad, con un mensaje de amistad. (Presenta la canción) (Grabación melodiosa).

4.2 NUCLEO RADIO MIL

HORARIO DE 6 A 12 A.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO SINFONOLA	Alegres, cultos y persuasivos (Ver descripción de la pág. 40)
RADIO MIL	Alegres, afables, complacientes y persuasivos (Ver descripción de la pág. 43 )
DIMENSION 13-80	Alegres, complacientes y persuasivos (Ver descripción de la pág. 46)
RADIO ONDA	Alegres, complacientes, indiscretos y persuasivos. (Ver descripción de la pág. 49)
ESPACIO 59	Alegres, burlones, complacientes, indiscretos y persuasivos (Ver descripción de la pág. 52)

HORARIO DE 12 A 18 P.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO SINFONOLA	Alegres, parlanchines, persuasivos y románticos. (Ver descripción de la pág.40 )
RADIO MIL	Alegres, atentos, formales, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág. 43)
DIMENSION 13-80	Afables, alegres, parlanchines, persuasivos y románticos (Ver la descripción de la pág. 46)
RADIO ONDA	Alegres, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 49)
ESPACIO 59	Alegres, burlones, indiscretos, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 52 )

HORARIO DE 18 A 24 P.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO SINFONOLA	Alegres, persuasivos y románticos (Ver la descripción de la pág. 40 )
RADIO MIL	Afables, alegres, atentos, formales, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág. 43 )
DIMENSION 13-80	Alegres, formales, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág. 46 )
RADIO ONDA	Alegres, burlones, persuasivos y románticos (Ver descripción de la pág. 49 )
ESPACIO 59	Alegres, indiscretos y persuasivos (Ver descripción de la pág. 52 )

En todas las emisoras del Núcleo Radio Mil, la actitud de los locutores es alegre y persuasiva y a partir de las 6 de la tarde hasta las 24 horas tienen una conducta romántica, -- formal y parlanchina; por la mañana únicamente se muestran complacientes.

Es evidente que en esta organización se dan características similares a las de Grupo ACIR, aunque en diferentes horarios.

A continuación se presentan ejemplos del diálogo locutor radioescucha para ilustrar algunas de las actitudes de los locutores que componen dicha organización.

Ejemplo de actitud alegre:

Locutor: Hola amigos, muy buenas tardes, estamos en una emisión más de "2 a las 2 Adivina la que Sigue"; esperamos sus llamadas. Hoy iniciamos con ... (Presenta una canción).

Locutor: Esta fue Sasha, en "2 a las 2 Adivina la que Sigue". (llamada). ¡Hola! ¿qué tal?

Escucha: ¿Me podría complacer con una canción?  
(Mujer)

Locutor: Sí como no ¿cuál?

Escucha: "Un alma en pena" con Lucia Méndez.

Locutor: Y ¿cuál sigue?

Escucha: La de "Amame hasta con los dientes", con Timbiriche.

Locutor: No, lo sentimos mucho, gracias, con todo gusto le complacemos, ya saben, si adivinanla siguiente canción - se ganarán 3 elepés de nuestra programación. (Comerciales).

Locutor: Continuamos en "2 a las 2 Adivina la que Sigue"(Llamada).  
¡Hola! ¿qué tal?

Escucha: ¿Bueno? ¿me podría complacer con una canción?  
(Mujer)

Locutor: Buenas tardes, con todo gusto ¿cuál?

Escucha: La de "María" de Franco.

Locutor: Ajá y ¿cuál sigue?

Escucha: La misma

Locutor: No, es otro tema, lo sentimos, gracias continuamos con "2 a las 2...". (Comerciales).

Locutor: Sí, ¿cuál quiere?

Escucha: "La Muralla China".  
(Hombre)

Locutor: ¿La Muralla China? ¿La Muralla Verde? o ¿no?

escucha: ¡Ah! sí, esa.

Locutor: Andele y ¿cuál sigue?

escucha: La misma

Locutor: No, ni hablar lo sentimos mucho. Bien, pues andaba -  
cerca, es un grupo de rock pop y es... (Presenta una  
canción).

Locutor: ¡Hola! ¿qué tal? ¿Bueno, bueno?

Escucha: ¿Bueno?  
(Niña)

Locutor: ¡Hola!

Escucha: ¿Me puede complacer con una canción?

Locutor: Sí, ¿cuál quieres?

Escucha: La de "Dame un beso" con Timbiriche.

Locutor: Ajá, y ¿cuál sigue?

Escucha: La misma,

Locutor: No mi amor, es otro tema, gracias, hasta luego, los -  
invitamos a que nos sigan llamando en los teléfonos...  
Esto es "2 a las 2 Adivina la que sigue", en Radio --  
Mil,  
(Comerciales).

Ejemplo de actitud parlanchina y alegre:

Gustavo Alvite Martínez, locutor de Radio Sinfonola, es -- una persona que siempre se escucha alegre y habla demasiado, -- además en las emisiones que dirige, llama a los radioescuchas -- como compadres.

Locutor: Buenos días, buenos días queridas comadres y queridos compadres ¿qué tal?, buenos días. Mañana bonita, mañana preciosa, una mañana así con un clima un poquito -- caluroso, aquí en la cabina y afuera fresquecito. Parece que va a llover en la tarde, porque hay bastante nubosidad a pesar de la mañana.

Espero que llueva, que llueva la virgen de la cueva -- ¡hombre!... Ya hace falta que llueva, en algunos estados de la República está bastante seco. Pásenla bien, disfruten de nuestra programación de "Rancho Alegre", aquí comenzamos.

(Presenta una canción).

Locutor: Esta es la mera mera de la música ranchera, Radio Sinfonola iniciando "Rancho Alegre", esperando que la pasen bien, que tengan un buen día, que la mañana sea -- agradable, que sea preciosa, aquí vamos. (Presenta una canción).

(Comerciales).

Locutor: Estamos aquí en Sinfonola y continuamos en "Rancho Alegre", con más música bonita, es un placer seguirles -- complaciendo con nuestra programación, ¡échele compadre!.

(Presenta una canción).

Locutor: Sinfonola la mera mera en la música "Rancho Alegre". -- Muy buenos días, (Comerciales).

Locutor: Yo ya me quiero ir pronto. Bueno, envío estos saludos para nuestros amigos de provincia. Y esta es nuestra --

programación, su programación mis queridas comadres  
y compadres.

(Presenta una canción).

## 4.3 ORGANIZACION RADIO CENTRO

HORARIO DE 6 A 12 A.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO SENSACION	Alegres, atentos, burlones, cultos, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 55 )
RADIO VARIEDADES	Alegres, cultos, indiscretos, parlanchines paternalistas y persuasivos (Ver descripción de la pág. 59)
RADIO CENTRO	Afables, alegres, cultos, formales y persuasivos (Ver descripción de la pág. 62)
RADIO EXITOS	Afables, alegres, indiscretos y persuasivos. (Ver descripción de la pág. 65)
RADIO CONSENTIDA	Alegres, atentos, cultos, formales y persuasivos (Ver descripción de la pág. 68)
RADIO ALEGRIA	Afables, alegres, burlones, indiscretos, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 71)

HORARIO DE 12 A 18 P.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO SENSACION	Afables, alegres, atentos, burlones, indiscretos, parlanchines, persuasivos y prepotentes (Ver descripción de la pág. 55 )
RADIO VARIEDADES	Afables, alegres, atentos, indiscretos, burlones, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 59 )
RADIO CENTRO	Afables, atentos y persuasivos (Ver descripción de la pág. 62 )
RADIO EXISTOS	Afables, alegres, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 65 )
RADIO CONSENTIDA	Afables, alegres, burlones, indiscretos y prepotentes (Ver descripción de la pág. 68 )
RADIO ALEGRIA	Afables, alegres, burlones, indiscretos, parlanchines y persuasivos (Ver descripción de la pág. 71 )

HORARIO DE 18 A 24 P.M.	
EMISORAS	ACTITUD DE LOS LOCUTORES
RADIO SENSACION	Afables, alegres, burlones y románticos (Ver descripción de la pág. 55 )
RADIO VARIEDADES	Alegres, burlones, indiscretos y románticos (Ver descripción de la pág. 59)
RADIO CENTRO	Indiscretos, paternalistas y románticos (Ver descripción de la pág. 62 )
RADIO EXITOS	Afables, alegres, parlanchines y románticos (Ver descripción de la pág. 65 )
RADIO CONSENTIDA	Afables, indiscretos y románticos (Ver descripción de la pág. 68 )
RADIO ALEGRIA	Alegres, burlones, indiscretos, parlanchines y románticos. (Ver descripción de la pág. 71 )

Es notorio que en toda la programación de la Organización Radio Centro los locutores adoptan una actitud alegre, parlanchina, afable y atenta, pero a partir de las seis de la tarde son románticos e indiscretos. Así como las organizaciones anteriores, también ésta es persuasiva, como se pudo ya comprobar,  
(Ver pág. 103 ).

A continuación se presentan ejemplos del diálogo locutor-radioescucha para ilustrar algunas de las actitudes de los locutores que componen dicha organización.

Ejemplo de actitud atenta:

Locutor: Buenos días. Consentida.

Escucha: ¿Me puede complacer con una canción?  
(Mujer)

Locutor: Sí, como no.

Escucha: "La puerta negra"

Locutor: ¿Para quién la ponemos?

Escucha: Para saludar a unos amigos de parte de una amiga.

Locutor: ¡Ajá!, de parte de una amiga, con mucho gusto mi amiga,  
muchas gracias... (Da los teléfonos para seguir repor-  
tándose).

Locutor: Dígame, dígame, Buenos días, le oigo un poquito lejos-  
permítame un segundo ¿sí?. Y vamos a continuar... (Mú-  
sica).

Ejemplo de actitud Complaciente:

Escucha: ¿Me puede complacer con una canción?  
(Mujer)

Locutor: Dime

Escucha: "El no no" con Hombres G.

Locutor: Gracias, ¿de qué colonia?

Escucha: Santa María Ixtahuacán.

Locutor: Complacidos, gracias (Presenta la canción solicitada).

Con este ejemplo de complaciente no quiere decir que así de inmediato se dé gusto al público solicitante, sino que las melodías ya están previamente seleccionadas y se hace creer al escucha que se les complace al instante; en otras palabras, lo único que hacen los locutores es "darles atole con el dedo" a los escuchas.

"En el caló radiofónico se utiliza la payola (pago especial) sobre la emisión de determinadas canciones o discos con excesiva frecuencia para conseguir mayores ventas e ingresos. El productor sin que medie ni participe la emisora". (25)

Ejemplo de actitud Alegre y Parlanchina:

Locutor: ¡Ah! ya.  
(César)

Locutora: Ja, ja,  
(Rosa Ma.)

Locutor: Josefina ¿de qué colonia me dijiste?

Escucha: De la Nápoles  
(Mujer)

Locutor: ¿Nápoles? ¡Oh! con eh... ¿La clave?

Escucha: Yo Sensación

Locutor: Ja, ja, ja.

Locutora: Es que nos estan hablando aquí de la Nápoles, ¿no?, o sea,

Locutor: No, no es cierto, para nada Jose, bienvenida a "Música Sin Arrugas", para nada Jose, para que te laves tres discos elepés de la programación de Radio Sensación, - ¡que bueno!, son muy buenos elepés, tienes que contestar esta pregunta en diez segundos. Mira, dime de dónde de era originario el café? tienes diez segundos y corre tu tiempo,

Locutor: ¿Sí la oíste bien? ¿Qué crees?

Locutora: Que ya se cortó.

Locutor: Ya se cortó la llamada, ¿bueno?, bueno, bueno, no sí - se cortó la llamada,

Locutora: Jose, mil disculpas.

Locutor: Mala onda.  
Locutora: No es, no somos nosotros los que estamos colgando, - ¡eh! es la línea la que anda mal.  
Locutor: Sí, sí.  
Locutora: Hacemos o ¿recibes otra llamada o ya no?  
Locutor: A ver, yo creo que aquí, bueno.  
Escucha: Bueno  
(hombre)  
Locutor: ¿Como te llamas?  
Escucha: Manuel.  
Locutor: ¿Quieres participar?  
Escucha: Sí  
Locutor: ¿De dónde era originario el café, la planta del café?  
Escucha: De Japón  
Locutor: ¿Japón?  
Locutora: No,  
Escucha: ¿China?  
Locutor: ¿China?  
Locutora: Tampoco.  
Escucha: ¿Turquía?  
Locutor: Tiene que ser un país donde haya mucho, mucho calor, - clima tropical,  
Escucha: ¡Ah!, ¿en Africa?  
Locutora: Tampoco es Africa,  
Locutor: No, tampoco, gracias, se acabó el tiempo.  
Locutora: Ya se terminó el tiempo, gracias por participar; el -- café es originario de Etiopía.  
Locutor: Oyes, entonces sí era Africa.  
Locutora: Albino sigo sin verte, ¿mande?  
Locutor: Sí era Africa, bueno pero era continente ¿no?  
Locutora: Sí, era continente Africano.  
Locutor: Se trata de decir el país.  
Locutora: Yo dije de dónde es originario.  
Locutor: Es que este chavo dijo Africa, pero pues no, O.K.

Locutora: Sí, pero pues no era Africa. Sigo sin verte Albino - Barrera Carrasco, señoras y señores y esto no me gusta, Albino por acá ¡ah!, hola, bueno.

Locutor: Ya te vamos a quitar ese letrero para que...

Locutora: Sí ahorita vamos a quitar el letrero, espero que mis compañeros locutores lo hayan visto ya y nos vamos, - ¿O.K.?

Locutor: O.K., regresamos. (Comerciales).

En esta etapa de nuestra investigación podemos precisar que las organizaciones radiofónicas cuentan con programas similares, aunque con diferente línea de trabajo determinada por la conducta de cada uno de sus locutores.

Así, se evidencia la monotonía para diseñar la programación en la radio. Quizá la fórmula ya probada como exitosa comercialmente: música vanal, concursos simples y complacencias, va a ser difícil de erradicar desde dentro (concesionarios de la radio y productores); por tanto, la pregunta es ¿qué fuerza va a generar un cambio substancial a estas prácticas viciadas de la radio en México?.

CAPITULO 5. "CAMBIA EL DISCO RAYADO": UN ANALISIS DE LOS DIÁLOGOS LOCUTOR - RADIOESCUCHA.

En este capítulo presentamos los programas: El Regalo Fácil de Grupo ACIR, "Las Preguntas y las Sorpresas" de Núcleo -- Radio Mil y "La Hora de los Adoloridos" de Organización Radio - Centro, donde señalamos dentro de los diálogos las diferentes actitudes que adoptan los locutores ante los radioescuchas que participan telefónicamente.

Elegimos estos programas de cada una de las organizaciones radiofónicas, pues consideramos que son representativos, de mayor contenido de diálogos locutor - radioescucha.

El objetivo de este capítulo es detectar los cambios de actitud de los locutores que laboran en la radio a través del monitoreo realizado llevando a cabo un análisis de contenido en cada una de las emisiones antes citadas. Para proceder a éste, es necesario establecer los pasos a seguir de acuerdo al modelo funcionalista de Bernard Berelson, de las unidades y categorías de análisis, para así determinar los comportamientos al diseccionar los diálogos para obtener y exponer las diferentes características del locutor.

Con el fin de facilitar la comprensión de los elementos de base para establecer este trabajo, a continuación se explican brevemente los conceptos que se emplean en el mismo.

Como se sabe, el modelo de Berelson se basa en cinco principales unidades de análisis (relativas a símbolos verbales):

- Palabra, la unidad más pequeña que generalmente se aplica en el análisis de contenido es la palabra. Esta unidad, que incluye tanto composiciones de palabras en forma de frases, como palabras aisladas, es idéntica al "símbolo" o "unidad de símbolo". Su aplicación tiene como resultado una lista de frecuencias relativa de palabras seleccionadas o de categorías seleccionadas de palabras.

- Tema. El tema es una oración simple, es decir, sujeto y predicado. En otras palabras, una afirmación acerca de un asunto determinado. De este modo, consiste en una oración (o conjunto de oraciones) habitualmente una oración de formulaciones específicas.

El tema se encuentra entre las unidades más útiles del análisis de contenido, particularmente para el estudio de los efectos de la comunicación sobre opinión pública, debido a que toma en cuenta la forma en que por lo general se discuten los asuntos y las actitudes.

- El personaje. El uso de personajes ficticios o históricos como unidades es apropiado en narraciones, dramas y esbozos biográficos. En aquellos casos donde la narración gira en torno a personajes particulares, las anteriores son las unidades más convenientes para fundar el análisis. La narración completa o el esquema total proporcionan el fundamento para las clasificaciones específicas.

- El ítem. La unidad que se usa más en el análisis de contenido es el "ítem", es decir, la unidad "natural" total empleada por los productores del material simbólico. El ítem difiere según los medios de comunicación colectiva: puede tratarse de un libro, un artículo o narración aparecidos en una entrevista, un discurso, un programa de radio, una carta, un personaje, un editorial o cualquier otra expresión autocontenida.

- Medidas de espacio-tiempo. En lugar de realizar el análisis con amplitud por medio del ítem, en algunos estudios que se ha clasificado el contenido por medio de divisiones físicas como la pulgada por columnas, la página, la línea o el párrafo (en el caso de los impresos), lo cual permite hacer distinciones más precisas que con la unidad de ítem. Así, un porcentaje que contiene dos temas puede ser reflejado globalmente al asunto dominante, dentro del análisis de los ítem, mientras que de este otro método se asigna uno; se refiere a las divisiones físicas del contenido que en la radio es el minuto (en nuestra in-

investigación: hora y fecha de transmisión), el pie en el cine o cualquier unidad que se seleccione según el criterio y el objetivo.

Todas estas unidades pueden utilizarse en forma particular o interrelacionadas para cualquier análisis de contenido, a diferencia de las categorías de las que hablaremos a continuación:

- Asunto. Por lo general, los asuntos son obvios cuando se presentan dentro de un fragmento del contenido y por esa razón son fácilmente analizables. Las categorías del asunto se han utilizado especialmente en los estudios de tendencia sobre diversos medios de comunicación colectiva. El asunto responde a la pregunta más elemental: ¿De qué trata la comunicación? -- Esta es la pregunta fundamental de los análisis que se proponen determinar los énfasis relativos a diferentes tópicos en cierta parte del contenido de la comunicación.

- Tendencia. Esta categoría, también denominada "orientación" y "carácter", se refiere al tratamiento que se hace en -- pro o en contra de un asunto. Es posible hacer subdivisiones -- de esta formulación general, aunque la esencia de esta categoría consiste en la "positividad" o en la "negatividad" del -- contenido en relación con un tópico.

- Pauta. Esta categoría, con frecuencia denominada "fundamentos", se refiere a la base sobre la cual se realiza la clasificación por orientación. "Caracteriza la naturaleza de la satisfacción privación", averiguando en qué término se hace la evaluación.

Las pautas más generales son dos, las cuales tienen subdivisiones: 1) Consistencia-debilidad, seguridad, eficiencia, poder, bienes,

2) Moralidad-inmoralidad, verdad, misericordia, heroísmo y lealtad.

Asimismo, se han especificado otras pautas: propiedad, - divinidad, legalidad, belleza, coherencia, probabilidad, euforia.

Dadas las necesidades de la investigación podría manejar-

se otro tipo de pautas.

- Valores. Intimamente relacionados con las pautas está la categoría de "valores", también denominada "metas" y "deseos" que desea u obtiene la gente. Esta categoría se funda generalmente, aunque no siempre, en los análisis de materiales de ficción aplicados a los personajes. La gente puede concentrarse en varios objetivos que son sus valores-dinero, amor, posición social, progreso profesional, salud-.

- Métodos.- Son los valores que tienen relación con las finalidades de la conducta relativos a los medios empleados para realizarlas. Esta categoría se utiliza para estudiar materiales políticos, propaganda, violencia, etcétera.

- Rasgos.- Categoría, también denominada "aptitudes, o estados subjetivos", incluye características personales comunes, algunos rasgos psicológicos y otros términos utilizados para describir a la gente; aunque por lo general se aplica a las personas. También se ha usado para caracterizar a las instituciones así como las tácticas políticas.

- Actor. Esta categoría se refiere a la persona, grupo u otro sujeto que aparece en posición central como indicador de una acción.

- Autoridad. Categoría también denominada "fuente", que se refiere a la persona, grupo u objeto en cuyo nombre se hace una declaración. Algunas de las aplicaciones de la categoría de autoridad tienen relación simplemente con las fuentes específicas de las referencias documentales.

- Origen. Esta categoría se ha utilizado en algunos estudios para identificar el lugar de origen de la comunicación. Resulta adecuada para indicar con qué amplitud o estrechez se está orientando la atención del público.

- Grupo receptor. Categoría a la que también se le ha llamado "destinatario", se refiere al grupo hacia el cual se orienta particularmente la comunicación. Se puede utilizar para revelar el grado en que, más que al público en general, se está en-

focando al grupo particular.

Podemos decir que el análisis de contenido se ha aplicado para descubrir tendencias de la comunicación al desarrollar diversos temas y utilizar varios métodos y técnicas de investigación como las estadísticas, entrevistas, etcétera; un ejemplo de ello son las diferencias internacionales en el contenido de la comunicación. Esto se logra mediante un análisis comparativo que nos revela los distintos focos de atención del público en varias naciones.

Asimismo, se puede plantear una comparación entre los -- medios o "niveles" de comunicación, ya que sabemos que personas de diferentes niveles culturales no comprenden de la misma manera un mismo mensaje, así como tampoco es factible transmitir de igual forma un contenido por la radio, la televisión o el -- cine.

Berelson no descarta la participación de los emisores y -- de los públicos perceptores del contenido, pues no pueden desli-- garse. Por tal razón, en los medios de comunicación los emisso-- res desempeñan un papel determinante en la elaboración de los -- mensajes y por ende en la significación del contenido en el que influye, además de las intenciones, el estado psicológico de -- las personas y los grupos que producen los materiales simbóli-- cos.

Por lo que se refiere al análisis aplicado a los percepto-- res del contenido, éste es interesante en la medida en que nos permite conocer "actitudes, los intereses, valores y costumbres de la población", a partir de los cuales podemos inferir los -- temas de interés del público: por qué los consume, de qué mane-- ra y a través de qué medios.

"La comunicación no se resuelve solamente en enunciados -- aislados. Estos se combinan a lo largo de un diálogo, de una -- historieta, de una novela. Esta combinación constituye un texto que puede ser más o menos extenso según el sentido que se preten-- da alcanzar.

Reconocemos dos tipos de texto: El descriptivo-explicativo-valorativo y el relato. El primero aparece en todo tipo de medio de difusión colectiva. El segundo, parte de la estructura del cuento tradicional y características de mensajes como la historieta, la fotonovela, las series televisivas, entre otras". (26)

Con lo anteriormente expuesto hemos dado un panorama general de cuáles pueden ser las posibilidades del análisis de contenido, al mencionar su técnica y forma de aplicación.

Existen mecanismos para disfrazar la realidad sin que el receptor se dé cuenta de ello, para esto se emplea la retórica, el arte de persuadir: "La retórica parte de lo que todos saben y trata de utilizar ese saber común para reforzar sus argumentos. Difícilmente aporta conocimientos nuevos sobre algo, difícilmente se interesa por la cuestión del conocimiento. Verosimilitud y vida cotidiana marchan juntas". (27)

Así, para completar nuestro análisis de contenido también recurrimos a las figuras retóricas de las cuales se valen los locutores para influir en los gustos musicales de los escuchas, ya que la retórica es el "arte de la palabra fingida", o bien, como se mencionó antes, "el arte de persuadir en público".

A continuación damos la definición de las figuras retóricas de mayor relevancia según Daniel Prieto Castillo, relacionadas con aptitud adoptada por el locutor para llamar la atención de los radioescuchas.

"Redundancia, En el lenguaje cotidiano consiste en aquellos signos que se reiteran para asegurar la comprensión de lo que se está expresando. No nos comunicamos de una manera totalmente escueta. A veces se repiten periodos enteros con el fin de que el perceptor entienda o cumpla --

-----  
(26) Prieto Castillo Daniel, Elementos para el análisis de mensajes, pág. 25.

(27) Ibidem, pág. 25

con lo que se le pide.

Metáfora. Entendida en un sentido general es una relación de semejanza, por la posibilidad de decir algo a través de otra materia significativa.

Ampliación. Consiste en exagerar un hecho, hacerlo parecer más grande de lo que en realidad es.

Atenuación. Consiste en disimular, en aplacar un error, en hacerlo más 'pasable' a los ojos de quienes habrán de juzgar o de sufrir tal o cual acción.

Ejemplo. Se procede desde lo particular para intentar -- concluir en una afirmación universal.

Entinema. Es un tipo especial de silogismo que parte de una premisa mayor no demostrada, aceptada como válida -- sin más.

Sinécdoque. Es decir todo a través de una de sus partes; es pues una intensificación de una parte de este todo."  
(28)

Es conveniente señalar que nuestro propósito es el de -- profundizar en el impacto que los mensajes ocasionan en el receptor, sino determinar los cambios de actitud que tienen los locutores ante las radioescuchas cuando dialogan.

Por tal razón recurrimos a las figuras retóricas, ya que el locutor se vale de las mismas para persuadir al público escuchas, y relacionarse en un acto de comunicación (diálogos); -- asimismo, es importante destacar que éstos son elementos básicos para la comercialización, pues todo mensaje lleva una intención.

"Para aplicar un análisis de contenido en un programa -- radiofónico, es imprescindible obtener unos datos fijos, que -- más allá de nuestra capacidad de memorización, permiten conocer y fijar los contenidos para anotar repeticiones y las principales asociaciones (...). Esta tarea exige la traducción del siste

-----  
(28) *Ibidem*, págs. 36-43.

ma fónico, a un sistema que implique la coordenada espacial".  
(29)

Para la realización del análisis de los tres programas monitoreados enseguida se presenta un cuadro de categorías y unidades en donde se explica la unidad clave que seguimos para determinar los cambios de actitud de los locutores.

---

(29) De Moragas Spa, Miguel, Semiótica y comunicación de masas,  
pág. 242.

Categorías y Unidades

Análisis de Contenido	Explicación
Unidad de Registro	Son las <u>actitudes</u> adoptadas por cada uno de los locutores en las emisiones monitoreadas: "El Regalo Fácil" de Radio Felicidad, -- "Las Preguntas y las Sorpresas" de Radio Mil y "La Hora de los Adoloridos" de Radio Consentida, a fin de diseccionar los diálogos locutor-radioescucha.
Unidad de Contexto	Tema: Diálogos locutor-radioescucha.
Unidad de Clasificación (Item)	Los Programas "El Regalo Fácil", "Las Preguntas y las Sorpresas" y "La Hora de los Adoloridos".
Unidad de Enumeración	Los programas monitoreados "El Regalo Fácil" del 25 de junio de -- 1988 de 11 a 12 horas; "Las Preguntas y las Sorpresas" del 6 de julio de 1988 de 13 a 14 horas y "La Hora de los Adoloridos" del 4 de julio de 1988 de 19 a 20 horas, de los que se determinan las actitudes de los locutores.

## 5.1 EL REGALO FACIL DE RADIO FELICIDAD

Para el análisis del programa "El Regalo Fácil" presentamos los pasos seguidos de acuerdo con el modelo funcionalista y demostramos los cambios de actitud del locutor cuando dialoga con los escuchas de una manera general, pues dentro del texto se señala entre paréntesis la actitud adoptada por aquél, al dirigir la emisión, que aparece en los diálogos diseccionados, así como las figuras retóricas a las que se hace referencia.

Modelo funcionalista: Unidad de contenido

- Palabra: Seleccionamos las palabras clave para determinar -- los cambios de actitud del locutor.
- Tema: Título de la melodía e intérprete, mismo que deben dar los participantes.
- Personajes: Locutor y participantes de la emisión.
- Item: Programa "El Regalo Fácil", con variación de melodías (para concursar).
- Medida de espacio-tiempo: Durante la hora de programación se indica que sólo se les da diez segundos a los concursantes para acertar al nombre del intérprete y de la melodía del fragmento que escucha.

Categorías de análisis

- Asunto: Determinar los cambios de actitud del locutor cuando dialoga con el escucha.
- Tendencia: En ocasiones el locutor anima al participante y a veces no da oportunidad a que rectifique la respuesta en caso de cometer algún error, cortando inmediatamente la comunicación.
- Pautas: El locutor no orienta las respuestas de los participantes para que sea mínima la oportunidad de que -- acierte, por lo que queda en entredicho lo de "El Regalo Fácil".

- **Valores:** Son las metas que se fija el participante para acertar en sus respuestas y así "pueda obtener el mayor número de discos elepé".
- **Métodos:** La emisión se efectúa a través de las llamadas telefónicas, en donde el escucha participa al dar el nombre del cantante y título de la melodía, después de haber escuchado sólo un fragmento de la misma.
- **Rasgos:** Las diferentes actitudes que adopta el locutor cuando el participante acierta o llega a equivocarse.
- **Actor:** Los participantes de la emisión (de acuerdo como vayan acertando en las melodías).
- **Autoridad:** El locutor, pues es quien determina si la respuesta es correcta o no.
- **Origen:** La "oportunidad" que se le da a los concursantes al comunicarse a la emisora para ganar discos elepés de los cantantes del momento.
- **Grupo Receptor:** Los escuchas de la emisión.

Programa "El Regalo Fácil" de Radio Felicidad del 25 de junio de 1988, que se transmite de 11 a 12 a.m. (Actualmente -1990- de 12 a 13 horas).

Rúbrica del programa: "Regalo Fácil de Radio Felicidad - ¡Hola! ... Regalo fácil de Radio Felicidad... ¿Qué tal amigos de la felicidad? bienvenidos, en Radio Felicidad es tiempo de presentarles el 'Regalo fácil'. Regalo fácil en Radio Felicidad... Regalo fácil, Regalo fácil... Regalo fácil".

Nos podemos percatar que simplemente en la rúbrica se empieza a observar la figura retórica de la redundancia, ya que cada repetición de "Regalo fácil" se hace con mayor énfasis.

El locutor de este programa es el señor Wilfrido González y Moreno, que se caracteriza por adoptar una actitud prepotente o burlesca; al inicio de la emisión se muestra afable y alegre e invita constantemente al público radioescucha a que participe y gane un paquete de discos de acuerdo con su habilidad - - (persuasivo), puesto que el desarrollo del mismo se realiza a través de las llamadas telefónicas.

Locutor: Buenos días, ¿qué tal?, la más cordial bienvenida, aquí estamos con ustedes (alegre) para presentarles nuestra emisión correspondiente a este sábado 25 de junio 1988; teléfonos 5404083, 5404702 (persuasivo), después de que presentamos a Emmanuel con el tema de Lucho Dalla, "La última luna". (música)

Locutor: "La última luna" cantó Emmanuel, son las once con doce. (comerciales)

Locutor: Bien, pues ya estamos aquí con ustedes, los teléfonos 5404083, 5405702; primer teléfono que sonó el 5404083 (redundante). Buenos días.

Angel: Buenos días.

Locutor: Su nombre y colonia por favor.

Angel: Angel, de la Agrícola Oriental.

- Locutor: Muy bien Angel, para usted, como es el primer participante de esta mañana, tenemos la oportunidad de -- ganar de inmediato cinco elepés (sinécdoque), si nos sabe decir los tres títulos, sin equivocarse y las tres, eh, interpretaciones; también a cargo de quién son, que en este instante le vamos a presentar y desde luego con una exhibición para usted (redundante) de nuestro deseo de que gane muchos elepés.-- Así que, atención, cinco elepés (redundante) para - empezar con usted. ¡Suerte!... (fragmento de melodías).
- Locutor: Más que suficiente, a ver nuestro amigo de la Agrícola la Oriental, eh, ¿cuál fue el primer título que presentamos?
- Angel: ¿Era... era Primer Nivel?
- Locutor: ¿Cuál?
- Angel: ¿Primer Nivel?
- Locutor: Primer Nivel, ¡no! no es esa, pues ya con esto queda, ja (burlón), completamente elim...
- Angel: ¿Trescientos cuarenta y nueve?
- Locutor: No, tampoco es esa, con esta, pues le damos las gracias por participar, muy amable, hasta luego, buenos días (afable) y vamos al siguiente participante. - Buenos días.
- Laura: Buenos días.
- Locutor: Eh, ¿prestó usted atención a las melodías que tocamos?
- Laura: Sí.
- Locutor: Muy bien, pues a ver, la oportunidad de que estaba -- vigente para nuestro amigo de la Agrícola Oriental es ahora para usted, díganos nombre y colonia. (afable y atento)
- Laura: Laura, de la Sector Popular.
- Locutor: Muy bien, pues para usted la oportunidad también de -- que se gane de inmediato cinco elepés (afable) dicién donos correctamente en una sola vez; desde luego no -

hay oportunidad de mencionar otro título de los tres títulos y las tres melodías (redundante) y los intérpretes. ¿Cuáles son ?. A ver el primero de ellos - - ¿cuál fué?

Laura: No, no me lo sé.

Locutor: No se lo sabe! gracias por tomar parte (prepotente); vamos a la música y volvemos con ustedes al "Regalo Fácil". (Música)

Locutor: "La luna es mágica", Karina. "El Regalo Fácil" contigo a las once diez y nueve. (Rúbrica y comerciales)

Locutor: Bien, pues continuamos aquí en la programación de -- Radio Felicidad con nuestra audición del "Regalo Fácil". Buenos días.

Silvia: Buenos días.

Locutor: Su nombre y colonia por favor.

Silvia: Silvia Margarita.

Locutor: ¿Me da su colonia por favor?

Silvia: Colonia Lindavista.

Locutor: Aquí está su oportunidad Margarita, díganos cómo se llama esta canción que va a escuchar, quién la canta y gana para empezar un disco elepé (afable), ¡suerte!... (fragmento de la canción)

Locutor: Le preguntamos, ¿quien es la cantante?

Silvia: ¿Lupita D'Alessio?

Locutor: No es Lupita D' Alessio. Su tiempo empieza a correr... (se escucha sonido de campanas). Termina el mismo - - (prepotente), ¿recuerda el título o el intérprete? -- ¡Bueno!, ¿sí? ¿nos está escuchando?. Hasta pronto, -- (cuelga) gracias por llamar.

Locutor: Buenos días.

Gabriela: Buenos días

Locutor: Su nombre y colonia por favor

Gabriela: Gabriela, de Clavería

Locutor: De la colonia Clavería, muy bien, aquí está su oportunidad, para usted, díganos cómo se llama esta canción

que escucha, eh, también cómo se llama el intérprete y gana un elepé (indiferente). ¡Suerte!... (fragmento de la canción). Le tocó la misma, ¿quién es?

Gabriela: Este... ¿es Ariana?

Locutor: Sí, Ariana, ¿con el tema?

Gabriela: ¿Me dejaste mucho tiempo sin tu amor?

Locutor: No, no se llama así. Gracias, hasta pronto (indiferente), que le vaya bonito (afable) y presentamos en seguida a Chayane con este que es "Peligro de amor", de Sullivan y Mazadas... (Música)

Locutor: "Peligro de amor" Chayane, once veintisiete. (Comerciales y rúbrica)

Locutor: Avanzamos en esta mañana. este es "El Regalo Fácil".  
Buenos días

Martha: Buenos días.

Locutor: Su nombre y colonia por favor.

Martha: Martha, de la colonia... (interferencia).

Locutor: ¿Le baja un poquito a su radio? (tono autoritario). - Aquí está su primera oportunidad con un disco elepé, si nos sabe decir título e intérprete. ¡Suerte!... -- (fragmento de la canción). Le preguntamos, ¿quién canta?

Martha: Los Bukis?

Locutor: ¿Con el tema?

Martha: "Falso Amor"

Locutor: Correcto, ha ganado un elepé. Vamos ahora con tres, - ¿continúa adelante?

Martha: "F-R"

Locutor: La siguiente oportunidad aquí está ya y escuche esto... (fragmento de la canción), Y ahora va ... vamos a ver ¿quién canta?

Martha: No, no me la sé.

Locutor: No se la sabe, gracias por tomar parte. (indiferente) teléfono disponible 404083, está sin llamada telefónica, parece ser que hay una especie de bloqueo en la

línea, pero estaremos esperando su llamada telefónica  
(redundante) en este número y 5405702. Aquí llega una  
llamada (redundante) al 5404083. Buenos días.

Laura: Buenos días.

Locutor: Su nombre y colonia

Laura: Laura

Locutor: ¿Tu colonia?

Laura: De Azcapotzalco.

Locutor: Azcapotzalco, aquí esta Laura para usted su oportuni-  
dad, primer tema a identificar es este tema, escuche...  
(fragmento de la canción). Vamos a preguntarle, ¿quién  
canta?

Laura: ¿Es Franco?

Locutor: No, no es Franco.

Laura: ¡Hay!

Locutor: Bueno, puede ser que sea franco de carácter, pero de  
nombre no (metáfora y burlón); ¿le damos tiempo Chucho  
(técnico de cabina), por favorcito?, a ver si recuer-  
da el intérprete, aún tiene tiempo de recordar y tam-  
bién el título (sonido de campanas), termina el tiem-  
po, ¿recuerda el título y el intérprete?

Laura: No.

Locutor: Gracias por tomar parte, hasta pronto (indiferente);-  
vamos a la música y es Yuri diciéndote de Flores "¿Qué  
te pasa?". (Música)

Locutor: ... "¿Qué te pasa?, esta fue la interpretación que te  
hizo aquí en Radio Felicidad, Yuri. Las once con trein-  
ta y cinco. (comerciales)

Locutor: Bien, continuamos con ustedes, los teléfonos 5404083,  
5405702. Súplica atenta a las personas que ya han to-  
mado parte el día de hoy, pues ya no es válido volver  
a participar (tono autoritario), inclusive, pues las  
personas que asiduamente toman parte en "El Regalo Fá-  
cil", den oportunidad a otras personas de que sí lo  
hagan, gracias y vamos a continuar. Buenos días.

Verónica: Buenos días

Locutor: Su nombre y colonia (interferencia). ¿Me da su nombre y colonia por favor?

Verónica: Verónica, de la Vicente Guerrero... (interferencia)

Locutor: ¿No le quiere bajar a su radio por favor? (tono autoritario). ¿Cuál es, eh, su deseo de esta mañana? ¿Cuántos elepés quiere ganar? (complaciente). ¡Bueno! ¿Bueno?

Verónica: ¿Bueno?

Locutor: Sí, ¿dígame?

Verónica: Tres elepés.

Locutor: Tres elepés; bueno, vamos a empezar con tres para que usted vea que tenemos oportunidad de darle a usted la oportunidad de darle (redundante) muchos regalos esta mañana. Eh, son tres elepés si nos sabe decir ¿cómo se llama esta canción que va a escuchar con "Los Socios del Ritmo"?... (fragmento de las melodías). Bien, ya le dijimos quién cantó, ¿cómo se llama la canción?, única oportunidad que tiene usted (redundante) de con testar.

Verónica: ¡Ay! ¿Me pone otro...?

Locutor: No es posible, única oportunidad que tiene de tomar parte (prepotente), por eso le dijimos el título, más bien el intérprete y el título únicamente tiene usted que decirlo (atenuación y redundancia), ¿no lo recordó?

Verónica: No

Locutor: Gracias, hasta pronto (indiferente). Vamos al otro teléfono, es una oportunidad facilísima para usted. Buenos días.

Gustavo: Buenos días.

Locutor: Su nombre y colonia por favor.

Gustavo: Coacalco

Locutor: Su nombre por favorcito y colonia.

Gustavo: Gustavo Sánchez... (interferencia).



Cristina: ¿No me pone otro cachito?

Locutor: No es posible, es una canción muy fácil (sonido de campanas), terminó su tiempo (prepotente), ¿recuerda el título?... Parece que no lo recordó, gracias (indiferente) (cuelga). Vamos al otro teléfono. - - Buenos días.

María: Buenos días

Locutor: ¿Su nombre y colonia?

María: Señora Mary de a... Petrolera.

Locutor: De la colonia Petrolera, su oportunidad son tres - - elepés pra usted, para empezar si nos sabe decir - - ¿cómo se llama la canción y quién la canta?. ¡Suerte!... (fragmento).  
¿Quién canta?

María: ¡Ay!, no, no lo recuerdo.

Locutor: Aún tiene tiempo, vamos a darle margen.

María: (Se ríe) No.

Locutor: Es un cantante francés (atento) (sonido de campanas) - sí.

¿No recuerda el título ni el intérprete?

María: No.

Locutor: Terminó su tiempo.

María: Gracias

Locutor: Hasta luego, gracias por participar (sfable). Vamos ahora a la música de Juan Gabriel con Isabel Pantoja, exhibiendo "Queriendo y no?... once cuarenta y siete... (Música)

Locutor: "Queriendo y no... queriendo" (ampliación), Isabel --- Pantoja; las once cincuenta y uno. (comerciales y rúbrica) .

Locutor: Bien, pues ya estamos, casi, casi en los participantes finales del día de hoy en "El Regalo Fácil". Buenos días.

Lucía: Buenos días

Locutor: ¿Su nombre y colonia por favor?

- Lucía: Lucía Reina y vivo en San Angel Inn.
- Locutor: Haber si habla un poquito más fuerte (tono autoritario) ¿por favor?. Lucía ¿qué?
- Lucía: Lucía Reina
- Locutor: ¿De la colonia?
- Lucía: San Angel Inn.
- Locutor: San Angel Inn, bueno, pues para usted, eh, hay mejor suerte, esperamos que así sea (entinema); vamos a presentarle tres temas musicales, los ... los - identifica tanto en canción como en intérprete y se gana para empezar cinco elepés ¿eh?.
- Lucía: Sí, gracias...
- Locutor: Así que preste mucha atención, no habrá opción de repetir ningún tema, usted debe saberlos uno tras otro (prepotente), tanto el intérprete como la canción; así que preste atención (redundante) a estos tres temas y gánese cinco elepés para empezar. - - ¡Suerte!...
- Lucía: Gracias. (fragmento de canciones)
- Locutor: Más que suficiente, vamos a ver, díganos usted el primer tema que escuchó ¿cuál es?
- Lucía: No, no tengo ni idea.
- Locutor: ¡No tiene idea de ninguno! (burlón). Bueno, pues -- lástima, gracias por tomar parte.
- Lucía: De nada
- Locutor: Se le van cinco elepés. Vamos al teléfono 405702. - Buenos días.
- Escucha: Buenos días.
- Locutor: La oportunidad que le ofrecimos a la señora es para usted también, vamos a ver, preguntamos ¿quién es la primera cantante que escuchamos?
- Escucha: ¿Verónica Castro? (interferencia)
- Locutor: No, no es Verónica Castro, así que ya perdió (burlón), gracias por llamar, hasta pronto. Los teléfonos disponibles, si alguna persona del auditorio se fijó en

los intérpretes que presentamos, en las canciones, - cree conocerlos llámenos (persuasivo); la oportunidad está aquí con cinco elepés para dar principio a la participación en "El Regalo Fácil". Teléfono - disponible (redundante) 5404083, 5405702; esperamos pues máximo 30 segundos para que nos llame alguien que tenga estos datos y desde luego habrá más obsequios para ustedes de acertar los tres, eh, títulos iniciales; van ya 10 segundos, faltan 20 segundos todavía para que nos llame alguien (redundante) -- 5404083.

Los teléfonos están disponibles (redundante), están completamente a sus órdenes, márquelos (persuasivo). Aquí tenemos ya una llamada telefónica. Buenos días, buenos días (redundante).

Locutor: ¡Bueno! no hay nadie. Vamos a concluir esto, faltan 3-2-1, parece ser que nadie se animó. Vamos a escuchar música y volvemos... (Música, se corta). De una vez para dar término a esto, buenos días (redundante) ¿cuál es tu nombre?

Olivia: Olivia García.

Locutor: ¿De qué colonia?

Olivia: Portales

Locutor: Colonia Portales, a ver vamos a preguntarle, primer tema que escuchamos ¿Cuál fué?

Olivia: Mmmm, no, no recuerdo cuál es.

Locutor: Bueno, el chiste que usted llamara para en todo caso darnos la respuesta, no lo tiene (cuelga) (prepotente). Gracias, ¡hasta luego!. Vamos a la música y estamos con ustedes en "El Regalo Fácil", escuchemos "No somos iguales" de Alejandro Jaen con el grupo "Ellos". - - (Música)

Locutor: "No somos iguales" de Alejandro Jaen, "Ellos".

Rúbrica: "Y nos vamos... Regalo Fácil en Radio Felicidad, Regalo Fácil en Radio Felicidad... Regresaremos con nuestro cargamento de regalos. ¡Gracias, gracias! por acompañarnos y quedan cordialmente invitados para el siguiente Regalo Fácil. ¡No lo olviden!... Regalo Fácil... ¡Adiós!... en Radio Felicidad".

Como lo indicamos al inicio del programa, en la rúbrica se refleja la figura retórica de la redundancia y la persuasión para que el público siga pendiente de la emisión y participe.

En seguida se presentan los cuadros con los resultados del análisis, correspondientes a la unidad de registro de actitudes y figuras retóricas señaladas en el texto.

Unidad de Registro del Programa Monitoreado

Categorías	El Regalo Fácil	Total %
<u>ACTITUDES</u>		
Afable	6	19
Alegre	1	3
Atento	2	6
Burlón	4	13
Complaciente	1	3
Indiferente	7	23
Indiscreto	-	-
Parlanchín	-	-
Paternalista	-	-
Persuasivo	3	10
Prepotente	7	23
	<u>31</u>	<u>100%</u>

Como se puede observar, la actitud que tuvo mayor porcentaje es la indiferente y prepotente con un 23%, en segundo término no la afable con 19% y en tercer lugar, con 13% la burlona.

Unidad de Registro de las Figuras Retóricas del Programa Monitoreado.

Categorías	El Regalo Fácil	Total %
<u>FIGURAS RETORICAS</u>		
Redundancia	15	75
Atenuación	1	5
Ampliación	1	5
Ejemplo	-	-
Etinema	1	5
Metáfora	1	5
Sinécdoque	1	5
	<u>20</u>	<u>100%</u>

Aquí podemos observar que la figura retórica más utilizada por el locutor al expresarse es la redundancia, pues -- aparece con un 75% y en relación con las subsecuentes que alcanzaron un porcentaje similar (5%).

Consideramos que en el transcurso de la emisión, las figuras retóricas más sobresalientes fueron la redundancia y la persuasión (considerada como actitud), pues el locutor constantemente repite los números telefónicos y señala que al acertar en su participación obtendrá un elepés como regalo.

En relación con su actitud asumida, se pueden destacar - la indiferencia, prepotencia y burla, sin dejar de mencionar - su afabilidad hacia los participantes; es importante señalar - que en el programa se da un diálogo escueto, ya que su objetivo es acertar en el nombre de la canción e intérprete, por ser una emisión de concurso; además, el locutor no realiza comentarios de interés y únicamente se aboca a la rutina de la programación para así tener mayor audiencia. (Las actitudes que más sobresalen se pueden verificar en el cuadro de la página 142).

## 5.2 LAS PREGUNTAS Y LAS SORPRESAS DE RADIO MIL

Para el análisis del programa "Las Preguntas y las Sorpresas" presentamos los pasos seguidos de acuerdo con el modelo funcionalista y demostramos los cambios de actitud del locutor cuando dialoga con los escuchas de manera general, pues dentro del texto se señala entre paréntesis la conducta adoptada por aquél al dirigir la emisión que aparece en los diálogos diseccionados, así como las figuras retóricas a las que se hace referencia.

Modelo funcionalista: Unidades de contenido

- Palabra: Seleccionamos las palabras clave (como palabras aisladas) para determinar los cambios de actitud del locutor.
- Tema: Es el acertar en la respuesta de la pregunta en turno.
- Personaje: El locutor y participantes de la emisión.
- Item: El programa de "Las Preguntas y las Sorpresas", con preguntas para concursar y una variación de melodías.
- Medidas de espacio-tiempo: Durante la hora de transmisión se le da un determinado tiempo al concursar para contestar las preguntas formuladas por el locutor.

Categorías de análisis

- Asunto: Determinar los cambios de actitud del locutor cuando dialoga con el escucha.
- Tendencia: El locutor anima y da facilidades a los participantes cuando están en contacto o antes de que se comuniquen.
- Pautas: Los participantes tienen la oportunidad de reflexionar sobre sus respuestas, ya que el locutor les da la seguridad para ello.

- **Valores:** Se refiere a que el participante logre acertar a la respuesta de la pregunta en turno y así obtener los dos discos elepés que regala la emisora.
- **Métodos:** El programa se realiza a través de llamadas telefónicas en donde el que se comunique tiene o "está seguro" de la respuesta.
- **Rasgos:** La actitud que adopta el locutor ante el participante cuando acierta o no en las respuestas.
- **Actor:** El locutor, ya que el inicio del programa se da a -- través del cuestionamiento que éste plantea y, el -- concursante, pues da pie a que la emisión sea más -- fluida por sus llamadas telefónicas.
- **Autoridad:** Es el locutor, porque al recibir respuesta al cuestionamiento determina si es correcto o no.
- **Origen:** Desde la emisora el locutor lanza preguntas al aire para que sean contestadas por los escuchas y en caso contrario el conductor dará la respuesta.
- **Grupo Receptor:** Los escuchas de la emisión.

Programa "Las Preguntas y las Sorpresas" en Radio Mil, del día miércoles 6 de julio de 1988 de 13:00 a 14:00 horas.

Los locutores de este programa son Agustín Romo Ortega y Agustín Jiménez, quienes adoptan una actitud alegre e invitan constantemente a los oyentes a participar en la emisión, ya que ésta se realiza a través de las llamadas telefónicas - (programa de concurso, donde se lanzan preguntas al aire de tipo cultural, principalmente); se valen de la persuasión y redundancia, de tal manera que los escuchas se animen a concursar.

Los locutores son atentos y dan facilidades para que los participantes acierten en sus respuestas al darle algunos - - "tips".

La actitud de los locutores en la emisión es de afabilidad, además de mostrar interés cuando se da la respuesta a alguna de las preguntas que no han sido contestadas al ahondar - en las mismas.

Locutor: Una de la tarde con tres minutos a tus órdenes, - - 5240509 para que tomes parte en nuestro programa -- que aquí principia(alegre), "Las Preguntas y las -- Sorpresas". Hay dos discos de larga duración con -- temas de moda de nuestra programación por la respu-- ta correcta a la pregunta en turno (persuasivo). -- (Música).

Locutor: Bien, pues lanzamos la primera pregunta al filo de - la una con siete minutos, aquí en tu programa "Las - Preguntas y las Sorpresas". ¿A qué país corresponde o qué país tiene una bandera donde se representa un sol rojo sobre un fondo blanco? (Comerciales)

Locutor: Tu respuesta por favor, ¿quieres ser tan amable?

Niño: Man... ¿Mande?.

Locutor: Tu contestación.

Niño: Es Japón

Locutor: Japón, efectivamente hablábamos de qué país tiene -

una bandera, en donde apreciamos un sol rojo sobre un fondo blanco. Japón, efectivamente (redundante), te esperamos a recoger tu obsequio, como dijimos, mañana, el viernes o el lunes próximo, de la una a las seis y media, ¿tienes alguna duda?.

Niño: Este, ¿cómo llego?

Locutor: Pues, no sé qué medio de transporte te quieras valer

Niño: ¿Mande?

Locutor: Bicicleta, eh, camión, taxi (burlón)

Niño: Ah, sí ajá.

Locutor: ¿En qué vas a venir?

Niño: (Se ríe) ¡Ah!, sí yo veo en qué.

Locutor: Bueno, ¿qué es lo que deseas saber, la ubicación de Radio Mil? (atento y afable).

Niño: Sí, la ubicación.

Locutor: ¡Ah vaya! hay que llegar, por Insurgentes Sur 1870, en la colonia Florida (Atento y afable).

Niño: ¿Insurgentes Sur?

Locutor: Ajá, permítame tantito. Una con diez minutos y "Estamos en acción"... que no haya duda (ejemplo). (Música).

Locutor: Una de la tarde con trece minutos. Siguiente pregunta: ¿dónde situaremos, claro, haciéndolo correcta y debidamente, dónde localizaríamos, el llamado Puerto Marqués?.

(Comerciales).

Locutor: Curiosamente no ha sido contestada la pregunta que hicimos, ¿dónde queda Puerto Marqués?. La una diez y seis, avanzamos... "El que juega con fuego" de Omar Alfaro, Lupita D' Alessio. (Música y comerciales).

Locutor: Sí pues tuvimos algunos problemas con el 5240509, -- parece que res..., ya que se resolvió. A tur órdenes ¿díme?.

- Héctor: Sí, quiero contestar la pregunta.  
Locutor: Adelante.  
Héctor: En Acapulco.  
Locutor: ¡En Acapulco! (alegre) ¿en qué estado?  
Héctor: En... en el estado de Guerrero.  
Locutor: ¡Claro que sí! anotamos tus datos, ¿cómo se llama usted?  
Héctor: Héctor Mendoza López.  
Locutor: ¿De la colonia?  
Héctor: En Tlalpan  
Locutor: En Tlalpan, permítame tantito, ¿ya fue a votar usted?...  
Hola.  
Héctor: ¿Mande, perdón?.  
Locutor: ¿Ya fue a votar usted?.  
Héctor: Ya, ya pasé.  
Locutor: ¡Ah, que bien!, perfecto, ¿cómo encontró la votación en su casilla, están nutridas?  
Héctor: Muy tranquila.  
Locutor: Eh, ¿no había mucha gente todavía?  
Héctor: No, todavía no, estaba muy espaciado, más o menos.  
Locutor: Vaya que bien, bueno, pues aquí una exhortación a los demás amigos a realizar esta obligación cívica (persuasivo) a, a, a darle cumplimento (sinécdoque), pues que lo hagan; ¿para qué se esperan a última hora, qué tal si cuando vayan ya encontraron cerradas las casillas?, es que si las cierran (redundante), si...si... si ven que ya, eh, pues se terminó o la mayor parte de la gente acudió a votar. ¡Ah!, tal parece que se va a respetar el horario, pero un horario (redundante), pues razonable, eh, tengo entendido que van a cerrarlas (redundante), a las seis de la tarde, claro que en algunos todavía no han acudido, no han acudido (redundante) la mayor parte de, de las personas que están inscritas en ese padrón electoral no, no es padrón (redundante) ¿verdad?, es, ¿cómo se llama esto?,

ahorita vamos a ... a decirles esto. Si no han acudido (redundante) quienes están registrados ahí pues - esperan un tiempo razonable, claro, eh, lo indicado es acudir a tiempo para realizar esta... esta... esta obligación para con nosotros, para con el país, - para con los nuestros (entinema), pues eh, en fin, el tiempo adecuado para evitarse, pues prisas de última hora y, e inconvenientes a los demás (redundante y persuasivo). Anotamos sus datos, permítame tanto don Héctor; la una con veintidós minutos. (Comerciales)

Locutor: Aquí viene la siguiente pregunta, mucho más facilita como todas las que estamos formulando hoy (burlón) - ¿Qué país ha sido tradicionalmente el primer productor, mundial de plata?; una veintisiete ahora. (comerciales).

Locutor: Una de la tarde con veintinueve minutos; ¿me repite - su nombre por favor?

Agustín: Agustín Roberto.

Locutor: Ajá

Agustín: Ortega Avendaño

Locutor: Ortega Avendaño, caray, pues con sus... Agustín Roberto Ortega ya casi, casi somos tocayos (ejemplo), ¿verdad?

Agustín: Sí, ji, ji.

Locutor: Anotamos tus datos permítame, os colonia ¿me dijo? - (atento)

Agustín: Morelos.

Locutor: Morelos, su respuesta por favor para nuestro auditorio.

Agustín: ¿México?

Locutor: Efectivamente, preguntamos ¿qué país ha sido el primer tradicionalmente el primer (redundante) productor mundial de plata?, efectivamente (redundante), nuestro país México. Lo esperamos a recoger su obsequio -

mañana, el próximo viernes, si no puede mañana (redundante) o el próximo (redundante) lunes de la una a -- las seis y media, aquí en Radio Mil (redundante).

Agustín: Muy amable.

Locutor: Mencionando su número de clave con... con su identificación si es tan gentil (afable)

Agustín: Sí, muy amable, gracias.

Locutor: Hasta luego, buenas tardes, la una y media aquí en -- los mil kilociclos y "Ahora te vas". (música).

Locutor: La una de la tarde con treinta y tres minutos. Siguiendo te pregunta, para ti dos discos de larga duración por tu respuesta correcta, si ésta se produce antes que ninguna otra por el 5240509. ¿De qué población de -- nuestro país era originario el llamado martir de la -- Revolución, don Francisco I. Madero?, una treinta y tres, (Comerciales).

Locutor: "Las Preguntas y las Sorpresas", la una y treinta y cinco minutos, curiosamente, pues eh, algunas personas se han confundido, estamos hablando de: don Francisco I. Madero (burlón) ¿de dónde era originario, de qué ciudad era originario?, A tur órdenes, ¿dime? (atento).

Bernardo: Este, bueno, quería contestar la pregunta.

Locutor: Adelante.

Bernardo: Era de San Pedro del estado de Coahuila.

Locutor: No, no era de San Pedro exactamente, hay que por ahí anda, sí era de Coahuila y, vamos a tomarla por buena esta respuesta (atento), pero no era según nuestros datos, según los datos (redundante) que tenemos; bien vamos a, vamos a tomarle por buena la respuesta (redundante), usted ya dijo el estado, en el estado estamos de acuerdo, permítame tantito, no se vaya.

Bernardo: Sí

Locutor: No se vaya. La una con treinta y seis. Su nombre nada más por favor.

Bernardo: Bernardo Basilio.

Locutor: ¿De qué colonia?

Bernardo: De la Platero Vallejo

Locutor: ¿Dasilio es su apellido o es su nombre?

Bernardo: Sí, sí mi apellido, Bernanrdo Basilio.

Locutor: Perfecto permítame tantito, no se vaya (afable)

Bernardo: Sí

Locutor: Una y treinta y seis . (Música)

Locutor: La una de la tarde con treinta y nueve minutos, aquí en tu programa de "Las Preguntas y las Sorpresas". A tus órdenes ¿díme? ¿Hola?... Una y treinta y nueve (redundante) aquí en los mil kilohertz. Bien, la - - respuesta correcta, debió haber sido cuando menos, - son los datos más confiables, más confiables (redundante) que tenemos aquí, eh, don Francisco I. Madero era originario de Parras, Coahuila, aunque en algunos, en algunas otras fuentes de información aparecen otros datos, pero la más confiable (redundante) y la más -- aceptada es justamente Parras, Coahuila (redundante).

Locutor: A tus órdenes ¿díme? ¿Cómo se llama?

Alejandro: Alejandro Rodríguez

Locutor: ¿De qué colonia eres?

Alejandro: De Copilco Universidad.

Locutor: Permítame tantito; una de la tarde con cuarenta minutos, (Comerciales).

Locutor: Quiero que me digas ¿cuál es la superficie, estamos - hablando en este caso de números aproximados, de la superficie que perdió nuestro país, eh, cuando se le cedió a Estados Unidos... Recuerde que puedes fallar hasta en un 20% más o menos y estoy hablando en este caso de cifras redondas, de números aproximados (redundante).

Alejandro: ¿Cómo dos millones y medio de kilómetros cuadrados?

Locutor: Eh, fuiste un poquito lejos, vamos a tomarla por buena, dos millones de kilómetros cuadrados, efectiva- - mente (afable), eh, la pregunta más o menos era ¿qué superficie tenía los territorios que vendió México --

a los Estados Unidos? y pus, más o menos (redundante) es la misma de las que, conservó, dos millones de kilómetros cuadrados (redundante), eso es en números -- redondos aproximadamente. ¿Me repites tu nombre?

Alejandro: Alejandro Domín....

Locutor: Permítame, no te vayas; una cuarenta y tres. (Música). Dos millones y medio es un 25% ¿verdad?, razonablemente aproximado. (Música)

Locutor: La siguiente pregunta sencillísima, simplemente dime si escuchas hablar de La Quinta Avenida ¿de qué ciudad estas oyendo hablar, a qué famosa ciudad (redundante) nos estamos refiriendo, La Quinta Avenida? (redundante). (Comerciales)

Locutor: A tur órdenes ¿díme?

Rebeca: Le quería contestar la pregunta.

Locutor: Ajá ¿quién habla?

Rebeca: Rebeca

Locutor: Rebeca ¿qué?

Rebeca: Marmolejo.

Locutor: ¿De la colonia?

Rebeca: Santa María la Rivera.

Locutor: Adelante por favor Rebeca.

Rebeca: ¿No es la ciudad de México?

Locutor: No, no lo siento mucho (burlón y prepotente), gracias; la una con cuarenta y ocho minutos, avanzamos y ofreciéndote ahora con Yuri "¿Qué te pasa... Rebeca?" -- (ampliación). (Música).

Locutor: ¿Colonia?

Joven: Coyoacán

Locutor: Repítenos tu respuesta por favor (afable)

Joven: ¿Fue la ciudad de Nueva York?

Locutor: Hablábamos de la ciudad de Nueva York, efectivamente de ahí... ahí está la famosa Quinta Avenida (Ampliación), permítame tantito, no te vayas. La una con cincuenta y un minutos avanzamos. (Comerciales).

Locutor: Adelante, aquí tenemos ahora a José José trayéndonos de Rafael Pérez Botija... "Cobarde" (pone énfasis y baja la voz). (Música).

Locutor: Una de la tarde cincuenta y seis minutos, concluyendo este número de Pérez Botija a cargo de José José, "Cobarde". Bueno, pues aquí tenemos una última pregunta hoy para que me la contestes y te ganes lo ofrecido, ¿Cuál es la capital del Congo? (Comerciales).

Locutor: Aún sin respuesta correcta, pues caray, otra vez se nos bloqueó el teléfono, el 5240509. A tus órdenes - ¿dime?,

Mujer: ¿Sí?

Locutor: ¿Bueno?

Mujer: ¿Es Ruanda?

Locutor: No, fíjese que no (tono burlón), lo siento mucho, - muchas gracias. El tiempo se ha agotado, la respuesta correcta debió haber sido Leopoldville, la capital del Congo, aunque, pues son preg..., son... son, respuestas que... que cambian de un día para otro, porque allá en ... en Africa hay tanto país en donde todos los, digo no todos los días se... estoy, estoy -- excediéndome un poquito en estas afirmaciones, pero, eh frecuentemente, y muy frecuentemente (redundante) se producen golpes de Estado, se producen cambios de gobierno y pues hay movilización en cuanto a, la capital y en cuanto a los gobernantes, etcétera, así - que hasta donde sé yo, la capital del Congo es Leopoldville (redundante). Hasta aquí pues otro programa - más de "Las Preguntas y las Sorpresas", la siguiente emisión de esta serie mañana en el horario de costumbre, buenas tardes para ti, te desea Agustín Romo - Ortega. ¡Buen provecho! (alegre y afable).

Al finalizar la emisión, el locutor se muestra afable y al igual que en el programa anterior se da un diálogo escueto, - pues también es de concurso donde sólo interesa que el partici-

pante acierte en aquellas preguntas realizadas por el conduc--  
tor y únicamente los escuchas dan la respuesta sin ahondar ---  
en más ideas.

Además, el locutor se muestra alegre y atento con el ra-  
dioescucha, aunque también adopta una actitud prepotente .

En seguida se presentan los cuadros con los resultados --  
del análisis, correspondientes a la unidad de registro de acti-  
tudes y figuras retóricas señaladas en el texto.

Unidad de Registro del Programa Monitoreado

Categorías	Las Preguntas y las Sorpresas	Total %
<u>ACTITUDES</u>		
Afable	7	30
Alegre	3	13
Atento	5	22
Burlón	5	22
Complaciente	-	-
Indiferente	-	-
Indiscreto	-	-
Parlanchín	-	-
Paternalista	-	-
Persuasivo	2	9
Prepotente	1	4
	<u>23</u>	<u>100%</u>

Como se puede observar, la actitud con mayor porcentaje es la afable con un 30%, en seguida aparece la atenta y burlesca con 22% y en tercer lugar la alegre con 13%.

Unidad de Registro de las Figuras Retóricas del Programa Monitoreado.

---

Categorías	Las Preguntas y las Sorpresas	Total %
<u>FIGURAS RETORICAS</u>		
Redundancia	26	81
Atenuación	-	-
Ampliación	2	6
Ejemplo	2	6
Entinema	1	3
Metáfora	-	-
Sinécdoque	1	3
	<hr/>	<hr/>
	32	100%

---

Como se puede observar, la figura retórica con mayor porcentaje es la redundancia con 81%, le sigue la ampliación y el ejemplo con 6%.

### 5.3, LA HORA DE LOS ADOLORIDOS EN RADIO CONSENTIDA

Para el análisis del programa "La Hora de los Adoloridos" presentamos los pasos seguidos de acuerdo con el modelo funcionalista y demostramos de una manera general los cambios de actitud del locutor cuando dialoga con los escuchas, pues dentro del texto se señala entre paréntesis la actitud adoptada por aquél al dirigir la emisión en los diálogos diseccionados, así como las figuras retóricas a los que se hace referencia.

Modelo funcionalista: Unidades de contenido

- Palabra: Seleccionamos las palabras clave para determinar los cambios de actitud del locutor.
- Tema: Es conocer los problemas que sufren los escuchas, los cuales casi siempre son de amor.
- Personajes: El locutor y los adoloridos.
- Item: El programa "La Hora de los Adoloridos" donde el locutor dialoga con el radioescucha para conocer los diferentes problemas que se le plantean.
- Medias espacio-tiempo: A cada una de las personas que se comunica a la estación se le permite de dos a cinco minutos, en promedio, para charlar.

Categorías de análisis

- Asunto: Determinar los cambios de actitud del locutor cuando dialoga con el escucha.
- Tendencia: El locutor aconseja a los radioescuchas sobre sus problemas amorosos y los "complace" con sus peticiones musicales.
- Pautas: El locutor trata de conocer con habilidad la pena de amor que le aqueja al oyente, a través de preguntas.
- Valores: Meta (conocer el problema del escucha). Deseo (complacer las peticiones hechas por los radioescuchas).
- Métodos: La emisión se lleva a cabo por las cartas enviadas y llamadas telefónicas que se reciben del auditorio.
- Rasgos: Se puede llegar a conocer la actitud adoptada por el locutor al leer una carta o recibir una llamada tele-

fónica a través del tono de voz y la forma de expresarse.

- Actor: El adolorido, ya que gracias a él se da pauta para que dé inicio el programa (puede ser adolorido quien haya enviado una carta o llame por teléfono). El locutor da lectura a las cartas y recibe las llamadas del público escucha.
- Autoridad: Es el locutor quien determina la melodía en el caso de que el adolorido no tenga una apropiada para su problema y aconseja en algunos asuntos amorosos.
- Origen: Motivos que llevan al escucha para comunicarse a la emisora y desahogarse con el locutor, ya sean novios, dejados, engañados, matrimonios separados quienes hacen posible la realización del programa.
- Grupo receptor: Todos aquellos radioescuchas que están a la expectativa de la emisión.

Programa: "La Hora de los Adoloridos" en Radio Consentida.

Lunes 4 de julio de 1988 de 19:00 a 20:00 horas.

Rúbrica del programa: "El programa va a comenzar ofganlo ustedes amigos, programa muy popular, es "La Hora de los Adoloridos".

"Y hábrarla que vengo herido no los vaya a salpicar hijos.... ay, ay, ay, ay, ay, adolorido, adolorido, adolorido del corazón por una ingrata, por una ingrata que me ha jugado una cruel traición, (queda de fondo) yo a ti no te podré olvidar, tu me has abandonado por que eres informal ay,.....".

El titular de este programa es el locutor Luis Loria, - quien también se encarga de dirigir emisiones juveniles, La actitud que muestra el conductor ante los radioescuchas es pater-  
nalistas, puesto que adopta el papel de padre ante estos cuando le platican su problema y él los reanima.

Así como en los dos programas anteriores, el locutor se muestra redundante al repetir constantemente que es la única -- emisora que se preocupa por los escuchas.

Locutor: ¡Hola! ¿Cómo están? buenas noches, tardes, noches, --  
bienvenidos a Radio Consentida (alegre), ojalá, pues, que esté gozando de una estupenda salud, caray, eh, - tesoro más valioso que puede tener algún ser humano - ¿verdad?, entre la salud..., pues si los buenos senti-  
mientos creo que es lo más valioso, más que lo mate-  
rial... lo material (redundante) es un complemento, - si lo tiene, pues qué bueno, lo felicito, pero entre -  
la salud (redundante) y, pues los buenos sentimientos (redundante) hacia los seres humanos, creo que son dos cosas ya muy importantes en esta vida, caray.  
Los saludos cordiales allá en los controles don F.C., -  
Fabián Cárdenas y su amigo Luis Loria, L.L. (afable).  
Muy contentos de que nos permita estar una... una vez  
más a través de la frecuencia del canal 15-60 con el  
programa "Los Adoloridos" (alegre).

Locutor: Tenemos una carta en las manos para iniciar de Miguel González Martínez que nos escribe de Ixhuatlán allá - en Veracruz. Nos dice lo siguiente, dice: "Quiero que me complazca por favor con la canción de Carlos y - José, 'Amores fingidos', para la joven Gloria, Gloria Hernández, ya que, pues, a dicha joven le dedico esta canción por lo siguiente, vea usted, pues de que, quiero, quiero (redundante) seguirle demostrando que de verdad la quiero mucho, ahora a ver si con esto, pues se decide a corresponder lo que, lo que ya le propuse, porque a mi, en mi persona, pues siento quererla pero retearto -caray-, mucho, mucho (redundante), yo le he demostrado mi cariño, mi amor y sobre todo, pues - el respetarla, como ella se lo merece, claro (burlón). De lo que me dijo a mi, pues no me interesa, ya sabe que todo lo acepto, pues porque estoy verdaderamente enamorado de ella, muy enamorado, yo se que, pues, en esto hay un error mío, porque me, me encuentro retirado de ella y, pues en esto existe el dicho, el dicho - (redundante) que dice 'amor de lejos... -amor de malos pensamientos-' (ejemplo y ampliación), lo que me resta decirle, pues es que, que se encuentre bien de salud en compañía de su familia, muchas gracias". Miguel González fue el que escribió.

Locutor: Miguelito, pues mucha suerte ¡hombre!, lástima de que no se puede usted acercar a su novia, seguramente por condiciones de trabajo, pero pues, si no imagínese -- ¡hombre!, eso sí, amores de lejos sí son muy difíciles (ampliación), vaya pensando, en alguien por ahí cerquita ¿no?, que la pueda ver seguido ¿verdad? y, y, pues eso de verla frecuentemente es lo que va haciendo que el cariño, pues, vaya creciendo; lógicamente (paternalista). Vamos a complacerlo con Carlos y José de Esparza Oteo, "Amores fingidos" (complaciente y alegre). (Música).

Locutor: "Amores fingidos" del señor Esparza Oteo con Carlos y José en "La Hora de los Adoloridos", pues son ya las siete de la noche con once minutos. (Comerciales).

Locutor: Tenemos una carta, eh, ¡ah caray! un poquito este, -- pues la verdad difícil de entender, le soy honesto, -- pero sin embargo, dentro de lo poco que capté, pues -- eh, es una persona que está adolorida, déjeme, a ver si dice aquí el nombre, viene de ... ¡Ah Rafael se -- llama!, Rafael y viene de Boris allá en Oregón, Estados Unidos, y dentro de lo poco que llevo a entender es que quiere la canción "Amor a la ligera", primero que nada y, después de que está enamorado, pero muy enamorado de una, una persona, pues que lamentablemente está casada, pero, pues no se atreve a decirle. Qué bueno, sino en qué bronca se metería ¿no? (burlón) que nada más la ve así como de reojo para que no se -- de cuenta, a escondidas por decirlo así, está muy enamorado (redundante) y que daría todo por... por estar con ella, pues hasta ahí donde yo le alcanzo a... a -- entender a nuestro buen amigo -pausa-. Muchas gracias. Bueno, pues le vamos a complacer con su canción a don Rafael González, no nos va a escuchar él, desde luego, pues, la pidió se la ponemos con mucho gusto -risas- (burlón), aquí está "Amor a la ligera" (complaciente). (Música).

Locutor: De Ismael Santiago, Los Invasores de Nuevo León, con la canción "Amor a la ligera", aquí en Radio Consentida. Es "La hora de los Adoloridos", son ya las siete con dieciseis. (Rúbrica).

Locutor: Estamos en "Los Adoloridos", aquí en La Consentida. -- (redundante) y nos da muchísimo gusto de verdad, que usted nos permita acompañarle, pues en el negocio, en la oficina todavía algunos, en casita, quizá la mayoría, en el automóvil, claro acompañándose de esta frecuencia, pues su Consentida (redundante) desde luego,

le agradecemos su atención.

Locutor: Tenemos una carta más en las manos, esta carta (redundante), pues nos llega de un joven que se llama Bersaín, dice, después de los saludos quiere que lo complazcamos con una canción. No nos puso cuál, al menos no la encuentro. "El motivo de que ando adolorido es, pues que yo tenía una novia -dice- allá -- en Chiapas, yo soy de Chiapas, pero ella, pues está ba allá y yo aquí, casi no, no la veía; -dice- por eso pues mejor decidí terminar con ella -la verdad-, pero resulta que no la he podido olvidar, fíjese -- usted, siempre pienso en ella y ahora que fui a -- Chiapas, pues hace una semana, la verdad, la verdad (redundante) quería yo hablar con ella, pero me di ron la noticia que no estaba ahí, que se había veni do para el D.F. Yo no se su dirección y por eso, pues quiero por medio de este programa, pues ver si la -- puedo localizar, -dice- ojala y ella escuchara esta carta, por eso ando muy, muy adolorido. -dice- Le -- agradezco la lectura a mi carta y, los felicito por su bonito programa de "Los Adoloridos", ella se llama Mary y yo me llamo Bersaín. ¡Híjole!, pues son pocos los datos pero, pues le deseamos suerte, es lo que más podemos hacer; -dice- "Yo escucho en Cafetales - 115, colonia Granjas México, pero, pues, no creo - - hay... hay muchas Mary's aquí ¿verdad?, y venidas de Chiapas, pues la que haya tenido un novio que se haya llamado Bersaín, la extraña y... y está todavía ena... enamorado de ella (burlón), aunque la había cortado - (metáfora), pero, pues así es la... así es el corazón, caray, en fin aquí está su canción de Juan Gabriel -- "Siempre estoy pensando en ti" (complaciente), "La hora de los Adoloridos" en Radio Consentida. (Música).

Locutor: Juan Gabriel aquí en "La Hora de los Adoloridos" (alegre), son ya las siete de la noche con veintitres mi-

nutos. (Comerciales).

Locutor: "La Hora de los Adoloridos" de Radio Consentida, muchas gracias a su correspondencia de verdad, tenemos muchas cartas aquí en espera de, pues de que se les dé lectura en algún momento, pero mientras tanto, -- tenemos una en donde nos piden saludos, remitente - Rafael González López. Don Rafael González López -- (redundante), eh, nos escucha ni nada menos que, pues aquí en la capital, pero quiero enviar saludos hasta Tuxtlahuaca, allá en Oaxaca, donde todos sus familia res y amigos, el señor Rafa, Rafael González López - (redundante), pues hasta allá un saludo y la siguien te canción que vamos a programar para ustedes...

Locutor: Bueno ¿quién habla?.

Juanita: Habla Juanita Escalona.

Locutor: Juanita Escalona, Juanita ¿cómo le va?.

Juanita: Este, estoy muy dolorida.

Locutor: Medio traqueteado el asunto (burlón), ¿qué le pasa - por qué está adolorida Juanita?.

Juanita: Es que apenas ayer este, dejamos mi novio....

Locutor: ¡Ah! ayer terminó con su novio.

Juanita: Sí.

Locutor: ¿Por qué? (indiscreto)

Juanita: Es que estoy muy triste y no sé... (falla el audio).

Locutor: ¡Ah que caray hombre!, ¿por qué término con su novio, oiga? (indiscreto).

Juanita: Es que sabes, este estábamos parado allá y luego este, estábamos platicando, platicando mucho tiempo.

Locutor: Ajá.

Juanita: Y luego este fue un muchacho de allá, porque este, -- este o sea que en ese día.

Locutor: Sí.

Juanita: Me pidió prestado, ¡no! yo le pedí prestado dos mil - pesos.

Locutor: Usted le pidió prestado a su novio dos mil pesotes,

Juanita: A otro muchacho.

Locutor: ¡Ah! a otro muchacho, sí (atento).

Juanita: Luego este, estábamos parados platicando, luego fue - el muchacho a buscarme como a las ocho.

Locutor: Su novio.

Juanita: Ajá, a las ocho de la mañana este, no a las ocho de - la noche.

Locutor: De la noche, sí.

Juanita: No es mi novio, nada más un amigo casi.

Locutor: Ajá, pero ¿su novio la vio?

Juanita: Sí,

Locutor: Y pensó que andaba de migas con él (atento y metáfora)

Juanita: Bueno, mà novio no me dijo nada.

Locutor: Ajá.

Juanita: Se quedó callado nada más

Locutor: ¡Híjole!

Juanita: Y luego este, y luego este, estaba otro... mi (titubeos) primo Carmelita Tavera.

Locutor: Sí (se ríe).

Juanita: Es su primo de él.

Locutor: Sí

Juanita: Es un primo mío.

Locutor: Ajá.

Juanita: Y luego estamos parados juntos, luego dice... dice... este, que otro, el muchacho se llama Rogelio.

Locutor: Sí.

Juanita: Y luego dice este, sabes que cómo te sientes ahorita, dice por lo que te hicieron dice, dice nos dice tu -- primo, no.

Locutor: Ajá.

Juanita: Pero luego le digo ¡hay!, pero discúlpame, pero es -- que no fue nada ello, nada más es un amigo.

Locutor: Que caray hombre, puros malos entendidos ahí (indiferente).

Juanita: Sí; luego no sé, me hizo muy... muy este, cómo me --

- puso, como una tonta y todo.
- Locutor: ¡Ah! caray, qué mala onda.
- Juanita: Me sentí muy mal, le digo.....
- Locutor: Ya me imagino Juanita, total que ya término por los malos entendidos con su novio, y ojalá y pronto se aclaren las cosas Juanita, ojalá y ojalá y..... (paternalista).
- Juanita: Porque yo lo quiero mucho.
- Locutor: Usted lo quiere mucho, a ver si la acepta, eh, a ver si Ponchito la acepta, ojalá, ándele pues, aclárele las cosas nada más (paternalista).
- Juanita: Póngame "Y por esa calle vive".
- Locutor: "Y por esa calle vive" aquí la tiene (complaciente), ¿eh?
- Juanita: Sí.
- Locutor: Ande pues, Los Barón de Apodaca en Radio Consentida, - "La Hora de los Adoloridos". (Música).
- Locutor: Complacidos "Y por esa calle vive", Los Barón de Apodaca, aquí en "La Hora de los Adoloridos" de Radio Consentida, son ya las siete con treinta y un minutos. - (Comerciales).
- Locutor: Bien, continuamos esta noche es, eh, 4 de julio de -- 1988, estamos ya, pues más allá de la mitad de este -- año, el año de los gemelitos de, los ochos (metáfora). ¿Bueno?.
- Blanca: Bueno.
- Locutor: ¿Quién habla, eh?.
- Blanca: Habla Blanca.
- Locutor: Blanca ¿de qué colonia?
- Blanca: De la colonia San Lorenzo.
- Locutor: San Lorenzo, a ver Blanquita, ¿qué le pasa, por qué -- está adolorida?.
- Blanca: Pues es que mi esposo, Isidoro.
- Locutor: Su esposo.
- Blanca: Sí
- Locutor: Se fue con otra.

- Blanca: Sí
- Locutor: Ajá
- Blanca: Y, pues me dejó dos pequeños y una pequeña de brazos.
- Locutor: ¡Ah caray! ¿Con tres hijos?
- Blanca: Sí.
- Locutor: Que barbaridad hombre (indiferente).
- Blanca: (Voz entre cortada) Y, pues como dice la canción, miramos su, la silla vacía.
- Locutor: Ajá.
- Blanca: Sí
- Locutor: Pues sí, me imagino que debe estar un poquito difícil la situación ¿verdad?, eh (atento)
- Blanca: Pues sí
- Locutor: Qué lástima (indiferente)
- Blanca: (Interferencia)... escucha... por ahí esta...
- Locutor: Bueno se la vamos a enviar Blanquita con mucho gusto, que le vaya bien. Aquí está "La silla vacía", la canta Rosendita Bernal de Angel González en Radio Consentida. (complaciente). (Música).
- Locutor: Bien, escuchas "La silla vacía" mis amigos, aquí en la programación de Radio Consentida en "Los Adoloridos", la voz de Rosendita Bernal, caray, bonita señora - - ¿verdad? ya falta en este momento veinticuatro minutos para las ocho. (Comerciales).
- Locutor: Bien, adelante... adelante con la siguiente llamada telefónica, aquí está en la línea ¿quién?, ¿cómo se llama?
- María: María,
- Locutor: María ¿de qué colonia?
- María: Parques del Pedregal,
- Locutor: Muy bien María, ¿qué le pasa, por qué está adolorida?
- María: Hay es que ayer se enojó mi novio conmigo.
- Locutor: Se enojó con usted, y ¿por qué oiga? (indiscreto)
- María: ¿Mande?
- Locutor: ¿Por qué, es muy corajudo?

María: De seguro sí.

Locutor: ¿Sí, seguro sí?.

María: Sí.

Locutor: Es una redundancia seguro sí o seguro, o sí... sí es corajudo.

María: Sí, se enojó.

Locutor: Y ¿por qué se enojó oiga usted? (indiscreto)

María: Es que me dijo algo que a mi no me pareció.

Locutor: ¿Qué le dijo, la ofendió, le dijo una grosería, una mala palabra (indiscreto) ¡huss...! no, y ¿por qué se la dijo? (indiscreto).

María: Pues, no sé por qué, yo me molesté con él y le dije algo que tampoco a él le pareció y después le pedí disculpas y pues no (interferencia).

Locutor: Se indignó.

María: Sí.

Locutor: Qué barbaridad hombre y usted está muy adolorida o ¿no?

María: Sí

Locutor: ¿Lo quería?

María: Sí

Locutor: O adolorida por lo que le dijo....

María: Ne.

Locutor: Eso ya se le olvidó.

María: Ya.

Locutor: Pero sí lo quería mucho (tono burlón).

María: Sí

Locutor: Caray hombre, que lástima querida María, pues le vamos a enviar su canción.

María: Sí

Locutor: ¿Eh?

María: Sí

Locutor: Y, ojalá y, pues este, pues las cosas marchen bien más adelante con él (paternalista).

María: Sí

- Locutor: ¿Verdad?
- María: Sí
- Locutor: Caray sí, puso sí, ¿qué no sabe decir otra cosa? - -  
(burlón).  
(se escuchan risas).
- Locutor: No, ¡ah no dice sí!, también sé decir no (burlón) -  
(se ríe)  
andele María, ahí le va su canción.
- María: Sí
- Locutor: Adiosito, Los Seilors en escena para cantarles de Lamberto López, "El golpe traidor" (complaciente).  
(Música).
- Locutor: Fue "El golpe traidor" de Lamberto López con Los -  
Seilors, en Radio Consentida este es el programa de "Los Adoloridos ", bienvenidos, mis amigos que de costumbre sintonizan este canal 15-60 para escuchar su programa (alegre y redundante). Vamos a continuar con él, pero antes unos mensajes, solamente dieciocho minutos para las ocho.  
(Comerciales)
- Locutor: Andele, ya fueron por el pan, caray, sí, por el pancito, las conchitas ahí recién sacaditas de, del horno o las donitas con chocolate, sabrosas ¿verdad? (alegre) o...o las apasteladas: cómo me fascina el pan -- ¡hombre!, nada más que se descuida uno, se pone a comer mucho pan y luego ahí está el problema del peso (entinema y redundancia) ¿verdad? sube uno, hay quien lo... lo... lo asimila muy fácilmente, hay quien lo... lo diluye y lo saca ¿verdad? y no, no le afecta mucho, pero hay que cuidarse, caray. Bueno, hola, buenas noches ¿quién habla? (afable).
- Manuel: Manuel Rodríguez.
- Locutor: Don Manuel, ¿qué le pasa a usted, por qué esta adolorido? ¿por qué? (indiscreto)
- Manuel: Es que me dejé mi novia.

Locutor: ¿Por qué lo dejó?

Manuel: No, pues es que, este, la voy a ver y estaba molesta, no se qué le pasa, este... la regañé.

Locutor: Usted la regañó a su novia ¿por qué? (indiscreto).

Manuel: Pues, que a según dijeron que andaba con otro.

Locutor: Ajá le dijeron ¿y es cierto? (indiscreto)

Manuel: Pues, yo creo que sí, porque la he visto con ese - - chavo (falla el audio)

Locutor: Ajá.

Manuel: Y este, no sé cómo hacer, no sé qué hacer.

Locutor: ¡Ah chihuahua! no pues está en chino (burlón y metáfora)

Manuel Sí

Locutor: Este no, pues ¿ya terminó con ella?

Manuel: No, pues no, yo la queiro mucho y la siento mucho.

Locutor: Ajá

Manuel: No sé cómo hacerle y si me está escuchando (falla el - audio).

Locutor: Ajá.

Manuel: Quiero que me ponga, que me pase esta canción por favor.

Locutor: "Que me lleve el diablo" nos pidió.

Manuel: "Que me lleve el diablo".

Locutor: Sí, pues piénsese y sobre todo, pues, no se deje llevar nada más por lo que le dicen ¿verdad? (entinema), eh, hay que hablar claro, desde luego con la pareja, - pues digo si no le interesa a uno pus pa' que le hace al cuento ¿verdad?. Que hable muy claro (paternalista)

Manuel: Sí, ella vive en el centro.

Locutor: Por eso, que hable con ella, pero que hable muy claro, si no le interesa ¿pus pa' qué juega hombre? (paternalista).

Manuel: Sí, yo le hablé por teléfono y pero, estaba platicando con ella y que me cuélgan.

Locutor: Ajá y ¿por qué? (indiscreto)

Manuel: Pues no sé por qué.

- Locutor: Nada más ¿de buenas a primeras? (entinema)
- Manuel: De buenas a primeras, yo le estaba preguntando si es cierto y que me cuelga.
- Locutor: Ah que caray.
- Manuel: A lo mejor es cierto, digo yo.
- Locutor: Pues, a lo mejor, le repito, pero, pues hay que hablar claro, dile vamos hablar con la verdad, porque, pues así como que a medias tintas no podemos andar (paternalista y redundante). (Se ríe el adolorido). ¿Verdad?
- Manuel: Sí.
- Locutor: Andele pues, pues mucha suerte ojalá y aclare su asunto mi amigo (paternalista)
- Manuel: Sí gracias.
- Locutor: Manuelito, aquí está su canción "Que me lleve el diablo" (complaciente), caray; de Raaamón Ayala, original de don Cuco Sánchez, en Radio Consentida. (Rúbrica del programa).  
En "Los Adoloridos" solamente faltan once minutos para las ocho. (Comerciales).
- Locutor: Bueno ¿quién habla?
- Alejandra: Habla Alejandra.
- Locutor: Alejandra, muy bien Ale, está usted adolorida, por lo que, por lo que sucede, ¿qué le pasa? (indiscreto).
- Alejandra: Me dejó mi novio.
- Locutor: La dejó su novio y ¿por qué la dejó oiga? (indiscreto).
- Alejandra: Es que porque, se encontró a otra.
- Locutor: A caray, se la encontró ahí en la calle o ¿cómo? - - (burlón)
- Alejandra: Sí, se la econtró en la calle y ya se la hizo su - - novia.
- Locutor: ¿Ah sí? (burlón)
- Alejandra: Sí
- Locutor: ¡Ah! qué abusado.
- Alejandra: Bueno, ya tiene seis meses que él me dejó.

Locutor: ¡Ahí tiene seis meses y usted lo sigue aforando - -  
(burlón).

Alejandra: Yo lo sigo queriendo.

Locutor: Lo sigue queriendo.

Alejandra: Sí.

Locutor: Lo extraña.

Alejandra: Ajá.

Locutor: Y ¿por qué oiga?, si ya la dejó y tiene mucho tiempo de eso ¿por qué sigue usted con esa idea de, de que-  
rerlo a él? (indiscreto)

Alejandra: Es que, quién sabe qué me haría, porque yo lo sigo queriendo.

Locutor: ¿Qué le haría?.

Alejandra: Sí, no sé.

Locutor: ¿Cómo qué le haría, qué le hizo algo? (indiscreto)

Alejandra: A lo mejor sí me hizo algo, porque yo lo sigo queriendo.

Locutor: ¡Ah caray!, hombre.

Alejandra: Sí.

Locutor: A lo mejor sí le hizo algo, pues ojalá y pronto, eh,  
lo olvide hombre, pues si ya no va a tener nada con  
él nada que ver con él, pues ya para qué... (paterna lista y sinécdoque).

Alejandra: Pues si me escucha yo lo mando saludar, se llama - -  
Pedro Martínez.

Locutor: Andele pues don Pedrín, que la trae por la calle de -  
la amargura (se ríe la adolorida) ¿verdad?. (burlón)

Alejandra: Sí.

Locutor: Ni duorme, ha de tener unas ojerotas, pero del tama-  
ño del mundo (burlón y ampliación), (se ríe la adolorida), ¿verdad?.

Alejandra: Sí.

Locutor: Andele pues, "La puerta negra" nos pidió ¿verdad?, -  
se la vamos a poner mi querida Alejandra a ver si ya  
puede dormir, caray porque está tan preocupada la mu-

jer por el novio que la dejó (burlón).

Locutor: Saludos para Lu... Lucrecio Rodríguez, eh, García, - para Sabino Rodríguez, para Luis, Luis Rodríguez y Sabino Sarqueda, para Alfredo Sarqueda; a toda la familia Sarqueda Bernardo, a Fortino Juárez, a Fortina Ramírez, para Ponceano y Tomás, eh, Aguilar, en fin para todos los amigos de la persona que nos escribió, pues su nombre no, no nos puso, él escribió de... de Huatla de Jiménez, Oaxaca, ¿eh?. Hasta allá le enviamos un saludo a sus amigos y a él también, aquí está "La puerta negra" con Los Tigres del Norte (complacientemente). (Música).

Locutor: "La puerta negra" de Ramón Gutiérrez, con Los Tigres del Norte; nos vamos rápidamente al corte y regresamos, cinco para las ocho. (Comerciales)

Locutor: Bien rápidamente daremos salida al último telefonema de esta noche. Bueno.

Maximino: Bueno.

Locutor: ¿Quién habla?

Maximino: Maximino.

Locutor: Maximino, eh... eh, ¿qué le pasa Maximino? (indiscretamente).

Maximino: Estoy adolorido porque, este una novia que tenía, que se llama Martha Ayala Colón. (Baja el audio)

Locutor: Sí, sí.

Maximino: Este, yo le propuse matrimonio y todo, no quiso, no aceptó.

Locutor: Ajá.

Maximino: Por eso estoy adolorido.

Locutor: ¡Hijole! ni hablar, ni hablar, falló ¿verdad? (indiscretamente).

Maximino: Sí .....

Locutor: Pues sí, es que yo creo que no estaba tan enamorada - como usted ¿verdad?.

Maximino: Exactamente, eso pienso que eso fue, me juró amor - -

- eterno y todo, al final dijo que no, imagñese.
- Locutor: Sí, pues, no siempre las cosas salen como uno las tiene planeadas hombre, qué lástima, son todas las cosas que el destino nos presenta y que a veces pues hay que aceptar (paternalista y ejemplo) ¿verdad?.
- Maximino: Qué otra cosa nos queda.
- Locutor: Exactamente ¿cuál canción me dijo? "Hace un año", - con los Caminates, se la vamos a poner mi amigo - Maximino, que le vaya bien (afable).
- Maximino: Hasta luego.
- Locutor: Adiosito y pues que encuentre a la futura y sincera, y que además le entre derecho (burlón); aquí está - de Felipe Váidez Leal con Los Caminates "Hace un -- año". (complaciente).

Salida del programa: "Y hábranla que vengo herido no los vaya a salpicar hijos... ay, ay, ay, ay, ay,... (queda de fondo para que el locutor despida el programa).

Locutor: Bien, esto fue todo, pues muchas gracias por su atención amigos nuestros, pues hasta aquí. "La Hora de los Adoloridos" única emisión, es la primera estación de música ranchera y nortea, (ampliación) Radio Consentida; en los controles permanece hasta la media noche con el siguiente programa "De México con Amor" don F.C., Fabián Cárdenas, en este micrófono su servidor Luis Loria, L.L. Pásenla bien, los espero mañana (persuasivo), Dios mediante; son las ocho en punto.

Al finalizar el programa, el locutor se muestra alegre y persuasivo al pedirle al radioescucha que sintonice nuevamente Radio Consentida en la emisión de "Los Adoloridos", ya que es para todos los corazones desconsolados.

En este programa, a diferencia de los dos anteriores, se da un diálogo más fluido, puesto que los oyentes se comunican a la estación y platican sus penas amorosas, adoptando el locutor en la mayoría de los casos, una actitud paternalista, burlesca y complaciente.

El diálogo resulta ser fluido porque se le da más tiempo al escucha para explayarse, aunque no lo haga, en ocasiones, - con claridad.

A continuación se presentan los cuadros con la cuantificación de actitudes y figuras retóricas, registradas en el análisis del programa, así como de las tres emisiones.

Unidad de Registro del Programa Monitoreado

Categorías	La Hora de los Adoloridos	Total %
<u>ACTITUDES</u>		
Afable	3	5
Alegre	6	9
Atento	3	5
Burlón	15	22
Complaciente	9	13
Indiferente	3	5
Indiscreto	16	24
Parlanchin	-	-
Paternalista	11	16
Persuasivo	1	1
Prepotente	-	-
	<hr/>	<hr/>
	67	100 %

Como podemos observar, la actitud que más sobresale por tener mayor porcentaje es el indiscreto (24%), en segundo término la burlona (22%) y en tercer lugar la paternalista (16%).

Unidad de Registro de las Figuras Retóricas del Programa  
Monitoreado.

---

Categorías	La hora de los Adoloridos	Total %
<u>FIGURAS RETORICAS</u>		
Redundancia	16	52
Atenuación	-	-
Ampliación	4	13
Ejemplo	2	6
Entinema	3	10
Metáfora	5	16
Sinécdoque	1	3
	<hr/>	<hr/>
	31	100 %

---

Como se puede observar, la figura retórica con mayor porcentaje es la redundancia con un 52%, en segundo término aparece la metáfora con 16% y por último la ampliación con 13%

Unidad de Registro de los 3 Programas Monitoreados

-----

Categorías	El Regalo Fácil	Las Preguntas y las Sorpresas	La Hora de los Adoloridos.	Total	%
------------	--------------------	----------------------------------	-------------------------------	-------	---

-----

ACTITUDES

Afable	6	7	3	16	13
Alegre	1	3	6	10	8
Atento	2	5	3	10	8
Burlón	4	5	15	24	20
Complaciente	1	-	9	10	8
Indiferente	7	-	3	10	8
Indiscreto	-	-	16	16	13
Parlanchin	-	-	-	-	-
Paternalista	-	-	11	11	9
Persuasivo	3	2	1	6	6
Prepotente	7	1	-	8	7
				<u>121</u>	<u>100%</u>

-----

De acuerdo con los tres programas analizados como se puede observar, la actitud que tuvo mayor porcentaje fue la burla con 20%, en segundo término la afable e indiscreta con 13% y por último aparece la paternalista con un 9%; aunque no podemos dejar de mencionar que los locutores también son persuasivos y alegres para que el público escuche las emisiones.

Unidad de Registro de las Figuras Retóricas en los 3 Programas Monitoreados.

Categorías	El Regalo Fácil	Las Preguntas y las Sorpresas	La Hora de de los Ado- loridos.	Total	%
<u>FIGURAS RE-</u>					
<u>TORICAS</u>					
Redundancia	15	26	16	57	70
Atenuación	1	-	-	1	1
Ampliación	1	2	4	7	9
Ejemplo	-	2	2	4	5
Entinema	1	1	3	5	6
Metáfora	1	-	5	6	7
Sinécdoque	1	-	1	2	2
				<u>82</u>	<u>100 %</u>

Como se puede observar, en el cuadro aparece la figura retórica de la redundancia con un mayor porcentaje (70%), se nota que en los tres programas analizados los locutores hacen uso de la misma al expresarse y así remarcar lo que comentan.

En segundo término, aparece la figura de la ampliación con un 9%, en donde el locutor se apoya en el título de las - - - caciones para ridiculizar al escucha cuando comete algún - - - error al participar telefónicamente o al expresarse. (Ver págs. 138 y 153).

Por último, tenemos la figura retórica de la metáfora con 7%.

## CAPITULO 6. "EN GUSTOS SE ROMPEN GENEROS": LA ENCUESTA

En el presente capítulo analizamos el sondeo realizado en una colonia popular, a través del cual conocimos la opinión del público radioescucha con respecto a la actividad que desempeñan los locutores, después de haber hecho el monitoreo de la programación radiofónica y llevado a cabo el análisis de contenido de cada una de las emisoras estudiadas.

El sondeo se realizó en la colonia Benito Juárez, Primera Sección de ciudad Nezahualcoyotl, la cual esta constituida por 84 colonias, dicha comunidad cuenta con un promedio de 30 mil habitantes, de los cuales tomamos una muestra al azar de 100 -- personas.

La razón por la que decidimos encuestar en una colonia popular radica en que existe una mayor posibilidad de que el público escuche las emisiones radiofónicas de tipo comercial en amplitud modulada, que en una colonia de nivel socioeconómico alto.

Se eligió la colonia Benito Juárez por ser la más céntrica y por constituir el primer cuadro del municipio.

De la población antes mencionada, encuestamos a estudiantes, amas de casa, obreros, comerciantes y profesionistas quienes están considerados dentro del nivel socioeconómico medio -- bajo.

El objetivo de la encuesta es conocer el interés, participación o indiferencia de los radioescuchas sobre la actividad y actitud de los locutores que laboran en la radio comercial. En seguida presentamos varias gráficas, de círculos y barras para mostrar porcentajes de actitudes de los locutores de acuerdo con la opinión que tiene el público encuestado y así determinar en qué concepto los tienen los radioescuchas cuando dialogan con ellos.

Es pertinente mencionar que las edades de las personas -- encuestadas oscilan entre los 10 y 68 años y son hombres y mujeres que escuchan con mayor frecuencia las emisoras de amplitud

modulada. Existe una gran variedad en el gusto de la comunidad, ya que escuchan desde la música ranchera hasta la moderna, con lo que se tiene una gama de opiniones al respecto.

De los cuadros y gráficas que presentamos a continuación se determinan las actitudes de los locutores por organización - radiofónica, de acuerdo con la opinión del público escucha.

En seguida se incluye el modelo de cuestionario aplicado.

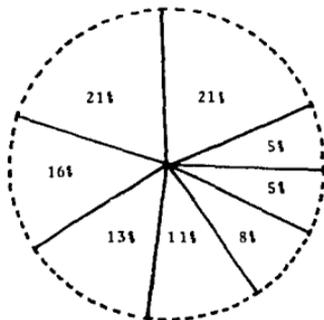
ESTACIONES DE RADIO EN A.M.

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: \_\_\_\_\_ OCUPACION: \_\_\_\_\_

- 1) ¿Qué tipo de música le gusta escuchar y por qué?  
\_\_\_\_\_
- 2) De las siguientes opciones ¿qué estaciones de radio le gusta escuchar?  
A) Radio Mil H) Radio Sinfonía 1 \_\_\_\_\_  
B) Radio Centro I) Radio Consentida 2 \_\_\_\_\_  
C) Radio Felicidad J) Radio Voz 3 \_\_\_\_\_  
D) Radio Sensación K) Radio Onda \_\_\_\_\_  
E) Radio Variedades L) Radio Capital \_\_\_\_\_  
F) Dimensión 13-80 M) Radio Éxitos \_\_\_\_\_  
G) Radio Alegría N) Espacio 59 \_\_\_\_\_
- 3) De su (s) estación (es) preferida (s) ¿qué programas le gusta escuchar más?  
A) Musicales B) Concursos C) Entrevistas \_\_\_\_\_
- 4) ¿Cómo considera que es la actitud de los locutores?  
(Se pueden elegir varias opciones)  
A) Afables F) Parlanchines 1 \_\_\_\_\_  
B) Alegres G) Persuasivos 2 \_\_\_\_\_  
C) Burlones H) Prepotentes (creídos) 3 \_\_\_\_\_  
D) Complacientes I) Románticos \_\_\_\_\_  
E) Indiscretos J) Indiferentes \_\_\_\_\_
- Otras, indique cuáles \_\_\_\_\_
- 5) ¿Qué opina del trato que dan los locutores a las personas que llaman a las estaciones de radio?  
\_\_\_\_\_
- 6) ¿Alguna vez ha participado telefónicamente, ya sea para pedir alguna canción o concursar?  
Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- 7) ¿Qué opina de los comentarios que realizan los locutores en sus programas?  
Que son:  
A) Buenos B) Malos C) Regulares D) Pésimos \_\_\_\_\_
- 8) ¿Qué opina de los locutores?  
\_\_\_\_\_
- 9) ¿En qué horario escucha la radio? En:  
A) Mañana B) Tarde C) Noche \_\_\_\_\_
- 10) ¿Considera que los locutores están capacitados para dirigir los programas en cuanto a su forma de expresarse?  
Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Actitudes de los Locutores que más prevalecen en Grupo ACIR. \*

EMISORAS					
ACTITUDES	RADIO FELICIDAD	RADIO CAPITAL	RADIO VOZ	TOTAL	%
ALEGRES	3	2	3	8	21
AFABLES	2	1	1	4	11
ATENTOS	-	-	-	-	--
BURLONES	1	1	-	2	5
COMPLACIENTES	2	2	2	6	16
CULTOS	-	-	-	-	--
FORMALES	-	-	-	-	--
INDISCRETOS	-	-	-	-	--
PARLANCHINES	1	2	2	5	13
PATERNALISTAS	1	-	1	2	5
PERSUASIVOS	3	2	3	8	21
PREPOTENTES	-	-	-	-	--
ROMANTICOS	1	1	1	3	8
				38	100%

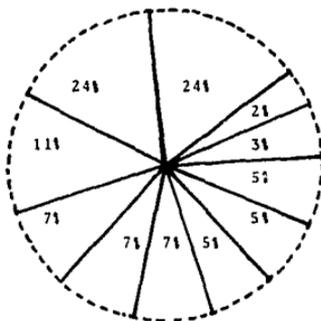


En la gráfica se presenta el porcentaje de la frecuencia de actitudes de los locutores en cada emisora de ésta organización (Grupo); se aprecia que predominan los alegres y persuasivos con un 21%.

\* Resultados obtenidos de la totalidad de encuestados.

Actitudes de los Locutores que más prevalecen en el Núcleo Radio Mil \*

ACTITUDES	EMISORAS					TOTAL	%
	RADIO MIL	RADIO SINFONOLA	DIMENSION 13-80	RADIO ONDA	ESPACIO 59		
ALEGRES	3	3	3	3	3	15	24
AFABLES	2	-	1	-	-	3	5
ATENOS	2	-	-	-	-	2	3
BURLONES	-	-	-	1	2	3	5
COMPLACIENTES	1	-	1	1	1	4	7
CULTOS	-	1	-	-	-	1	2
FORMALES	2	-	-	1	-	3	5
INDISCRETOS	-	-	-	1	3	4	7
PARLANCHINES	-	1	1	1	1	4	7
PATERNALISTAS	-	-	-	-	-	-	-
PERSUASIVOS	3	3	3	3	3	15	24
PREPOTENTES	-	-	-	-	-	-	-
ROMANTICOS	2	2	2	1	-	7	11
						61	100

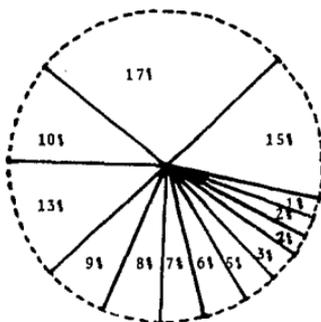


La gráfica muestra el porcentaje de la frecuencia de actitudes de los locutores en cada emisora de Núcleo Radio Mil que, como a la anterior, predominan los alegres y persuasivos con un 24%.

\* Resultados obtenidos de la totalidad de encuestados.

Actitudes de los locutores que más prevalecen en Organización Radio Centro +

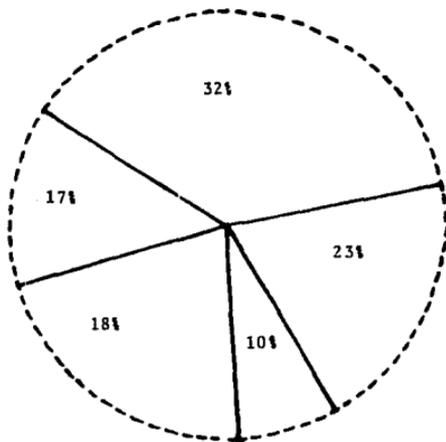
ACTITUDES	EMISORAS						TOTAL	%
	RADIO CENTRO	RADIO SENSAC.	RADIO VARI ED.	RADIO ALEGRIA	RADIO CONSENT.	RADIO EXITOS		
ALEGRES	1	3	3	3	2	3	15	17
AFABLES	2	2	2	2	2	3	13	15
ATENTOS	1	2	1	-	2	-	6	7
BURLONES	-	2	2	3	-	-	7	8
COMPLACIENTES	-	1	-	-	-	-	1	1
CULTOS	1	1	1	1	1	-	5	6
FORMALES	1	-	-	-	1	-	2	2
INDISCRETOS	1	1	1	3	1	1	8	9
PARLANCHINES	-	2	2	3	-	2	9	10
PATERNALISTAS	1	-	1	-	-	-	2	2
PERSUASIVOS	2	2	3	1	2	2	12	13
PREPOTENTES	-	1	-	1	1	-	3	3
ROMANTICOS	1	1	1	1	1	1	6	7
							89	100%



En esta gráfica se presenta el porcentaje de la frecuencia de actitudes de los locutores en cada emisora de esta organización, y predominan los alegres y afables con 17% y 15%, respectivamente.

+ Resultados obtenidos de la actitud de encuestados.

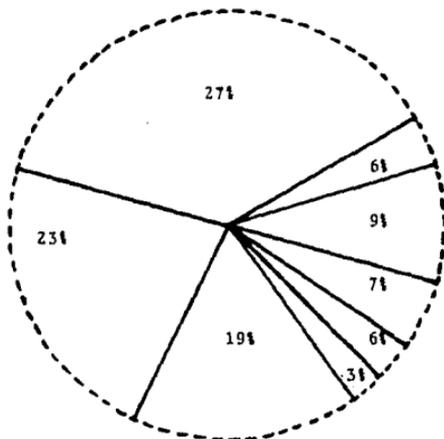
Total de la población encuestada (100 personas) de ciudad Nezahualcoyotl



<u>Población</u>	<u>Total %</u>
Estudiantes	32
Amas de casa	23
Comerciantes	18
Obreros	17
Profesionistas	10

En la gráfica se muestra el porcentaje obtenido por cada uno de los grupos que conforma la comunidad antes citada.

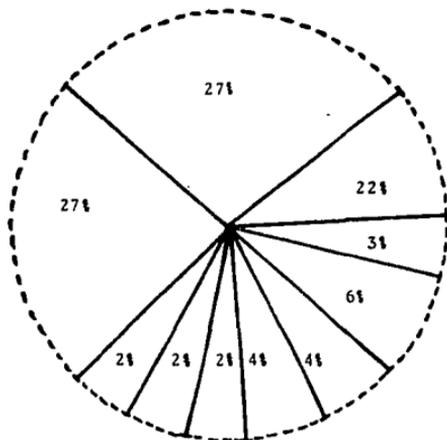
Actitud de los locutores de acuerdo con la opinión de las amas de casa, que representan el 23% de la muestra.



ACTITUDES	TOTAL %	ACTITUDES	TOTAL %
Afables	27	Románticos	7
Alegres	23	Parlanchines	6
Complacientes	19	Indiscretos	3
Burlones	9	Paternalistas	6

En este círculo de proporción se puede apreciar el porcentaje de actitudes del locutor hacia el radioescucha, de acuerdo con la opinión de las personas encuestadas (amas de casa), quienes manifiestan que la conducta de los locutores hacia el público escucha es de afable y alegre, pues consideran que son personas agradables y preparadas, puesto que dan consejos de utilidad (prácticos).

Actitud de los locutores de acuerdo con la opinión de los ob-  
ros, que representan el 17% de la muestra.

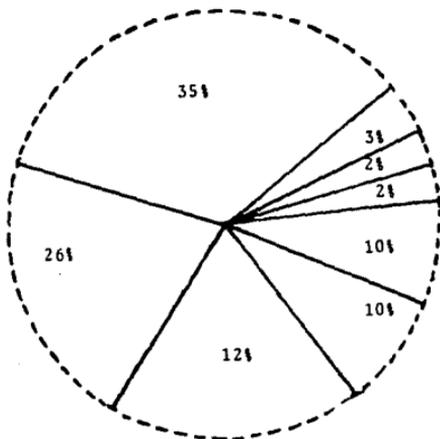


<u>ACTITUDES</u>	<u>TOTAL</u>	<u>%</u>
Afables	27	
Alegres	27	
Complacientes	22	
Románticos	6	
Burlones	4	

<u>ACTITUDES</u>	<u>TOTAL</u>	<u>%</u>
Indiscretos	4	
Parlanchinos	2	
Prepotentes	2	
Persuasivos	2	
Paternalistas	3	

El presente círculo muestra el porcentaje de actitudes del locutor hacia los escuchas, de acuerdo con la opinión de los obreros, que comparten la misma idea de las amas de casa en los tres primeros caracteres de los locutores; asimismo lo consideran como elementos buenos y útiles para la comunicación.

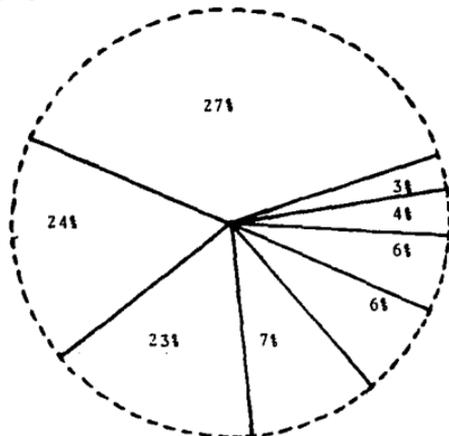
Actitud de los locutores de acuerdo con la opinión de los co-  
merciantes, que representan el 18% de la muestra.



ACTITUDES	TOTAL %	ACTITUDES	TOTAL %
Afables	35	Parlanchines	10
Alegres	26	Indiscretos	2
Complacientes	12	Románticos	2
Burlones	10	Paternalistas	3

Como se observa, se muestra el porcentaje de actitudes - del locutor hacia los radioescuchas, de acuerdo con la opinión de los comerciantes quienes, como los dos grupos anteriores, - consideran que son afables y complacientes aunque en mayor proporción.

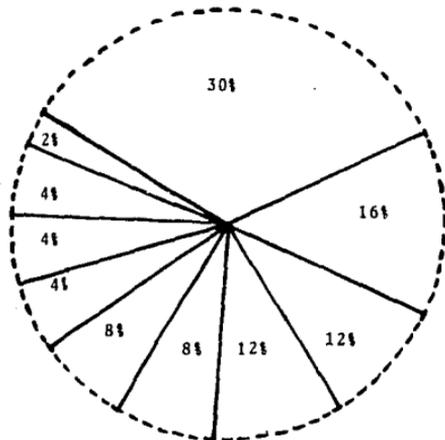
Actitud de los locutores de acuerdo con la opinión de los estudiantes, que representan el 32% de la muestra.



<u>ACTITUDES</u>	<u>TOTAL %</u>	<u>ACTITUDES</u>	<u>TOTAL %</u>
Alegres	27	Indiscretos	6
Complacientes	24	Románticos	6
Afables	23	Parlanchines	4
Burlones	7	Paternalistas	3

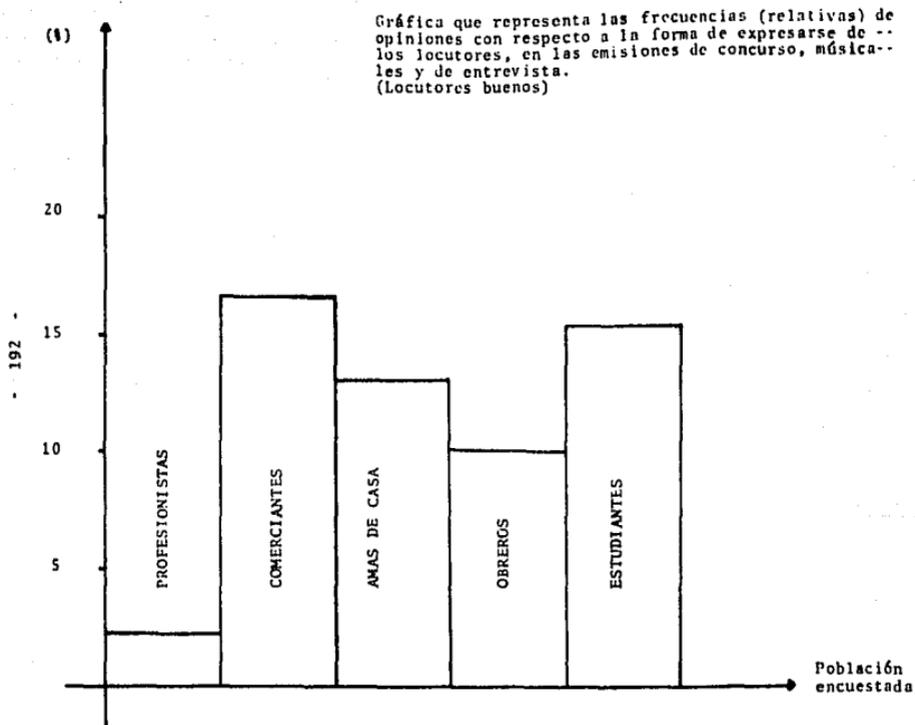
En esta gráfica circular se muestra el porcentaje de las actitudes de los locutores hacia los radioescuchas, según la opinión de los estudiantes quienes los consideran alegres y complacientes principalmente.

Actitud de los locutores de acuerdo con la opinión de los profesionistas, que representan el 10% de la muestra.

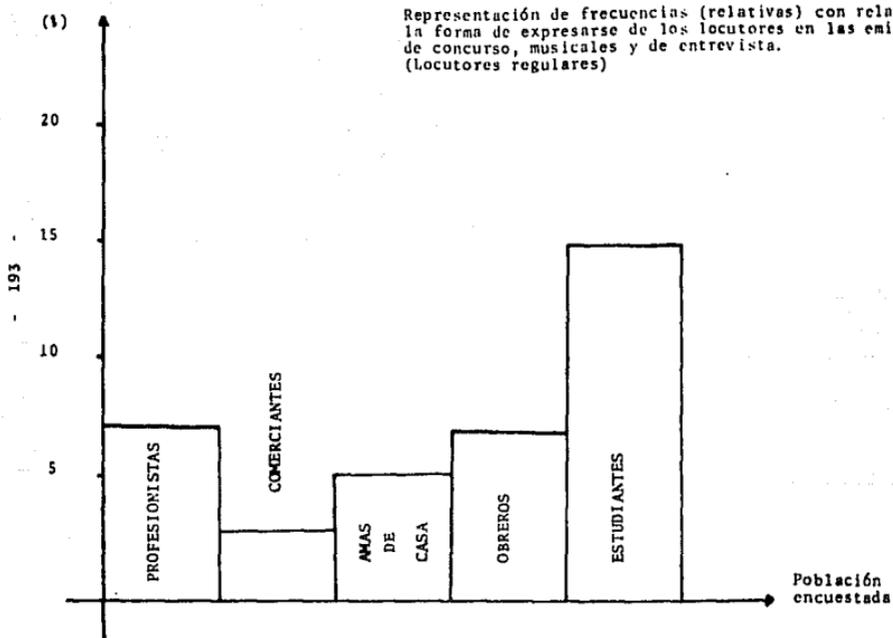


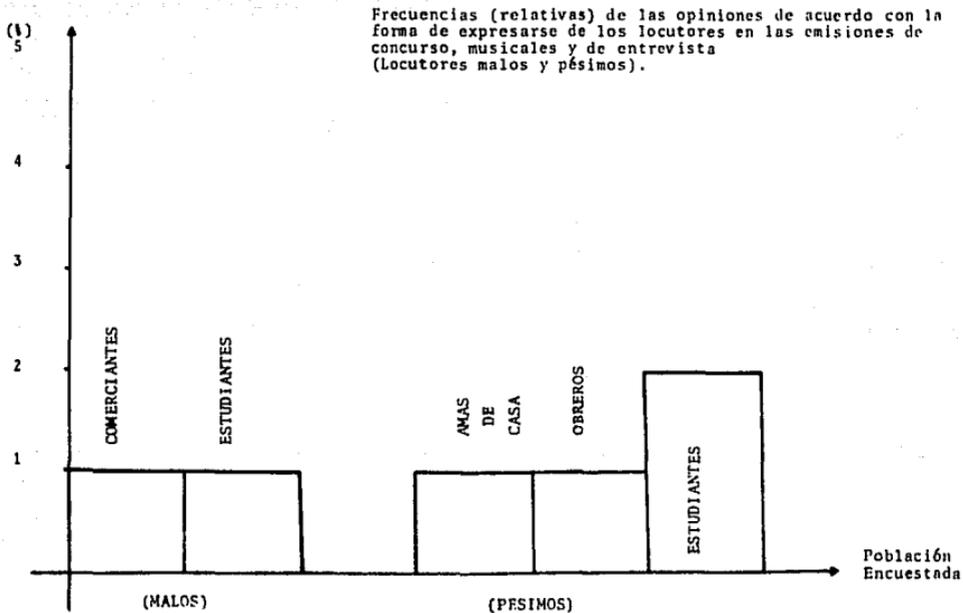
ACTITUDES	TOTAL%	ACTITUDES	TOTAL%
Afables	30	Románticos	8
Burlones	16	Complacientes	4
Parlanchines	12	Prepotentes	4
Indiscretos	12	Persuasivos	4
Alegres	8	Paternalistas	2

En este círculo de proporción se puede apreciar el porcentaje de actitudes del locutor hacia los radioescuchas, de acuerdo con la opinión de las personas encuestadas (profesionistas). Se destaca que en este grupo la mayoría de los locutores son afables y tiene un "buen carácter" ante el oyente para dar una mejor imagen a la emisora en que laboran.



Gráfica que representa las frecuencias (relativas) de opiniones con respecto a la forma de expresarse de los locutores, en las emisiones de concurso, musicales y de entrevista.  
(Locutores buenos)





Como se puede apreciar, en la gráfica de barras se presentan las opiniones del público encuestado que manifiestan que en sus emisiones preferidas tanto musicales, de concurso como de entrevista, los locutores son buenos o regulares en la forma de expresarse; principalmente son los estudiantes, comerciantes y amas de casa los que tienen dicha opinión, sin percatarse que varios dejan ver fallas al dirigir sus programas.

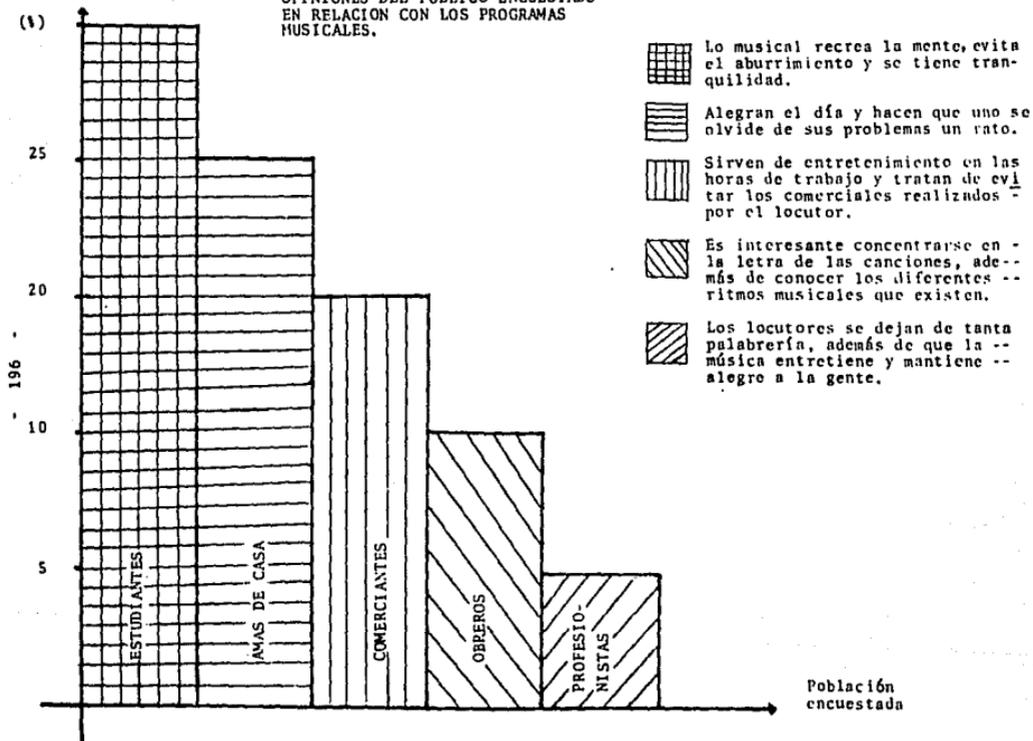
Por otro lado se puede observar que una minoría manifestó que los locutores son malos y pésimos al realizar sus emisiones.

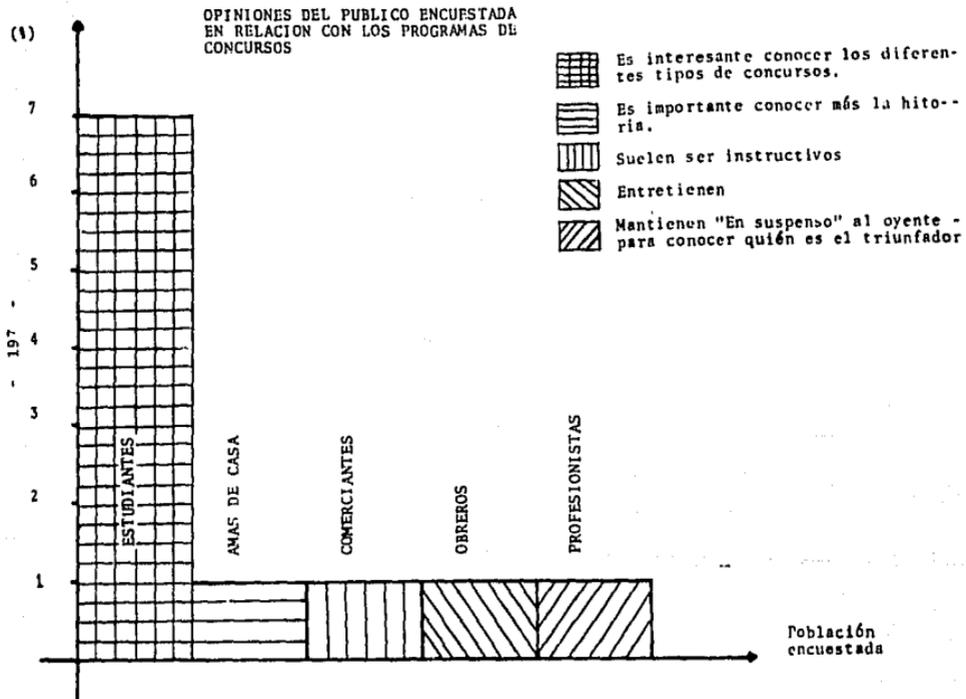
Como caso específico, podemos mencionar a los estudiantes que consideran que los locutores son pésimos para llevar a cabo los programas, ya que ellos prefieren escuchar más música y los locutores lo hacen imposible al hacer comentarios que piensan son poco interesantes pero, como ya se dijo, es la opinión de una minoría.

Es claro que en cuanto a la forma de dirigir los locutores sus programas y el trato con ellos, la población en su totalidad destacó su poca capacidad crítica por lo escueto de sus comentarios debido a que tienen un bajo nivel de estudios.

En el caso de los profesionistas, podemos destacar que no se percatan tanto de la actitud de los locutores pues únicamente les interesa entretenerse musicalmente.

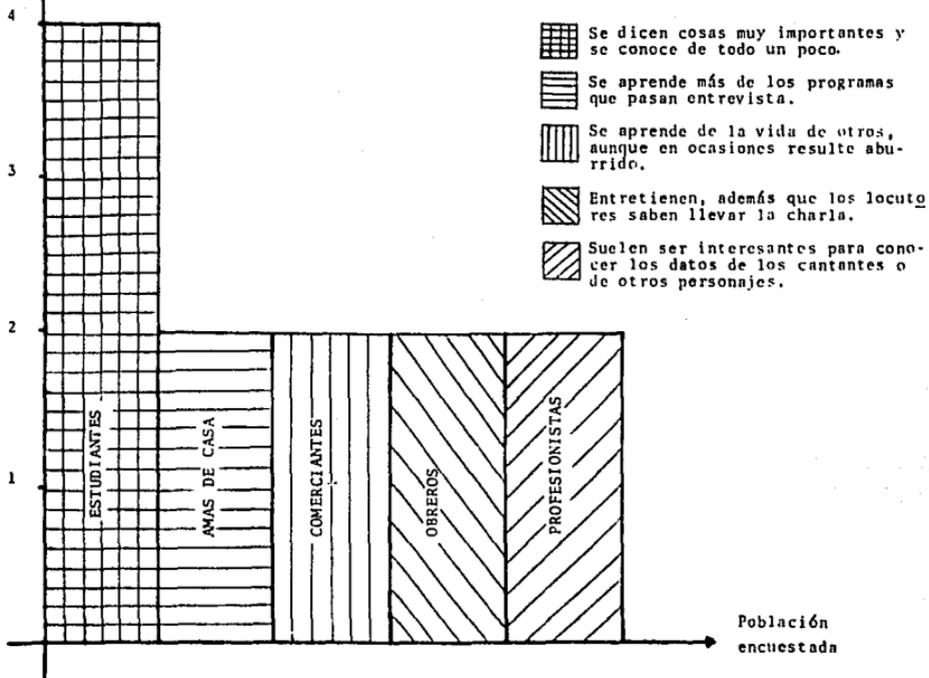
OPINIONES DEL PUBLICO ENCUESTADO  
EN RELACION CON LOS PROGRAMAS  
MUSICALES.





(1)

OPINIONES DEL PUBLICO ENCUESTADO,  
EN RELACION CON LOS PROGRAMAS DE  
ENTREVISTA



En síntesis, podemos afirmar que con respecto a la actividad que realizan los locutores la opinión del público radioescucha es diversa; las amas de casa al igual que los obreros consideraron que la actividad del locutor se debe a que son ellos quienes provocan el cambio de actitud en aquél; en tanto el grupo de los estudiantes, en ocasiones hace caso omiso de todo aquel comentario expresado por parte del comunicador social; los comerciantes señalan que son amables, alegres y complacientes, pero no los critican ya que consideran al locutor de un mayor nivel educativo al de ellos.

En lo que respecta a los profesionistas, opinan que los locutores están capacitados para realizar su trabajo, pero les falta actualizarse en cuanto a información documental que transmiten a los escuchas.

También se puede concluir que el gusto sobre la programación radiofónica recae en las emisiones musicales, preferidas por los estudiantes porque evitan escuchar los comentarios del locutor y únicamente se entretienen con las melodías.

Algunos otros grupos únicamente escuchan radio para tener un rato de distracción sin interesarse en cómo los trate el locutor cuando se dirige a éstos o de cualquier comentario intracendente que realice.

### CONCLUSIONES

En un principio, la radiodifusión se inició con el fundamento y la necesidad de comunicar y mantener unida a la familia. Es claro que el gobierno, al considerar esas posibilidades de gran alcance de este medio de comunicación, decidió participar activamente, al mismo tiempo que limitó a la organización independiente.

A finales de los años 20's y principios de los 30's, los propietarios se percataron que la radio podía ser explotada comercialmente.

Es evidente que la comercialización de la radio trajo consigo beneficios económicos a particulares, pues no existe límite o medida por parte del gobierno para regular ganancias sobre la publicidad, ya que la intencionalidad mercantil tiene como función alcanzar mayor cobertura.

Hay que resaltar a la radio como medio de comunicación, que debe percibirse como un derecho y un servicio comunitario no como un vehículo de una sociedad de consumo. Así, los aparatos de difusión de masa (radio) no operan como simples instrumentos de esparcimiento, diversión, cultura o educación, ni tampoco como instancias informativas, desvinculadas del proceso de producción de la sociedad, como lo tratan de aparentar los sectores monopólicos que los controlan.

En el monitoreo efectuado a las organizaciones de radio: Grupo ACIR, Núcleo Radio Mil y Organización Radio Centro, nos percatamos que pretenden dar una imagen de "renovación constante", un giro de "actualidad", pero sólo cambian los títulos de las emisiones o plagian las ideas de una empresa a otra; en lo único que difieren es sobre la actitud del locutor.

Por lo tanto, la radiodifusión mexicana se ha estancado en el desarrollo de la programación, lo cual se debe a que los propietarios de las estaciones radiofónicas se han conformado sólo en "poner" discos, lo que les genera jugosas ganancias.

En los programas se puede observar la desvalorización de la comunicación locutor-radioescucha por el mínimo interés que le da aquél al dialogar.

Debido al bajo nivel educativo del locutor (emisor) y radioescucha (receptor) advertimos su falta de capacidad para expresarse correctamente.

Asimismo, advertimos la necesidad de que el locutor refleje sus ideas, su personalidad, entusiasmo e impulse al oyente a participar activamente a través de la relación locutor-radioescucha para convertirse en fuente de opinión, de diálogo y no sólo de consumo.

Con los tres programas analizados se manifiesta la intención comercial de la radio, puesto que se persigue captar y aumentar el número de oyentes: a mayor "rating", mayores ventas.

Los concesionarios pretenden dar a conocer "lo bueno" de la radio a través de sus emisiones para "mejorar el uso del lenguaje", "el respeto a las religiones", "la búsqueda de la integridad familiar", "propiciar programas educativos infantiles y motivar" sobre todo, la inclinación natural de la convivencia humana. Lo prudente resultaría que tanto concesionarios como directores artísticos unieran esfuerzos para alcanzar un nivel adecuado y así se emprendería una larga, inteligente, continua y necesaria campaña en favor de la radio, al mismo tiempo que brindaría al escucha nuevas posibilidades de entretenimiento y no sólo la inefable lista de éxitos y la incontenible guía de comerciales.

Tal vez estas intenciones den buenos resultados, pero son difíciles de llevar a cabo. Quizá esto signifique que se debe capacitar a los locutores en un óptimo nivel de profesionalización y quitar del aire programas "chatarra" (que no sirven).

Con el análisis efectuado a los programas "El Regalo Fácil de Radio Felicidad", "Las Preguntas y las Sorpresas" de Radio Mil y "La Hora de los Adoloridos" de Radio Consentida, más

que darse un diálogo a través de la radio, lo que se presenta - es un monólogo a dos voces, puesto que no existe un intercambio efectivo de opiniones entre el locutor y el radioescucha, característica intrínseca de los medios de difusión masiva.

En relación con los diferentes tipos de actitud de los locutores, se destacan los paternalistas "pasivos", hasta los prepotentes "agresivos", pues visten su comportamiento ante el oyente,

Así, en el análisis de los programas, observamos que la actitud del locutor no está relacionada con el tipo de emisión realizada, pues en lugar de proporcionar confianza al participante lo presiona para que conteste.

Nos percatamos que el locutor en ocasiones adopta una actitud de afabilidad ante los participantes, ya que se da un diálogo escueto, porque no se le permite al concursante expresar sus ideas con amplitud.

Sin embargo, como consecuencia de las particularidades del programa (La Hora de los Adoloridos) se notó un extenso intercambio de expresiones por parte del locutor y el radioescucha, pero a nivel de explicitéz muy bajo.

La hipótesis inicial fue: "La relación locutor-radioescucha está determinada por una conducto prepotente de aquél, generada por el hecho de laborar en un medio de comunicación como lo es la radio". Una vez terminada la investigación y concluido el análisis de contenido, así como la investigación de campo, dicha hipótesis se disprueba con los datos obtenidos. Por lo tanto, nosotras asentamos lo siguiente: los locutores adoptan una actitud burlona y afable, pero no del todo prepotente, ya que ésta se da de acuerdo con el estado de ánimo en que se encuentre y no por el simple hecho de laborar en un medio de comunicación electrónico.

En el caso de la segunda hipótesis: "La característica del diálogo locutor-radioescucha está determinada por la acti-

tud que adopta el oyente de acuerdo a su nivel educativo". Podemos afirmar que la calidad y extensión del diálogo se da por la particularidad del nivel educativo del escucha. Dicha hipótesis la comprobamos con la investigación de campo, pues se observó que la mayoría del público cuenta con una baja escolaridad (muestra encuestada) y, dado el caso, de esto dependerá el desarrollo de un diálogo más participativo.

Podemos destacar que sobre la población encuestada (amas de casa, obreros, comerciantes, estudiantes y profesionistas) se observó una gran diversidad de opiniones de acuerdo con el nivel educativo de los mismos; la interpretación de datos arrojó, en esencia, que la actitud del locutor es de una persona apta para desarrollar su actividad, tiene "buen carácter", es alegre y complaciente, además de ser un elemento de utilidad para propiciar una mejor comunicación"; asimismo, manifiestan que no le dan importancia al trato que les dé éste, pues lo que les interesa es tener un rato de distracción al escuchar la radio.

Aquí está, pues, un estudio sobre los cambios de actitud del locutor en la radio cuando dialoga con los escuchas telefónicamente; por ello, consideramos el presente trabajo como material de apoyo para próximas investigaciones sobre un medio (radio) que no ha sido suficientemente diseccionado a pesar de representar, en nuestros días, al medio masivo más omnipresente.

No está en nuestras manos, ni tenemos los recursos para modificar la estructura de la radio comercial en México, puesto que este fenómeno es reflejo de todo un condicionamiento político social y económico general del país, por tanto, la deseada modificación de la manera de funcionar actual de la radio deberá provenir de un trabajo procesual a largo plazo, donde intervengan las diferentes instancias responsables de toda esta problemática.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Abbagnano, Nicola  
Diccionario de Filosofía  
México, F.C.E., 1983
- 2.- Alva de la Selva, Alma Rosa  
Radio e Ideología  
México, Ed. El Caballito, 1982, 132 pp.
- 3.- Berelson, Bernard, et al  
Análisis de contenido  
México, UNAM, ENEP - ACATLAN, S.H., 198 pp.
- 4.- Cremoux, Raúl  
La legislación mexicana de radio y televisión  
México, UAM, 1982, 191 pp.
- 5.- Enciclopedia Ilustrada Cumbre  
México, Ed. Cumbre, 1989, 407 pp. Tomo 5
- 6.- Fernández Christlieb, Fátima  
Los medios de difusión masiva en México  
México, Ed. Juan Pablos, 1982, 330 pp.
- 7.- González Casanova, Pablo  
México Hoy  
México, Ed. Siglo XXI, 1979, 420 pp.
- 8.- Katz, C.S. et al  
Diccionario básico de comunicación  
México, Ed. Nueva Imagen, 1980, 225 pp.
- 9.- Martínez Sousa, José  
Diccionario General de Periodismo  
Madrid, Ed. Paraninfo, 1981, 594 pp.
- 10.- Mejía Barquera, Fernando  
La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano (1920-1960)  
México, Fundación Manuel Buendía, 1989, 195 pp.

- 11.- Mejía Prieto, Jorge  
Historia de la radio y la televisión en México  
México, Ed. Asociados, 1972, 322 pp.
- 12.- Moragas Spa, Miguel De  
Semiótica y comunicación de masas  
Barcelona, Ed. Península, 1980, 373 pp.
- 13.- Ozu, Marti  
Nueva Enciclopedia Larousse  
México, Ed. Planeta, 1981, Vol.7
- 14.- Plan Nacional de Desarrollo 83-88  
México, 1983, 430 pp.
- 15.- Prieto Castillo, Daniel  
Elementos para el análisis de mensajes  
México, Ed. ILCE, 1982, 186 pp.
- 16.- Prieto Castillo, Daniel  
Retórica y manipulación masiva  
México, Ed. Edicol, 1979, 187 pp.
- 17.- Toussaint, Florence  
Crítica de la información de masas  
México, Ed. Trillas, 1982, 91 pp.
- 18.- Vázquez González, Modesto  
Oratoria Radial  
México, Ed. E.M.U., 1974, 187 pp.

HEMEROGRAFIA

- 1.- Boletín Informativo  
"ACIR Radio Comunicación"  
mayo-junio 1987  
México, D.F.  
14 pp.
- 2.- Novedades  
"Programación Semanal"  
12 al 19 de agosto de 1985  
México, D.F.  
18 pp.
- 3.- El Nacional  
Sección Cultural  
27 de abril al 2 de mayo de 1989
- 4.- Novedades  
"Programación Semanal"  
13 al 19 de noviembre de 1989  
México, D.F.  
18 pp.
- 5.- Uno más Uno  
"Debe reformarse la ley de radio"  
4 de julio de 1989  
México, D.F.  
pág. 24
- 6.- Uno más Uno  
"Por la salud del sistema político..."  
Mejía Barquera, Fernando  
4 de julio de 1989  
México, D.F.  
Pág. 24