

4
2 y



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ARAGON**

**EL PERIODISMO RADIOFONICO COMO FORMADOR
DE LIDERES DE COMUNICACION; EL CASO : JOSE
GUTIERREZ VIVO**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACION
COLECTIVA**

P R E S E N T A N:

**CLEMENCIA CEDILLO DOMINGUEZ
MA. DEL CARMEN SILVA ESPINOSA**

Asesor de Tesis: Lic. Jorge Martínez Fraga

San Juan de Aragón; Edo. de México 1991

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



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.

INDICE

Introducción	8
I. Antecedentes de los noticieros radiofónicos	14
II. Contexto de los medios de comunicación en México	27
¡Y se hizo... la noticia radiofónica!	42
III. ¡Y de pronto... aparece la noticia en radio!	
Guión 1 Primeras noticias	43
Guión 2 Primeros noticieros radiofónicos	56
Guión 3 Evolución, permanencia y cambio en los noticieros radiofónicos	71
Guión 4 La radio de hoy y la noticia	85
IV. Los líderes de comunicación en la radio	
Guión 5 Orígenes de los líderes	92
Guión 6 Los líderes en la época de oro de la radio	105
V. Radio Programas de México	
Guión 7 Surgimiento y desarrollo de Radio Programas de México	119

VI. Monitor

Guión 8 Creación y desarrollo de Monitor 133

Guión 9 Organización e integrantes de Monitor 149

VII. José Gutiérrez Vivó: Un Líder de Comunicación 160

Conclusiones 201

Anexos

Cuestionario 207

Glosario 209

Mapas 218

Bibliografía 222

Fonoteca 226

Guiones 226

Hemerografía 227

INTRODUCCION

Desde su surgimiento, los medios de comunicación han representado avance y desarrollo para el hombre. Frecuentemente nos enteramos en cuestión de minutos de lo que sucede en lugares distantes por la facilidad que estos tienen de enlazar al hombre con el resto de sus congéneres.

Los medios se han convertido en elementos cotidianos y ocupan un lugar dentro de los hogares hasta el grado de que en algunas ocasiones se ha llegado a establecer cierta identificación entre emisor y receptor.

La radio y la televisión son quienes tienen mayor alcance, esta investigación se enfoca a la radio. ¿Dónde aparece? ¿Cuándo? ¿Cómo influye en el radioescucha? ¿Por qué? Estas y otras más, son algunas de las interrogantes que nos llevaron a conformarlo.

Esta investigación tiene como objetivos: describir el surgimiento y desarrollo de los noticieros radiofónicos en México de 1920-1988; conocer el surgimiento y desarrollo de la organización "Radio Programas de México" y determinar si José Gutiérrez Vivó, en su calidad de conductor de un noticiero radiofónico, puede ser considerado líder de comunicación.

Las hipótesis de trabajo que se plantearon en esta investigación son las siguientes:

- El conductor de los servicios noticiosos a través de sus comentarios influye en la gente para que adopte determinada posición frente a un hecho noticioso.
- El alto índice de auditorio de un noticiero radiofónico depende, en buena medida, del estilo (lenguaje, tartamudeos, repeticiones, tono, velocidad de la voz, sonidos, pausas, etc.) del conductor.
- El éxito de Monitor de la mañana se debe a la conducción de José Gutiérrez Vivó.

Los medios de comunicación, la radio, sus aspectos actuales y las razones para realizar la investigación se exponen en el CAPITULO I. En el CAPITULO II se presenta el contexto de la radio en México.

En el CAPITULO III se hace un bosquejo histórico de los noticieros en cuanto a primeras noticias radiofónicas y primeros servicios informativos, ya que existe poca bibliografía al respecto.

La radio es uno de los medios de mayor persuasión y efectividad por ello, en el CAPITULO IV se muestra la función persuasiva que tuvo desde su origen, así como el papel que representaba para políticos, propagandistas y gobernantes.

En ese mismo capítulo aparece una remembranza de algunos de los locutores que hicieron época, como Alonso Sordo Noriega y Jorge Marrón mejor conocido bajo el seudónimo de "Dr. I.Q." con el fin de mostrar la influencia que han tenido con el auditorio.

En los noticieros de larga duración RADIO PROGRAMAS DE MEXICO fue de las pioneras incluso, llevaron a cabo la idea de una estación con programación hablada: Radio Red, de ello se habla en el CAPITULO V.

El CAPITULO VI se refiere al Noticiero MONITOR, el modelo más representativo en cuanto a noticieros de larga duración y el de más antigüedad. En este mismo capítulo hablamos de José Gutiérrez Vivó, conductor de este programa.

El CAPITULO VII contiene los resultados obtenidos en la encuesta realizada para comprobar las hipótesis que se manejan en el estudio respecto a los noticieros radiofónicos de larga duración, a "Monitor de la mañana", a José Gutiérrez Vivó y su imagen ante el público.

El trabajo se concibió y realizó como todo proceso de investigación, en el que se contemplan dos partes fundamentales: la de gabinete y la de campo, y que no se dan en forma aislada y sí de manera integral; la primera se refiere principalmente a la búsqueda de material bibliográfico y la segunda abarca entrevistas, visitas a radiodifusoras para recabar la mayor información posible sobre noticieros radiofónicos -origen, desarrollo, etc.- y la encuesta.

La investigación bibliográfica permitió acceder a la información histórica de los noticieros (abarcando desde 1920 hasta nuestros días) y Radio Programas de México.

Es importante señalar que los datos de los libros eran pocos (tanto en contenido como en calidad), conseguir

información sobre la historia de los noticieros nos llevó a revisar periódicos, revistas y tesis donde los materiales se hallaban dispersos.

La información sobre los antecedentes de los servicios noticiosos ha sido complementada con entrevistas a locutores de radio como Rafael Cinta, Mario Iván Martínez y Mario Molina.

Se han tenido que revisar columnas y artículos periodísticos de gente que escribe sobre radio como Joaquín Gutiérrez-Niño, Francisco Taboada, Alma Rosa Alva de la Selva y Florence Toussaint.

Esta parte de la investigación nos ha llevado a un encuentro con locutores, programas e informaciones poco difundidas. Ha sido necesario contemplar este punto dentro del trabajo ya que los noticieros no surgen de improviso sino que forman parte de un proceso de comunicación.

Reunido el material se estudió y clasificó la información, con el fin de redactarla en forma de guiones radiofónicos como si fueran a ser transmitidos al aire. Se eligió este formato por varios motivos, los principales son:

- 1) Siendo una tesis sobre radio será útil e ilustrativo escribirla en guiones porque mostrará una faceta del trabajo que tienen que realizar los futuros estudiosos de la misma.
- 2) Hacer énfasis de la importancia que tiene un guionista en todos los medios en los que tiene ingerencia y en específico en radio, y

3) Después de haber cursado el **Taller de Opción Vocacional Radio**, los guiones son una manera de plasmar lo aprendido a través de su aplicación.

Por otra parte, los guiones tienen características muy particulares:

a) El formato radiofónico tiene la facilidad de trasladar al lector de un lugar a otro al desplegar hechos, acciones, situaciones y juego de personajes.

b) Se busca captar la atención del lector a través de un texto donde el lenguaje utilizado sea claro, sencillo y sobre todo, que refleje una serie radiofónica.

c) El lector al leer (valga la redundancia) el guión, se imaginará las voces, los lugares, los ambientes que ofrece un programa radiofónico.

d) Este formato permite una comunicación cálida y personal entre el emisor y el receptor, evitando la monotonía.

En los guiones existen declaraciones, diálogos, etc. algunos son reales y otros son ficticios, éstos se distinguen de los reales porque encontramos la palabra **CARACTERIZACION** entre paréntesis; para la elaboración de los guiones se tomaron como base varios libros (Véase bibliografía).

Esta parte del trabajo la integran nueve guiones, bajo el nombre de **¡Y se hizo la noticia radiofónica!**. La ficha de identificación de cada uno de ellos indica la serie, capítulo, número, etc.

La elaboración del **CAPITULO VII** implicó buscar en libros de metodología la manera de realizar encuestas: determinar el

lugar donde empezar, el traslado de un lugar a otro, el costo en cuanto a tiempo, dinero, y la disponibilidad de la gente para contestar un cuestionario.

La encuesta se levantó en la colonia Jardín Balbuena. El siguiente paso fue organizar, clasificar e interpretar los datos obtenidos durante la misma.

El tema de la influencia de los noticieros no está agotado. A partir de ese asunto se pueden desprender gran variedad de problemas; tales como el proceso de obtención de la información respecto de otros medios, la relación organizaciones radiofónicas-Gobierno, el análisis de contenido del discurso del conductor*, etc., etc.

En esta investigación se presenta pues, un aspecto que hasta ahora no se había considerado: el investigar la opinión del receptor acerca de un líder de comunicación con alto grado de credibilidad como es el caso de José Gutiérrez Vivó.

*Asunto ya investigado en la ENEP Aragón por Islas Huidobro, Ma. del Carmen. Monitor, el noticiario confiable de la radio? Análisis del noticiario vespertino de XERED, Radio Red. (Tesis).

I. ANTECEDENTES DE LOS NOTICIEROS RADIOFONICOS

"Cada hora, cada minuto nos comunicamos y para ello hacemos uso de un código común que nos permita transmitir nuestras ideas, sentimientos y emociones... ¿Qué sería del mundo si no pudiéramos comunicarnos?" (1).

Las formas y los medios que el hombre ha inventado y empleado para comunicarse, han estado íntimamente relacionadas con el desarrollo de la humanidad como lo señala Engels:

"el dominio sobre la naturaleza, que comenzó con el desarrollo de la mano, con el trabajo, fue ampliando los horizontes del hombre (...). Fue entonces cuando los hombres en formación llegaron a un punto en que tuvieron necesidad de decirse algo los unos a los otros" (2).

Durante las diferentes etapas históricas por las que ha pasado el hombre, la comunicación ha estado presente hasta el punto en que se manifiesta en diversas actividades como por ejemplo la escultura, la cerámica e incluso, los adornos corporales.

Tiempo después, los obstáculos a enfrentar por la comunicación como la lejanía, permanencia e instrucción, llevan al hombre a buscar otros medios, entre ellos descubre la imprenta.

Los libros y diarios surgen con la imprenta sin embargo, no llegan a toda la gente por varias razones: no todos sabían leer, el alto costo y la producción limitada, como consecuencia sólo un pequeño grupo podía tener acceso a los "documentos" (Cfr. Berelson, pág. 1).

El crecimiento de la población, que implicaba un grupo mayor con el cual comunicarse, provoca la búsqueda de otros medios y debido a los avances de la tecnología aparecen el telégrafo, el teléfono y el télex, pero éstos no llegan a mucha gente al mismo tiempo por lo que no se cumple el objetivo principal de la comunicación masiva: llegar a un gran auditorio.

Años más tarde, el cine y el disco amplían el terreno de la comunicación pues llegan a más personas, constituyéndose en el medio de entretenimiento y diversión más novedoso, aunque son costosos y no llegan a un público amplio.

El proceso de la comunicación se desarrolla conforme se hacen más complejas las relaciones sociales que establece el hombre, nace así la radiodifusión la cual libra fronteras tanto en rapidez como en espacio. Entre sus características está la posibilidad de llegar a un mayor número de personas, convirtiéndose en el medio más innovador para la comunicación masiva.

La radiodifusión a nivel comercial se inicia en los Estados Unidos con la estación KDKA de la Westinghouse Electric and Manufacturing Company.

El uso de la radio se empieza a extender y pasa a México (donde es vista como una novedad) y al resto del mundo. Es tanta la popularidad de la radio que en cinco años existen más de 600 estaciones a nivel mundial.

En México los primeros que tienen acceso a la radio son los aficionados, quienes experimentan con ella hasta el

momento en que un grupo de empresarios empieza a utilizarla con fines mercantiles.

El fuerte apoyo económico de este sector logra que la década de los treinta y principios de los cuarentas, sea una de las etapas más esplendorosas, la llamada época de oro de la radio.

Una característica de esta radio es la programación en vivo los cantantes, músicos, actores y locutores transmiten en directo desde las instalaciones. La gente acude a las estaciones donde existen teatros y ahí ven el programa que escuchan en la radio.

Desde sus inicios la radio es utilizada para transmitir música, concursos, mensajes políticos y propaganda, por lo que es un vehículo eficaz para informar, orientar, divertir y manipular haciendo uso de sus características y de las personas que están al frente de los micrófonos.

En estos años el locutor es el alma de las transmisiones, es quien presenta a las estrellas, las entrevista, organiza concursos, en pocas palabras, es el responsable del éxito o fracaso del programa.

El locutor durante esta etapa es un elemento importante, en algunas ocasiones tiene que ser vendedor, publicista, anunciador o bien, creador de frases que identifican a los productos que ahí anuncian. Veamos unos ejemplos: "Al mal tiempo buena cara si usted come con pan Lara" o "Para todo mal Parras Especial para todo bien, también".

Se puede apreciar la influencia y el impacto del comunicador radiofónico al valerse únicamente de su voz para transmitir al oyente emociones, ideas, actitudes y estados de ánimo: la radio es uno de los medios de comunicación que por su calidez atrae a gente y capta su atención.

La radio está en pleno apogeo cuando surge, a nivel comercial a principios de los 50's otro medio de comunicación: la televisión, que empieza a llamar la atención de los empresarios y, por supuesto, del auditorio. Y como señala Guillermo Toscano:

"la llegada de la televisión marcó, sin lugar a dudas, un parteaguas nada benéfico en la historia de nuestra radio" (3).

A causa de la televisión, la situación de la radio cambia totalmente pues el contenido y la calidad de las emisiones es mínima.

"Es bien sabido que con el surgimiento de la televisión (...) las cadenas se olvidaron de los programas en vivo y optaron por la reproducción -y promoción- de grabaciones con música de moda" (4).

Aquellos programas transmitidos en vivo, dentro del marco de competencia entre las emisoras para obtener más auditorio, van desapareciendo. En México al igual que

"en la Unión Americana, la industria discográfica se relacionó estrechamente con la radiofónica, esta última se convirtió en un poderoso apoyo para dar a conocer las grabaciones más recientes y para imponerlas en el gusto del auditorio" (5).

Los concesionarios convierten a la radio en una eficaz vendedora de productos, lo que garantiza su costeabilidad y permanencia. Da principio una etapa en la que la radio se centra, principalmente, en la difusión de música y anuncios.

Entonces la radio inicia un periodo de recesión pues el interés se enfoca cada vez más a la televisión. Es necesario hacer notar que cuando ésta inicia sus actividades, los locutores más importantes de la radio como Paco Malgesto (Francisco Rubiales), Jacobo Zabludovsky y Rubén Zepeda Novelo, entre otros, se van a trabajar a ese medio. Es así como la radio pierde una parte importante que la caracterizó por mucho tiempo: su planta de locutores y junto con ellos, a sus artistas.

Durante esa etapa las actividades del locutor se limitan a dar el nombre de la canción, la hora, enviar saludos, leer notas, etc., y pasa a ser un elemento más en la programación radiofónica.

La recesión continúa casi tres décadas en los que la programación se limita a la repetición de la música grabada, radionovelas de gran impacto en años anteriores y transmisión de eventos deportivos, obviamente, el locutor sigue siendo un elemento secundario.

En los setentas la programación sufre algunos cambios y sobre la base musical empieza a darse paralelamente la información, a través de los noticieros y la programación hablada.

En los ochentas continúan estos cambios. Virginia Avila, articulista del periódico El Nacional, dice:

"en tiempos recientes el cuadrante metropolitano ha visto sacudidas sus viejas y bien aprendidas fórmulas" (6).

Javier López González, Director de Notisistema para el Distrito Federal, afirma:

"llegó el momento de la radio como medio de información (...) la reducción de los tirajes en la mayoría de los diarios y los altos costos de producción de los medios impresos (...) favorecen la consolidación informativa de la radio" (7).

En los últimos años, la programación hablada ha cobrado gran importancia, esto se nota en el mayor tiempo dedicado a los noticieros, entrevistas y comentarios.

En la última década los noticieros radiofónicos se consolidan, inclusive en algunas emisoras el tiempo de transmisión se alarga o se incluye, como es el caso de Radio 620 (a partir de julio de 1988).

Entre las características de estos servicios destaca la del conductor titular y, nuevamente, como en la época de oro de la radio, el locutor es quien imprime un sello muy especial a la transmisión, dándole fuerza y vida; pues cuenta con la habilidad de darle un matiz serio, sobrio, informal, etc., todo depende de la nota que esté dando y de los efectos que desee causar.

Así lo confirma Juan José Bravo Monroy Director de noticieros del Núcleo Radio Mil:

"pienso que mi tarea no sólo se reduce a la fría transmisión de un mensaje; trato de hacer sentir a quien dirijo la palabra que le estoy hablando de cuestiones que le interesan, que se abordan asuntos primordiales, incluso trato temas que le lleguen a tocar sus fibras más sensibles" (8).

A través de su voz el comunicador se crea una personalidad no sólo en cuanto a sexo y nacionalidad, sino a edad, apariencia y aspectos como ternura, aspereza, rudeza, bondad, dulzura, etc., con lo que el oyente se forma una imagen, una opinión del locutor ya sea positiva o negativa.

Por todas sus características este personaje es el **sello**, la "identificación" del noticiero, es quien da una personalidad y un estilo diferente al servicio informativo. Es por ello que se busca a determinados conductores con características específicas como tono de voz, lenguaje, estilo y carisma. En la actualidad:

"el medio radiofónico, por sus características específicas, ha alcanzado un grado tal de importancia que las mismas cadenas televisivas se han obligado a poner especial atención en las emisoras radiales que controlan" (9).

Un ejemplo de ello son las campañas de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal:

"Oiga ¿sabía usted que la radio...? llega todo el tiempo a niños, secretarías, arquitectos, empleados, jóvenes, licenciados, escritores, amas de casa, niñas, productores, salvavidas, locutores, cantantes, papás, costureras, deportistas, ingenieros, meseros, albañiles, profesionistas, traductores, arqueólogos, novelistas, músicos, químicos, agentes de viajes, dentistas, empresarios, físicos, políticos, novios, contadores..." (10).

Hasta aquí hemos hablado de la importancia y penetración de este medio, su eficiencia se puede ilustrar de manera

concreta a través de dos ejemplos: San Juan Ixhuatepec (1984) y el temblor en el Distrito Federal (1985).

San Juan Ixhuatepec, 19 de noviembre de 1984.

"Lástima que la dispersión informativa tendiera a la confusión cada quien hizo lo que pudo, eso sí (...) de cualquier manera la radio vivió de cerca el drama" (11).

La ayuda (víveres, medicina, ropa, etc.) a los damnificados de San Juanico fue solicitada en los primeros momentos a través de la radio. Y antes de que la televisión transmitiera las escenas, los radioescuchas ya estaban enterados de los acontecimientos.

Ciudad de México, 19 de septiembre de 1985. A raíz del temblor la energía eléctrica se corta, la televisión privada y estatal tiene dificultad para salir al aire las líneas telefónicas sufren graves daños pues la central se derrumba; las comunicaciones en el Distrito Federal y con el resto del país son casi imposibles.

Muchas horas después de ocurrido el temblor, varias zonas se encuentran sin energía eléctrica y los receptores que funcionan con pilas son el medio informativo que mantienen en contacto a la población.

La radio es en esos días el medio de comunicación que por sus ventajas y posibilidades, es el único que sobrevive al temblor y a pesar de que las instalaciones del grupo Radio Fórmula se vienen abajo, la radio sigue prestando servicio.

La infraestructura de la radio por ser mínima, logra la comunicación tanto local, nacional e internacional; primero

de manera individual y voluntaria, a través de los radioaficionados, y después en forma coordinada, por parte de las emisoras.

Era común escuchar mensajes como estos "la familia Rodríguez de la colonia Asturias avisa a sus familiares en León, Guanajuato que todos están muy bien" o "a través de nosotros la familia Sánchez Gómez comunica a sus familiares en Los Angeles, California que no les pasó nada". La radio sirvió como un medio de enlace con el resto del país y el extranjero.

San Juan Ixhuatepec y el temblor son dos de los sucesos más sobresalientes manejados por la radio y sus comunicadores en los últimos años. La transmisión casi instantánea de la información y el manejo de ella muestra que actualmente es un medio de gran importancia.

El contenido de los mensajes radiofónicos, los cuales llevan ideas, pensamientos y valores provocan cierto impacto como lo afirma la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal:

"Oiga ¿sabía usted que la radio...? lleva sus productos a nuevos clientes, da a conocer mejor su nombre, le crea una imagen sólida en el mercado, influye en las personas y tiene poder de venta, promociona más rápido sus productos, es su mejor aliado en las ventas personales, le ayuda a lograr sus objetivos de mercadotecnia, fortalece la imagen de su compañía, apoya a sus vendedores en sus ventas diarias, lo mantiene presente en el mercado, le brinda la mejor penetración ¿lo vio? La radio... un medio completo" (12)*.

* El subrayado es nuestro.

Veamos más de cerca lo que se resalta en el mensaje anterior: los sucesos son la materia prima de los noticieros porque en torno a ellos se hacen comentarios, entrevistas, reportajes, críticas, editoriales, etc. La forma en que lo dicen y su repetición constante a lo largo del tiempo de programación, provoca que la gente coincida con esas ideas, esto aunado al estilo y toque humano que le imprime el conductor al comentario.

Por la proyección y ventajas del medio, algunos comentaristas de la prensa escrita han pasado al radio como es el caso de Tomás Mojarro y Ernesto Julio Teissier, entre otros. Este proceso se ha revertido pues cuando apareció la televisión los locutores pasaron de la radio a este medio.

La repetición continua y constante de los mensajes cubre dos funciones: primero, la fugacidad del medio que nos lleva a repetir e insistir en el mensaje para dejarlo claro:

"Diga lo que va a decir, dígallo, diga lo que ya dijo" (13)

y segundo, estos mensajes a su vez son utilizados como un vehículo para reforzar las ideas de los dueños de las emisoras.

En síntesis: la música, comentarios, anuncios y el bajo costo han convertido a la radio en uno de los medios de comunicación más completos y de mayor penetración, a pesar de ello es el menos estudiado. Esto se pudo apreciar en la bibliografía consultada para la elaboración de esta investigación.

Pocos trabajos se han enfocado a ella, como ejemplo tenemos el libro Radio e ideología de Alma Rosa Alva de la Selva y la tesis Los felices del Alba de Felipe Gálvez Cancino.

De la gama de posibilidades que se pueden estudiar de la radio, los noticieros radiofónicos llamaron nuestra atención por varios motivos:

1. La función ideológica que juega el conductor de un noticiero ante el auditorio;
2. La escasa información respecto al origen y desarrollo de los noticieros y
3. El papel que desempeñan al inducir al consumo a través de los anuncios que se incluyen en ellos tal y como lo reconocen los radiodifusores:

"¿Sabía usted que la radio...? Vende botanas, banquetes, carteles, gallos, estambres, cortinas, aviones, triciclos, patines, abrigos, botones, semillas, flores, tapetes, alfombras, pelotas, gorras, paraguas, pelucas, sombreros, lentes, bastones, discos, revistas, latas, tiendas, regalos, servicios, hielo, paletas, cerillos, hornos..." (14).

Veamos este hecho en los noticieros radiofónicos, en éstos al igual que en el resto de la programación, se anuncian productos y servicios; estos programas registran altos índices de audiencia y algunos de ellos tienen cobertura nacional (vía satélite), como resultado la tarifa es un 30% más alta del costo normal.

Los noticieros son vistos como un **escaparate** en donde los patrocinadores anuncian sus productos de manera eficaz

pues los servicios noticiosos se encuentran inmersos en un contexto en el que la radio se ha convertido en un vehículo idóneo para la transmisión de publicidad así como para la difusión de ideología a través de los comentarios hechos por los locutores.

De los diferentes aspectos que se pueden estudiar de los noticieros radiofónicos nos enfocaremos al ideológico pues a través de las noticias y los comentarios, se transmiten ideas, pensamientos, puntos de vista, estados de ánimo y posiciones que hacen que el oyente cambie, reafirme, refuerce o tome determinada actitud frente a un hecho noticioso.

Elegidos los noticieros radiofónicos del Distrito Federal como tema de estudio, fue necesario remitirnos a la clasificación en donde se les denomina de corta, mediana y larga duración (VER GLOSARIO).

Un elemento importante para determinar la influencia del mensaje radiofónico es el conductor, quien debido a los efectos que desee causar imprimirá algunos rasgos (estilo, tono de voz, matices, sonidos, etc.) a los mensajes, lo que dará por resultado un mayor nivel de audiencia.

En este trabajo se estudiarán los de larga duración porque a mayor tiempo de transmisión, mayor información y oportunidad de comentar las noticias. De estos noticieros nos enfocamos a los matutinos porque la información es más amplia, hay más comentarios, son numerosos y cuentan con un alto índice de audiencia.

Nuestro estudio se enfoca a Monitor de la mañana, de Radio Red. Esta emisora se localiza en la frecuencia 110 Kz de amplitud modulada y pertenece a la organización Radio Programas de México (Cfr. Islas Huidobro, pág. 62).

Monitor de la mañana tiene características que lo han hecho diferente a los demás noticieros, para Jorge Pantoja, articulista de la fuente cultural en varios diarios, éstos son sus principales rasgos:

- "1. Se realiza un periodismo vivo y directo.
 2. Los reporteros están siempre en el lugar de los hechos en el momento preciso.
 3. No es un espacio oficioso donde se alaba al gobierno.
 4. Se reportean temas tan cotidianos y al parecer tan mínimos de importancia que se vuelven de gran importancia.
 5. Se dan servicios como la orientación vial de gran utilidad para los manejadores.
 6. Se pasan llamadas del público por más insignificantes que sean los comentarios.
- Pero más que nada, lo que ha convertido al noticiero es el carisma del conductor, que golpea la mesa y se le derrama la bilis en cada noticia" (15).

De las características mencionadas, la que ha innovado a los noticieros de larga duración es el estilo del conductor; este personaje de acuerdo a los efectos que desee causar, imprimirá determinados rasgos a los comentarios, por lo que la gente adopta cierta actitud frente a un hecho noticioso.

II. CONTEXTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO

Empezaremos por ubicar el sistema económico. En nuestro país la empresa privada, tanto mexicana como extranjera, ha conformado grandes núcleos económicos, los cuales dominan determinadas áreas de la producción como la automotriz, de aviación, electrónica, editorial, etc.

La propiedad privada sobre los medios de producción se concentra en unas cuantas personas (las que poseen riqueza material); teniendo el poder económico, dominan otras áreas como la ciencia y la cultura.

Cuando aparece la radiodifusión, que abarca grandes grupos al mismo tiempo, los empresarios ven otra manera de producir bienes materiales e inician diversos proyectos para comercializarla.

El éxito obtenido por los primeros radiodifusores, (ganancias para los dueños de las emisoras, y mayores ventas, para los que ahí se anuncian) provoca que otros empresarios se interesen en el medio. Como Emilio Azcárraga que alguna vez dijo:

"ya se han divertido con este juguete, ahora va en serio, yo no tengo ganas de jugar sino de hacer negocio" (16).

Surgen así, básicamente, estaciones de tipo comercial con diferentes contenidos y productos anunciados, dependiendo del sector al que se dirigen (las estaciones de tipo cultural se dan paralelamente pero con poca fuerza).

Al paso de los años los radiodifusores se integraron para lograr mejoras técnicas y mayores ingresos. Como se ha mencionado anteriormente, uno de los principios de estos grupos es el control sobre los medios de producción y evitar la intromisión de cualquier gente en el campo que dominan. Por ejemplo en el Distrito Federal, seis son los grupos radiofónicos donde se concentran la mayoría de las emisoras.

En nuestros días estos grupos se han organizado perfectamente de tal modo que aunque alguien cuente con un proyecto o con los recursos necesarios, sin el apoyo de éstos no podrá participar libremente en el medio.

Los grupos económicos al ser dueños de los medios dominan la comunicación transmitiendo ideas y formas de pensar, propias de este grupo, asegurando su permanencia en la sociedad al llegar a una diversidad de público a los que suministran información, situándose en un lugar privilegiado de la sociedad además de acrecentar sus ganancias.

La importancia y permanencia de los grupos dominantes en la comunicación es porque todo mensaje transmitido a través de los medios juega un doble papel: mantener la ideología de la clase dominante y acelerar el proceso de producción.

Hablemos un poco sobre la ideología, para Camilo Tauffic:

"es una imagen general de la vida de la sociedad, implica un juicio valorativo sobre el mantenimiento o modificación de su estructura" (17).

Mientras que para André Gorz:

"la ideología es el medio para disolver, mediante la palabra y el pensamiento contradicciones y de devolver a los individuos, idealmente, una realidad que los hechos le enajenan" (18).

La forma y la manera de ver la vida de la clase que posee los medios de comunicación va a ser transmitida mediante los mensajes dados en ellos: la difusión de valores, ideas, juicios y conceptos justifican y refuerzan el sistema económico actual.

Mucho se ha discutido si esa transmisión ideológica se produce de manera inadvertida o inconsciente en la gente. Lo cierto es que los mensajes que en apariencia entretienen, divierten e informan, llevan un contenido que distorsiona la realidad en que viven, y no sólo eso:

"fomentan también la pasividad, la no participación en la dinámica social, tanto física como mentalmente..." (19).

El público se convierte en observador de la comunicación y lo que aparentemente es diversión y entretenimiento, se vuelve manipulación, como lo indica Amparo Moreno:

"Es el tratamiento que se da a los materiales informativos para su comunicación a los receptores: manipulación de hechos cuantitativa y cualitativamente, qué se informa, en qué medida y proporción" (20).

La realidad de las personas está encubierta por imágenes retocadas, ejemplo de esto son los estereotipos de la familia, los hijos, la oficina, etc. que se fijan tanto en la mente de la gente que los hace suyos.

Como hemos mencionado, los medios de comunicación aceleran el proceso de producción, recuérdese que la base de la producción capitalista es el consumo de mercancías, para que aumente indispensable que haya mayor demanda y esto se da a través de la publicidad que crea necesidades inexistentes.

Con el avance tecnológico, el crecimiento de la población y la evolución de las comunicaciones, la publicidad es utilizada para atraer la atención del auditorio hacia el consumo de determinados productos. Tenemos entonces que a mayor publicidad, mayores ventas por lo tanto, más ganancias.

Tratemos esto en relación con la radio, pero para hablar de ella es necesario enumerar sus características:

- "-Simultaneidad: posibilidad de llegar a varias personas al mismo tiempo.
- Instantaneidad: el mensaje radiofónico llega al oyente en el mismo momento en que se emite y se distribuye sin necesidad de la intervención de ningún agente intermediario.
- Largo alcance: una emisora de radio de onda media, de buena potencia puede cubrir un dilatado ámbito (sic).
- Bajo costo per cápita: más bajo que el de ningún otro medio de difusión colectiva.
- Acceso directo a los hogares de los destinatarios: el mensaje radiodifundido (sic) llega al domicilio de cada usuario sin que éste tenga que desplazarse para recepcionarlo" (21).

En las conferencias de comunicación, celebradas en el Teatro de la Ciudadela (junio de 1988), uno de los ponentes mencionó además otras características: mayor cobertura, comodidad y oportunidad, y agrega que la radio está más cerca de uno, no es necesario saber leer para tener acceso a él y algo muy importante: puede echar a volar la imaginación.

En el mundo de la imaginación existen programas que nos llevan a diferentes ambientes y épocas a través de la música, los deportes, radionovelas, noticieros, etc.

En la última década las emisiones noticiosas se han incrementado. Los noticieros producen un doble impacto en la gente: a través de la información y de los productos anunciados en él.

"Otro mecanismo importante de manipulación es la inmediatez de la información. Se crea la necesidad de estar informado de lo último que ha sucedido. Un periódico de la mañana ya está superado por lo que acaba de decir la televisión o la radio" (22).

El auditorio al tener necesidad de mantenerse al tanto de lo que pasa, recibe información que previamente ha tenido un tratamiento y toma actitudes positivas o negativas.

Al existir patrocinadores en este tipo de programas, los productos ahí anunciados tienen mayor impacto en el público porque no se requiere que se les preste atención permanente, fijándose en su mente. Cabe señalar que anunciarse en un noticiero tiene un costo adicional de 30% arriba del precio normal de cualquier programa (musical, entrevista, farándula, etc.).

Este comportamiento ha originado que en radio se incremente el número de noticieros al ser el vehículo adecuado para promocionar ideas y productos. De este modo los noticieros radiofónicos imprimen velocidad al proceso de producción y acortan el tiempo que separa la producción del consumo.

La abundancia de estos servicios obedece a motivos mercantiles pues su sostén depende principalmente de los ingresos por venta de tiempo. Por ello, los noticieros son vistos como una mercancía, pues al tener patrocinadores se obtienen fuertes ingresos por el tiempo de transmisión.

A través de los noticieros también se nos presenta la transmisión de determinadas ideas, que se reflejan en nuestra conducta por lo tanto, mientras más eficaz sea el mensaje e involucre al auditorio tendrá mejores resultados.

Esto no es nuevo, desde la década de los veinte este medio también ha servido para hacer propaganda a los candidatos a la presidencia de la república, como es el caso de Pascual Ortiz Rubio y Lázaro Cárdenas.

En la actualidad se ha ampliado a las actividades de los partidos políticos, el informe presidencial, desfiles, discursos especiales del presidente, etc.; el caso de los partidos políticos es diferente pues aunque tienen espacio dentro del medio para dar a conocer sus ideas es mínimo y en horas donde hay poco auditorio.

Tenemos entonces que el fin de la publicidad es el consumo mientras que el de la propaganda es difundir valores y actitudes. Ambas van unidas pues un mensaje ideológico (noticia, en el caso específico de los servicios informativos) lleva consigo el respaldo de un patrocinador (mensaje comercial).

Los noticieros radiofónicos más que mantener informada a la gente, son un escaparate para el consumo de propaganda por

medio de las noticias que ahí se transmiten. La costeabilidad de los noticieros depende de la venta de tiempo y de la elección de la persona que está al frente del micrófono.

Esto no es tan sencillo como parece, para que los servicios noticiosos tengan el éxito esperado, se buscará una persona con ciertas cualidades al que se ha denominado comunicador, locutor, líder, etc.

Remóntemonos a la época de Aristóteles. En esos tiempos a la persona que maneja el lenguaje para convencer a la gente sobre determinado tema, se le denomina orador.

El filósofo griego considera al orador un elemento importante para la toma de decisiones, pues utiliza todos los recursos a su disposición para convencer al auditorio.

Es por ello que desde esos tiempos, Aristóteles establece que uno de los objetivos de la comunicación es la persuasión, "la conquista de la mente de los hombres por medio de las palabras".

Como se ha mencionado una de las herramientas del orador es el lenguaje, con el cual busca impactar y persuadir al público, ya que mediante el uso de la palabra y de la forma en que se comunique un asunto, se pueden transmitir significados muy sutiles, los cuales cambian el comportamiento y la manera de pensar de las personas.

En nuestros días, a estos personajes se les ha llamado líderes. El fenómeno del liderazgo ha sido considerado un factor psicosocial, producto de las relaciones de los individuos entre sí, ya que necesitan una figura a quien

seguir y con la cual se sientan identificados; es así como el líder asume el rol de representante de los grupos.

El líder obtiene las cualidades y características que le otorgan sus seguidores; y normalmente trata de que su prestigio trascienda a otros campos.

La autoridad o influencia del líder sobre los temas expuestos la ejerce utilizando la persuasión, la sugestión, la coerción, la fuerza, el halago y cualquiera de los medios a su disposición. El líder habla con gran soltura, trata temas de los derechos del hombre, de la necesidad de acabar con los abusos y de reformar o revolucionar esto o aquello.

Raúl Rivadeneira en su libro **Opinión Pública** habla de los líderes formales e informales. Los primeros pertenecen a grupos concretos, constituidos, como es el caso del jefe de un sindicato, el director de una escuela, etc.

Los líderes informales son aquellos que tienen prestigio ajeno a cualquier organización, emiten una opinión que es tomada como autorizada como es el caso de un grupo de amigos en donde uno de ellos es quien dirige.

Para Kimbal Young el líder tiene las siguientes características:

"a) Pueden ser los primeros en plantear o definir una cuestión; b) Tienen especial importancia porque verbalizan y cristalizan sentimientos vagos (...) de las masas; c) Pueden manipular (...) los sentimientos de las masas en favor de sus propios fines..." (23).

El liderazgo se manifiesta a través de diversos comportamientos, por ejemplo en algunos casos, el líder se impone al grupo, no pide opiniones y actúa autoritariamente, sin importarle las inquietudes o desacuerdos que puedan existir entre los miembros del grupo.

Por otra parte hay liderazgos en los que no existe una dirección bien definida, los miembros del grupo hacen lo que creen conveniente o adoptan una actitud pasiva, esperando que se les den instrucciones de trabajo. La conducción del grupo no interesa al líder pues su objetivo es ser reconocido como tal dentro y fuera del mismo.

También existen liderazgos en donde se permite a los subalternos o integrantes del grupo, participar en la toma de decisiones, así como del conocimiento de los objetivos: originando un clima de confianza, de agrado, pues todos se sienten importantes.

La influencia de los líderes varía según el foro, el medio que utilicen y las características de éste. No empleará los mismos elementos un líder en cine, prensa, televisión o radio. Mientras más personal sea el medio, mayor poder tendrá para transformar las opiniones.

"La mayor eficacia de la radio (...) deriva hasta cierto punto de su mayor 'personalismo'. La radio nos habla 'a nosotros' (...); se aproxima más a una conversación personal y por eso puede ser más persuasiva" (24).

Lo que escuchamos diariamente en radio, está relacionado con experiencias que forman parte de nuestra vida, por ello

el auditorio acepta ideas de aquellos con quienes se identifica aunque dependerá también del área donde se desenvuelva, no es lo mismo que domine cualquier tema o uno específico.

La radio es el medio más accesible para mantenernos informados, encontrar a una persona "confiable" para todos los radioescuchas no es fácil debido a la cantidad de estaciones que existen en la zona metropolitana y a la heterogeneidad del auditorio.

En los grupos radiofónicos se consideran las voces de sus locutores como un sello característico; así dependiendo de la organización en que prestan sus servicios, poseen cualidades similares en cuanto a tono y estilo de hablar.

Las características de la radio facilitan al líder elaborar mensajes claros, convincentes y emotivos de manera que el oyente se identifique con determinada idea o posición.

En la actualidad los concesionarios siguen aprovechando estas ventajas, seleccionando gente con ciertas cualidades para lograr un efecto en el público.

Varias investigaciones han demostrado que el estilo y la forma en que los comunicadores presentan su discurso está tan bien preparada que logran en el auditorio modificaciones en los estados de ánimo, imágenes emocionales, juicios y hasta aspiraciones; en forma oculta o deliberada.

En los medios de comunicación se les conoce por diversos nombres: comunicador, locutor, informador, nosotros lo hemos denominado líder de comunicación.

Se le ha llamado líder de comunicación para distinguirlo de cualquier otra persona que puede tener las cualidades para causar impacto pero que no cuenta con un instrumento (llámese medio de comunicación) que le permite llegar a un gran número de personas de diferentes estratos sociales, en varios lugares al mismo tiempo y de manera constante.

No se le ha llamado líder de opinión porque el término es muy general pues éste puede ser un director, un delegado sindical, un político, un dirigente, un estudiante o un ama de casa.

Los líderes de comunicación organizan su mensaje en función de la persuasión, persuasión basada en una serie de recursos como la simpatía personal, la entonación, el acento, el tono de voz, las palabras, sonidos y efectos; y así transmitir pautas de comportamiento.

Los comentarios o las actitudes del comunicador influyen en la gente y el contenido emocional es la base para el impacto que pueda causar. En ocasiones los locutores asombran al público con sus opiniones de este modo, los radioescuchas se hacen a la idea de que alguien habla por ellos y no perciben hasta donde esos comentarios sólo están sirviendo de válvula de escape.

Siempre los temas emocionales tendrán más influencia e impacto que los racionales, por ejemplo si se insiste en la legalización de la pena de muerte pueden llegar a convencer a la gente de que es lo mejor y lo más conveniente. Como el ejemplo anterior hay muchos que se suscitan diariamente en

torno a las noticias, por lo tanto el locutor hará uso de todas sus habilidades para influir e impactar al radioescucha con sus comentarios.

Entonces, lo importante no va a ser lo que se dice sino cómo se dice. Incluso se recuerda más aquella información que sostuvo nuestro punto de vista que la que está en desacuerdo.

Actualmente el conductor juega un papel de gran importancia en nuestra sociedad, en muchas ocasiones la gente llega a afirmar "si lo dijo tal persona, sí lo creo", "Si él lo dice, es cierto".

El informador al estar frente a los micrófonos será responsable de darle prestigio y credibilidad, por ello deberá cumplir con requisitos como voz, estilo, lenguaje y experiencia que imprimirá e identificará a la emisión y finalmente le darán una imagen muy definida con el público.

Los comunicadores al tener acceso a un medio, llevan a la gente a tomar, reafirmar o cambiar su opinión respecto a los temas de actualidad.

Algunos comunicadores llegan a especializarse en determinada área como son medicina y cultura. En ocasiones están en favor o en contra de algún acontecimiento, pueden expresarse de manera enérgica o tomar las cosas a la ligera y no darle importancia. Existen líderes en materia deportiva como Fernando Marcos; en política como Ernesto Julio Teissier; en leyes como Anilú Elías, etc.

En general los líderes tratan de ampliar su campo de acción y de influencia a otros medios, hay muchos que además

de estar en la radio trabajan en televisión o están en la prensa escrita.

Este es el contexto en que se inscriben los noticieros del Distrito Federal y en el que se basará la investigación sobre los servicios informativos de la radio.

CITAS

1. Núñez Peláez, María de Jesús. La comunicación (Guión elaborado por una alumna del Taller de Radiodifusión "Quinta Colorada").
2. Engels, Federico. El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre. pág. 3.
3. Guillermo Toscano, El programa noticioso como alternativa del noticiero tradicional. Ponencia, 2 de mayo de 1983.
4. Medina Avila, Virginia "La radio: espacio más abierto que la TV". El Nacional. 21 de enero de 1989 pág. 2.
5. Medina Avila, Virginia. op. cit. pág. 2.
6. Ibid.
7. Gutiérrez Niño, Joaquín, "Nuevas posibilidades para el periodismo radiofónico". El Nacional. 12 de noviembre de 1984. Secc. de espectáculos, pág. 8.
8. Bravo Monroy, Juan José. "Las noticias y los medios electrónicos". Ponencia, 8 de mayo de 1983.
9. Medina Avila, Virginia. op. cit. pág. 2.
10. Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal. Campaña Agosto de 1988.
11. Gutiérrez Niño, Joaquín. "Cuadrante". El Nacional. México 26 de noviembre de 1984. Espectáculos. pág. 7.
12. Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal. Campaña Agosto de 1988.
13. Cit. por la Dra. Guillermina Baena Paz en la conferencia Formas, medios y lenguaje en la radio popular. 30 de septiembre de 1988.
14. Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal. Campaña Agosto de 1988.
15. Pantoja, Jorge Los servicios informativos de la radio. (Conferencia), viernes 9 de septiembre de 1988.
16. Gálvez Cancino, Felipe. Los felices del alba. pág. 230.
17. Tauffic, Camilo. Periodismo y Lucha de clases. pág. 66.
18. Gorz, André. Historia y enajenación. pág. 128.

19. Moreno Amparo. "Medios de comunicación social: violencia e incomunicación" en El viejo Topo. págs. 20-22.

20. Ibid.

21. Kaplún, Mario. Producción de programas de radio. El guión-la realización. pág. 48.

22. Moreno Amparo. op. cit.

23. Rivadeneira Prada, Raúl. La opinión pública. pág. 199.

24. Berelson, Bernard y otros. Análisis de contenido. pág. 1.

¡Y SE HIZO LA NOTICIA RADIOFONICA!

A continuación se presentan los nueve guiones que conforman esta serie, los cuales se han elaborado de acuerdo, básicamente, a los modelos utilizados por Mario Kaplún y Fernando Curiel. Se ha tratado de conservar el formato, sin embargo tienen algunas modificaciones de acuerdo a los propósitos de la investigación.

SERIE: ¡Y se hizo la noticia radiofónica!

**CAPITULO III: ¡Y de pronto... aparece la
noticia en radio!**

GUION 1: Primeras noticias

GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo

PRODUCCION: Cleca S.A.

DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

1 PERSONAJE FEMENINO

3 PERSONAJES MASCULINOS

1. OPERADOR ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.
2. PERMANECE Y DESAPARECE
3. LOCUTORA ¡Y se hizo la noticia radiofónica! una
4. serie en la que le hablaremos de los hechos
5. que hicieron la historia noticiosa de la
6. radio, de los locutores que la revistieron
7. con su estilo, de una organización que marcó
8. huella en la historia de los noticieros y
9. de un caso diferente de dar la información
10. en nuestros días. ¡Bienvenidos! En este
11. primer programa, conocerá las noticias que
12. dieron origen a los periódicos del aire...
13. ¿Nos acompañan?

1. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
2. LOCUTOR No cabe duda, desde los inicios de la
 3. radiodifusión mexicana, las noticias juegan
 4. un papel de suma importancia en el
 5. desarrollo de este medio de comunicación.
 6. ¿Qué les parece si entramos en materia
 7. noticiosa?
8. OPERADOR RAFAGA
9. LOCUTORA Corre el año 1921 y Estados Unidos es uno de
 10. los países que cuenta con una gran red de
 11. estaciones radiofónicas, su experiencia en
 12. este terreno es muy amplia, al igual que en
 13. Europa donde la radio tiene gran auge.
 14. Mientras tanto, ¿qué sucede en México?
15. OPERADOR RAFAGA
16. LOCUTOR La primera vez que se habla en México de la
 17. telegrafía inalámbrica es en junio de 1920,
 18. cuando la compañía Marconi se dirige al
 19. señor Felizardo Frías, Director General de
 20. Telégrafos Nacionales...
21. SEÑOR FRIAS ¿Qué otro asunto tenemos pendiente señorita?
22. (CARACTERIZACION)
23. SECRETARIA Sólo esta solicitud de la Compañía Marconi en
 24. la que piden una concesión para operar las
 25. estaciones inalámbricas de la Federación.

1. SEÑOR FRIAS Tome nota por favor, estimado señor
2. (CARACTERIZACION) Marconi lamento decirle que el control del
3. servicio inalámbrico, sólo concierne al
4. gobierno de la República Mexicana.
5. OPERADOR RAFAGA
6. LOCUTORA Como podemos apreciar, existen ya algunas
7. personas interesadas en la radiotelefonía. Y
8. es así como el 5 de septiembre de 1920,
9. el presidente Adolfo de la Huerta ordena, a
10. petición del ingeniero Pascual Ortiz Rubio,
11. Secretario de comunicaciones, que se envíe a
12. Europa a un grupo de ingenieros con el fin de
13. especializarse en estudios radiofónicos y
14. poder aplicar lo aprendido a la radio
15. mexicana.
16. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE
17. LOCUTOR 1921 es un año en que las ondas hertzianas
18. vibran en manos de radioaficionados, cuando
19. el 3 de julio es captada la pelea entre Jack
20. Dempsey (YAK DEMPSI) y George Carpentier
21. (YORCH CARPENTIER).
22. OPERADOR ENTRA EFECTO DE AMBIENTE DE CALLE
23. JOVEN 1 ¿Leiste el periódico? te dije que Dempsey
24. (ENTUSIASMADO) (DEMPSI) le iba a ganar a Carpentier
25. (CARPENTIER).
26. JOVEN 2 Sí, de haber sabido le hubiera apostado a él.

1. OPERADOR DESAPARECE EFECTO DE CALLE
2. LOCUTORA Gracias a la telegrafía inalámbrica el
3. resultado de esta pelea llega directamente
4. a México y a otras ciudades como Toluca y
5. Pachuca. Uno de los radioaficionados que
6. capta esa información es el general Guillermo
7. Garza Ramos, quien tiempo después participa
8. en la instalación de la emisora del Buen
9. Tono.
10. LOCUTOR Es entonces cuando, por primera vez en la
11. historia del periodismo mexicano, se tiene
12. información precisa y directa de lo que
13. sucede en un lugar lejano, segundos después
14. de pasar. El periódico El Universal da a
15. conocer al nuevo campeón ¿Se imagina esto?
16. OPERADOR RAFAGA
17. LOCUTORA No conformes con ese logro, los
18. radioaficionados siguen experimentando con
19. sus transmisores con el fin de saber hasta
20. dónde pueden llegar. Y el 27 de septiembre de
21. 1921, El Heraldo informa:
22. OPERADOR ENTRA EFECTO DE CALLE
23. VOCEADOR ¡Extra! ¡Extra! Hoy se efectúan las pruebas
24. de telefonía inalámbrica desde las once de
25. la mañana ¡Extra! ¡Extra!
26. OPERADOR DESAPARECE EFECTO DE CALLE

1. LOCUTORA A las once de la mañana se llevan con éxito
 2. dichas transmisiones desde el Monumento a la
 3. Revolución y son escuchadas en el Castillo de
 4. Chapultepec.
5. LOCUTOR Aún no cesa el júbilo por el éxito de las
 6. transmisiones, cuando otra experiencia tiene
 7. lugar, en el Teatro Ideal, donde se origina
 8. una emisión nocturna de radio, cuyos
 9. animadores son Pedro Gómez y Adolfo Enrique
 10. Fernández.
11. LOCUTORA En la emisión se transmiten sólo dos
 12. canciones, una interpretada por José Múgica
 13. y otra por María de los Angeles Camacho.
 14. Escuchemos sus impresiones:
15. ~~OPERADOR~~ ENTRA MUSICA DE FONDO
16. MARIA DE Sí, ahora recuerdo, festejábamos un
 17. LOS ANGELES cumpleaños nunca imaginé que esa noche iba a
 18. ser escuchada por mucha gente.
19. ~~OPERADOR~~ DESAPARECE MUSICA DE FONDO
20. LOCUTOR Los éxitos en radiotelegrafía continúan y
 21. otra experiencia tiene lugar 24 horas más
 22. tarde, en los llanos de Balbuena, cuando el
 23. piloto Fernando Proal desde su avión logra
 24. comunicarse, a través de telefonía
 25. inalámbrica, con el estado de Hidalgo.
26. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

1. LOCUTORA Septiembre es un mes productivo en
2. acontecimientos noticiosos, sigamos con
3. nuestro relato.
4. LOCUTOR El 19 de octubre de 1921, un joven con
5. grandes inquietudes: Constantino de Tárnava,
6. realiza una transmisión radiofónica más, en
7. la ciudad de Monterrey, marcando otro avance
8. en este terreno.
9. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~
10. LOCUTORA Como se puede apreciar, todos estos
11. acontecimientos van conformando la historia
12. de la radiodifusión mexicana pues a pesar de
13. no haber aparecido en un noticiero
14. radiofónico, son las primeras noticias
15. surgidas en torno y a través de la radio.
16. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE~~
17. LOCUTOR Para 1922 los radioaficionados son cada día
18. más, convirtiéndose en un canal permanente
19. para los periódicos; informando de
20. importantes y novedosas noticias que
21. únicamente ellos captan a través de sus
22. transmisores.
23. LOCUTORA Con esto, los dueños de los diarios de la
24. ciudad ven en la radio un aliado y no se
25. conforman con el servicio de los
26. radioaficionados.

1. LOCUTOR El 2 de enero de 1923 El Universal
2. adquiere un receptor, con el cual obtiene
3. información exclusiva antes que otro
4. diario.
5. LOCUTORA La guerra entre los periódicos por la
6. exclusividad de la noticia, es cada vez
7. más notoria. En febrero, "El Mundo" diario
8. dirigido por Martín Luis Guzmán, anuncia la
9. instalación de una planta receptora en su
10. redacción.
11. LOCUTOR La idea de instalar un aparato receptor en la
12. sala de redacción les permite adelantarse
13. a sus competidores.
14. ~~OPERADOR~~ ENTRA PASODOBLE Y PERMANECE
15. LOCUTOR La plaza está abarrotada, podemos escuchar
16. (CARACTERIZACION) los olés del público, los matadores hacen
17. gala de destreza y valentía...
18. ~~OPERADOR~~ SUBE PASODOBLE, PERMANECE Y DESAPARECE
19. LOCUTORA Así la tarde del domingo 19 de febrero,
20. los lectores y oyentes de "El Mundo" conocen
21. veinte minutos después de concluida la
22. corrida de toros, celebrada en Toluca, la
23. reseña de la misma.

1. LOCUTOR Los treinta programas lanzados "al aire",
2. durante cinco meses, son todo un éxito. Sin
3. embargo, en febrero de 1924 el diario "El
4. Mundo" y con él su receptor, dejan de
5. aparecer.
- ~~6. OPERADOR RAFAGA~~
7. LOCUTORA Como hemos escuchado, los noticieros en la
8. radio no surgen de un día para otro ni
9. de improviso, pero se están dando los
10. primeros cimientos para la aparición de los
11. periódicos "del aire".
- ~~12. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE.~~
13. LOCUTOR En la historia del periodismo mexicano, tiene
14. un sitio destacado el periódico El Universal,
15. el cual al fusionarse con la Casa del Radio
16. se convierte en la primera estación comercial
17. de la ciudad de México. Su inauguración es el
18. 8 de mayo de 1923, denominándose El Universal
19. Ilustrado-La Casa del Radio, transmite martes
20. y viernes, sus siglas son CYL.
21. LOCUTORA El Universal tiene así su estación de radio,
22. pero no para hacer periodismo sino para
23. transmisiones desde salones de baile,
24. complacencias y anuncios.
- ~~25. OPERADOR RAFAGA~~

1. LOCUTOR El 10 de mayo de 1923, más de siete mil
2. radio-oyentes mexicanos reciben por primera
3. vez en sus hogares, un resumen conciso de las
4. noticias que el diario El Universal ofrecería
5. a sus lectores en su edición del 11 de mayo.
6. LOCUTORA Este hecho noticioso marca otro de los
7. intentos de informar al público, antes que la
8. prensa escrita. Los dueños del periódico
9. creen que con esos pequeños adelantos a
10. través de su estación, la gente se
11. interesaría más por la noticia y correría
12. inmediatamente al puesto de periódicos, para
13. enterarse de lo sucedido con mayor lujo de
14. detalle.
15. LOCUTOR Este medio se nutre de la información de los
16. periódicos, abriéndose un espacio para las
17. noticias radiofónicas.
18. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
19. LOCUTORA Escuchemos lo que sucede en los estudios de
20. la emisora del Buen Tono.
21. LOCUTOR 14 de septiembre de 1923... Aquel día se da a
22. conocer la noticia del resultado de la pelea
23. Dempsey (DEMPSI)-Firpo, la estación del Buen
24. Tono propiedad de la cigarrera del mismo
25. nombre y localizada en esa calle, obtiene la
26. primicia de esta transmisión.

1. LOCUTORA Ese día los técnicos José Fernando Ramírez,
2. Guillermo Garza Ramos y José de la Herrán, se
3. encuentran instalando las partes del
4. transmisor de quinientos watts que Raúl
5. Azcárraga acaba de adquirir en Estados Unidos
6. para esa estación.
7. LOCUTOR Cuando a las diecinueve diez horas es captada
8. la transmisión de la pelea Dempsey (DEMPSI)
9. Firpo, la estación tenía "al aire" sólo 60
10. minutos.
11. LOCUTORA Esta emisión es captada indirectamente, es
12. decir "comunicada" de un locutor a otro hasta
13. llegar al que la transmite "al aire". La
14. radio se convierte en un rival de la prensa,
15. pues la instantaneidad, una de las
16. características del nuevo canal de difusión,
17. es insuperable al transmitir los
18. acontecimientos.
19. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
20. LOCUTOR Al día siguiente de su inauguración, el 15 de
21. septiembre de 1923, los micrófonos de la CYB
22. son utilizados para que el rey Alfonso XIII
23. dé un mensaje a los españoles que viven en
24. México.

1. LOCUTORA En la CYB se origina el primer
2. reportaje radiofónico de una corrida de
3. toros, patrocinada por la fábrica de cigarros
4. del Buen Tono. El locutor de aquella emisión
5. es Jorge Marrón, conocido tiempo después bajo
6. el seudónimo del "Dr. I.Q.". Señalaremos
7. finalmente que la CYB desde su inauguración
8. en 1923, transmite un breve boletín
9. comercial.
10. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
11. LOCUTOR Esto es lo más sobresaliente en materia
13. radiofónica durante 1923:
14. LOCUTORA La CYL de El Universal empieza a difundir
15. noticias de manera regular al ser patrocinada
16. por este diario.
17. ~~OPERADOR~~ LUP
18. LOCUTOR En ese mismo año los micrófonos de la CYL son
19. utilizados por el candidato a la presidencia
20. Plutarco Elías Calles, para su campaña
21. presidencial.
22. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTOR La información para la elaboración de este
 2. programa fue tomada de la tesis "Los felices
 3. del alba" de Felipe Gálvez Cancino,
 4. de los libros "Periodismo en Micrófono" de
 5. Armando de María y Campos e "Historia de la
 6. Radio y la Televisión" de Jorge Mejía Prieto.
7. OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON
 8. RUBRICA
9. LOCUTORA Participaron en este programa:
 10. _____
 11. Se despiden de ustedes :
 12. _____
13. DIRECCION: _____
 14. PRODUCCION: _____
 15. GUION: _____
 16. MUSICACION: _____
 17. OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA PRIMERA CINTA -

SERIE: ;Y se hizo la noticia radiofónica!

**CAPITULO III: ;Y de pronto... aparece la
noticia en radio!**

GUION 2: Primeros noticieros radiofónicos

GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo

PRODUCCION: Cleca S.A.

DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

4 PERSONAJES MASCULINOS

1. OPERADOR ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.
2. PERMANECE Y DESAPARECE
3. LOCUTORA Nos da gusto que estén con nosotros, como
4. recordarán, en el programa anterior hablamos
5. de las primeras transmisiones radiofónicas
6. en México y de la aparición de las primeras
7. estaciones. Sigamos con nuestro relato.
8. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE

- 1.LOCUTOR El 20 de marzo de 1924 surge la CYX del
 2. periódico Excélsior. Esta emisora tiene como
 3. objetivo principal la difusión de la cultura
 4. y la propagación de las noticias más
 5. importantes recibidas en la redacción.
- 6.LOCUTORA Entre los éxitos de la emisora está la reseña
 7. del vuelo que realiza el piloto Emilio
 8. Carranza en 1928. Este trayecto se transmite,
 9. hasta el momento en que se estrella el
 10. aparato.
- 11.LOCUTOR La emisora Excélsior permanece "al aire"
 12. durante ocho años y es clausurada cuando las
 13. autoridades prohíben la instalación de su
 14. planta y antenas en el primer cuadro de la
 15. ciudad, poco antes de su clausura sus siglas
 16. cambian a XEX.
- 17.LOCUTORA El tiempo sigue su marcha, y diversos grupos
 18. económicos empiezan a interesarse en la
 19. radiodifusión.
- 20.~~OPERADOR~~ ~~ENTRA GOLPE MUSICAL~~
- 21.LOCUTOR Noticia de último minuto... Con profunda pena
 22.(CARACTERIZACION) comunicamos a ustedes que hace unos minutos
 23. fue asesinado el general Alvaro Obregón en el
 24. restaurante "La Bombilla" en San Angel...

1. LOCUTORA La noticia de la muerte de Alvaro Obregón
 2. consterna a los capitalinos y despierta
 3. enorme expectación en los oyentes. La
 4. estación CYE de la Secretaría de Educación
 5. Pública transmite los pormenores del juicio
 6. seguido al homicida, José León Toral y sus
 7. cómplices.
8. OPERADOR RAFAGA
9. LOCUTOR Otra fecha memorable para la estación del
 10. Buen Tono y para la historia noticiosa de la
 11. radio, es el 20 de octubre de 1929, cuando se
 12. transmite en México, lo que se consideró el
 13. primer evento deportivo: la corrida de Manuel
 14. Jiménez "Chicuelo", el narrador es el
 15. profesor Rosendo Arnaiz.
16. OPERADOR RAFAGA
17. ROSENDO ARNAIZ No cabe duda, una vez más Manuel Jiménez ha
 18. (CARACTERIZACION) hecho gala de valor y valentía, el público
 19. estuvo de su parte.
20. LOCUTORA Debemos señalar que ese mismo día en la CYB
 21. sale "al aire" el primer semanario taurino y
 22. deportivo "Seda y oro", a cargo de Rosendo
 23. Arnaiz.
24. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTOR La radiodifusión en Europa y Estados Unidos
2. había dejado de ser una novedad mientras
3. tanto, en la ciudad de México, la radio cobra
4. auge y las estaciones de los periódicos El
5. Universal y Excélsior, están interesadas en
6. dar noticias.
7. LOCUTORA Aunque sin horario fijo, estas emisoras
8. transmiten los principales acontecimientos
9. noticiosos.
10. LOCUTOR Llegamos al 19 de febrero de 1930 y la
11. estación CYB transmite la primera entrevista
12. radiofónica, el locutor en aquella tarde
13. es Enrique Arizmendi.
14. OPERADOR RAFAGA
15. ENRIQUE Desde los micrófonos de la CYB los saluda
16. ARIZMENDI su amigo Arizmendi. Hoy en su programa
17. (CARACTERIZACION) "Seda y Oro" tendremos el agrado de llevar
18. hasta sus hogares una conversación con
19. Carmelo Pérez. El ha sido una gran figura de
20. los ruedos, a lo largo de su trayectoria
21. taurina ha cosechado muchos éxitos, pero
22. escuchemos cómo ha llegado a ocupar ese
23. sitio...
24. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTORA El 28 de julio de 1930, aparece Radio
2. Mundial, propiedad del ingeniero Félix F
3. Palavicini (PALAVICHINI), quien pone en el
4. cuadrante de los receptores de la ciudad, el
5. primer periódico hablado de México,
6. patrocinado por El Universal.
7. LOCUTOR Palavicini (PALAVICHINI) para esto, adquiere
8. con anterioridad la planta de transmisiones
9. CYJ que la compañía General Electric (GENERAL
10. ELECTRIC) había usado desde 1924. Forma un
11. grupo de redacción con Gonzalo de la Parra,
12. como jefe y Luis Palafox como secretario.
13. LOCUTORA El periódico hablado de Palavicini
14. (PALAVICHINI) tiene una duración de sesenta
15. minutos, transmitiéndose de siete a ocho de
16. la mañana, repitiéndose de ocho a nueve y
17. sale "al aire" por tercera vez de 22:00 a
18. 23:00 horas.
19. LOCUTOR ¿Le gustaría saber cómo se hizo este
20. noticiero?
21. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
22. LOCUTORA Sobre un rollo de papel se pegan las noticias
23. que se van a leer. De este modo miden
24. matemáticamente los metros de texto que hacen
25. falta para una hora de transmisión.

1. LOCUTOR En la cabina, dos hombres leen los anuncios y
2. las notas que contienen la información
3. turnándose cada quince minutos. Al inicio del
4. noticiero suena la campana, se da el
5. santoral, la información local y extranjera,
6. y la lectura de boletines informativos de las
7. distintas agencias noticiosas.
8. LOCUTORA Siguen los anuncios de veinte palabras,
9. inmediatamente el editorial "Palavicini
10. (PALAVICHINI) dice" que ocupa una cuartilla y
11. media y se lleva dos minutos "al aire".
12. Después siguen los cables sociales y
13. personales; en la edición matutina el crimen
14. de la víspera y en la edición nocturna, el
15. crimen del día, finaliza el noticiero con
16. crónica de teatro o cine. Los lunes, crónica
17. de toros y la crónica de la semana comentada
18. por Juan Durán y Casahonda.
19. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
20. LOCUTOR Este "diario hablado" tiene una amplia
21. difusión, convirtiéndose en una estación
22. conocida en diferentes puntos del Continente
23. Americano, incluso, los anuncios llegan a
24. costar noventa pesos.

1. LOCUTORA Radio Mundial desaparece poco tiempo después
2. de la inauguración de la XEW. Es así como
3. dentro del periodismo radiofónico el
4. ingeniero Félix F. Palavicini (PALAVICHINI)
5. ocupa un lugar importante.
6. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE~~
7. LOCUTOR La XEW "La Catedral del Radio", aparece el 18
8. de septiembre de 1930 empezando una nueva
9. etapa en la comercialización de la radio
10. mexicana, ejemplo de esto son las palabras de
11. Emilio Azcárraga:
12. EMILIO Ya se han divertido con este juguetito ahora
13. AZCARRAGA va en serio, yo no tengo ganas de jugar sino
14. de hacer negocio.
15. LOCUTORA ;Y por supuesto... Emilio Azcárraga lo hizo!
16. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~
17. LOCUTOR Para la radiodifusión mexicana, 1930 es un
18. año productivo no sólo por los cambios
19. notorios en la calidad de la producción, sino
20. porque el general Pascual Ortiz Rubio la
21. utiliza durante su campaña presidencial,
22. dándole un giro a las emisiones radiofónicas.
23. LOCUTORA Las características de la radio son de gran
24. importancia, pues a las pocas horas de
25. sucedido un acontecimiento, ésta se difunde
26. inmediatamente.

1. LOCUTOR No obstante, los diarios representan vastos y
2. poderosos intereses, las estaciones no desean
3. una lucha con los diarios por la difusión de
4. las noticias.
5. LOCUTORA Lejos de aprovechar su ventaja, las
6. estaciones de radio hacen todo lo posible por
7. disminuir la difusión y propagación de
8. noticias, tratando con esto de evitar
9. problemas con los diarios.
10. LOCUTOR Sin embargo, los acontecimientos de esa época
11. hacen que las estaciones cuenten con
12. un gran número de noticias. Los diarios no se
13. lo esperan, la radio invade el campo de la
14. información.
15. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
16. LOCUTORA En 1931, al ver los periódicos la competencia
17. de la radio, presionan a las radiodifusoras
18. con la publicación gratuita, de propaganda de
19. casas comerciales. Las estaciones dejan de
20. transmitir noticias ante este hecho.
21. LOCUTOR Aunque se dan algunos sucesos por radio no
22. llega a existir un periódico hablado como el
23. de Palavicini (PALAVICHINI).

1. LOCUTORA En 1931 únicamente la XEFO transmite un
2. boletín de espectáculos, en éste se anuncian
3. crónicas de teatro, breves ensayos sobre
4. literatura teatral, relatos de espectáculos y
5. en fin, todo cuanto puede ser noticia
6. importante.
7. LOCUTOR La XEFO es la estación oficial y política del
8. Partido Nacional Revolucionario, antecedente
9. del Partido Revolucionario Institucional
10. (PRI). A la XEFO le toca iniciar el reportaje
11. político en radio, durante la campaña
12. presidencial de Lázaro Cárdenas.
13. LOCUTORA Mientras todo esto sucede, las demás
14. estaciones se limitan a anticipar las
15. noticias que habrán de publicar los
16. periódicos al día siguiente. Esta información
17. la proporcionan en boletines.
18. LOCUTOR La situación sigue así hasta 1932, cuando la
19. crisis se precipita con motivo del rapto del
20. hijo del millonario Lindberg. Este
21. suceso es una fuente ininterrumpida de
22. noticias y constituye un acontecimiento
23. periodístico que la radio no puede dejar de
24. transmitir.
25. OPERADOR LUP

1. LOCUTOR Hasta el momento no se tiene ninguna noticia
2. (CARACTERIZACION) sobre el paradero del pequeño Lindberg, hijo
3. del famoso aviador Charles Lindberg, las
4. investigaciones continúan en Nueva Jersey
5. (Yersi), seguiremos informando.

6. OPERADOR RAFAGA

7. LOCUTORA Otra información importante es la pérdida de
8. los pilotos españoles Barberan y Coller en
9. 1932, ellos realizan uno de los primeros
10. vuelos en México. Las estaciones llegan a
11. interrumpir sus programas para calmar la
12. inquietud del público sobre la suerte de
13. éstos.

14. OPERADOR LUP

15. LOCUTOR Informamos que aún no se tienen datos sobre
16. el paradero de los pilotos Barberan y Coller,
17. estamos pendientes y en cuanto haya algo se
18. lo daremos a conocer.

19. OPERADOR RAFAGA

20. LOCUTORA Las grandes cadenas radiodifusoras están
21. informando constantemente sobre los pilotos y
22. una vez más, la radio se adelanta en la
23. distribución de noticias.

1. LOCUTOR En 1933, la XFX estación de la SEP, bajo la
2. dirección de Agustín Yáñez crea un
3. radioperiódico retomando así el ejemplo de
4. Palavicini (PALAVICHINI).
5. LOCUTORA La XFX desde el inicio de sus transmisiones
6. hasta el cierre de estación da, cada hora,
7. pensamientos de algún autor selecto. Esto
8. viene a ser como la rúbrica cultural de los
9. trabajos del día, este programa se encuadra
10. en el género de radioperiódico cultural.
11. LOCUTOR En ocasiones se dan clases de vocalización
12. para educadores, notas enciclopédicas, además
13. de la información cultural. Con todo esto, se
14. integra el periódico educativo.
15. LOCUTORA Este periódico da amplia publicidad a los
16. mensajes presidenciales y a las declaraciones
17. del secretario del ramo. La XFX hace
18. diariamente una editorial acerca de la
19. educación pública.
20. LOCUTOR Otro servicio de esta emisora de la SEP, son
21. las efemérides diarias, de carácter general,
22. educativa y proletaria.
23. OPERADOR RAFAGA

1. **LOCUTORA** Para 1934 la XFX transmite diariamente a las
2. 7:30 de la mañana el noticiero general y los
3. martes y viernes una revista infantil. El
4. domingo, para sustituir al periódico
5. educativo, se transmite la "Revista del aire"
6. de las 14:00 a las 17:30 horas, cuenta con
7. las siguientes secciones: crítica de cine,
8. teatro, música, novedades editoriales,
9. lecciones de historia y geografía y para
10. terminar, Leyendas de la Nueva España. En
11. 1935 es suprimido este periódico educativo.
12. **LOCUTOR** En 1937 la XFX con las iniciales XEDP pasa a
13. depender del Departamento Autónomo de Prensa
14. y Publicidad, limitándose a transmitir
15. boletines de las diversas Secretarías de
16. Estado y de los llamados Departamentos
17. Autónomos del Ejecutivo.
18. ~~**OPERADOR** ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
19. **LOCUTORA** Mientras tanto, el público ya acostumbrado a
20. la información "del aire" extraña las
21. noticias. Entonces nace el primer noticiero
22. de la XEW "El Oído del Mundo", inaugurado el
23. 20 de septiembre de 1935 a las 19:30 horas y
24. patrocinado por la Cervecería Cuauhtémoc de
25. Monterrey.

1. LOCUTORA Entre las notas que se dieron a conocer está
2. la información del asesinato del gobernador
3. electo de Veracruz, Manlio Fabio Altamirano,
4. en el Café Tacuba de la Ciudad de México.
5. LOCUTOR Subrayemos que la emisión de esta noticia se
6. dio a conocer apenas 10 minutos después de
7. sucedido. Se informa también sobre la
8. balacera en la Cámara de diputados en ese
9. año... Así termina 1936.
10. LOCUTORA Como hemos podido apreciar, desde esos
11. tiempos, grandes empresas comerciales
12. patrocinan los servicios noticiosos de la
13. radio.
- ~~14. OPERADOR ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
15. LOCUTOR Una vez más el tiempo ha llegado a su fin,
16. aún tenemos muchas anécdotas que contarle.
17. Esperamos nos acompañe en el siguiente
18. programa.
19. LOCUTORA La información para la elaboración de este
20. programa fue tomada de la tesis "Los felices
21. del alba" de Felipe Gálvez Cancino, de los
22. libros "Periodismo en Micrófono" de Armando
23. de María y Campos e "Historia de la Radio y
24. la Televisión" de Jorge Mejía Prieto.
- ~~25. OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON~~
26. RUBRICA

1. LOCUTORA

Participaron en este programa:

2.

3.

Se despiden de ustedes :

4.

5.

DIRECCION: _____

6.

PRODUCCION: _____

7.

GUIOM: _____

8.

MUSICACION: _____

9.

OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA SEGUNDA CINTA -

SERIE: ¡Y se hizo la noticia radiofónica!

**CAPITULO III: ¡Y de pronto... aparece
la noticia en radio!**

**GUION 3: Evolución, permanencia y cambios en
los noticieros radiofónicos**

GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo

PRODUCCION: Cleca S.A.

DURACION: 30 minutos

PERSONAJES:

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

3 PERSONAJES MASCULINOS

1 PERSONAJE FEMENINO

1. ~~OPERADOR~~ ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.

2. PERMANECE Y DESAPARECE

3. LOCUTORA Bienvenidos al tercer programa de la serie ¡Y

4. se hizo la noticia radiofónica! Este día

5. termina la historia de los noticieros "del

6. aire" ¿Continuamos?

7. ~~OPERADOR~~ ENTRA MUSICA DE FONDO, PERMANECE Y DESAPARECE

8. LOCUTOR Desde los micrófonos de la XEW tenemos el

9. (CARACTERIZACION) agrado de anunciar el programa "El mundo en
10. su Casa"...

11. LOCUTORA El 3 de agosto de 1937 sale "al aire" esta

12. revista con una duración de 30 minutos, la

13. compañía cigarrera "La Moderna de Monterrey"

14. es quien la patrocina.

1. LOCUTOR El "Mundo en su casa" es emitido por la XEW
 2. en amplitud modulada y XEWW en onda corta,
 3. este es el segundo noticiero de la estación y
 4. contiene secciones de noticias, ciencia
 5. política, información sobre arte, entrevistas
 6. a personajes famosos, chistes, editoriales,
 7. secciones de música y anuncios, este
 8. noticiero tiene gran audiencia.
9. LOCUTORA En 1937 la Universidad Nacional Autónoma de
 10. México, a iniciativa del crítico musical José
 11. Barros Sierra, comienza las transmisiones de
 12. una revista musical que contiene noticias
 13. sobre música, críticas de los conciertos
 14. locales, reseñas de libros y comentarios
 15. sobre discos.
16. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
17. LOCUTOR Llegamos a octubre de 1938 año en que aparece
 18. la XEQ, quien aparte de tener programas
 19. musicales también cuenta con noticieros.
20. LOCUTORA 1939 es importante para los noticieros
 21. radiofónicos, pues la XEB es la primera
 22. estación que instala un teletipo. Este
 23. pertenece a la cadena de servicios
 24. de la Prensa Unida, la primera agencia en
 25. establecer el servicio de noticieros por
 26. radio.

1. LOCUTOR En un principio, las noticias se transmiten
2. por comunicación inalámbrica desde Estados
3. Unidos. Los primeros telegrafistas que
4. enviaron las noticias en esa forma fueron
5. mexicanos.
6. LOCUTORA Cuando se establecen los teletipos en otras
7. estaciones, las noticias se transmiten en
8. forma continua y son elegidas según el
9. criterio de los encargados del mismo.
10. Tiempo después la selección del tipo de
11. información que debe pasar "al aire" es hecha
12. por los clientes.
13. LOCUTOR La XEB montó su teletipo en noviembre de
14. 1943, a través de él recibe innumerables
15. opiniones de comentaristas que hablan sobre
16. los sucesos más destacados del momento.
17. OPERADOR RAFAGA
18. LOCUTORA Una vez que hemos leído la opinión de nuestro
19. (CARACTERIZACION) comentarista norteamericano, le invitamos a
20. escuchar el noticiero de las 8:30 de la
21. mañana, y no olvide las emisiones de las
22. 14:00, 18:30 y 22:30.
23. LOCUTOR Cuando llega una noticia de interés a la XEB
24. es transmitida por las repetidoras que
25. interrumpen cualquier programa, así el
26. público podrá informarse de lo ocurrido.
27. OPERADOR RAFAGA

1. LOCUTORA El "Diario Hablado de México" es otro de los
 2. noticieros de la XEB, transmite las noticias
 3. durante el día. Las últimas informaciones que
 4. recibe la XEB de la Prensa Unida se
 5. transmiten a las 23:45.
6. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
7. LOCUTOR En 1942 aparece la XEOY "Radio Mil" que
 8. durante muchos años es la más fuerte
 9. competidora de las estaciones de Azcárraga.
10. LOCUTORA La estructura y éxito de esta estación se
 11. atribuye a Ricardo Hinojosa, quien incluyó en
 12. la programación de Radio Mil transmisiones de
 13. béisbol, toros y espectáculos.
14. LOCUTOR Entre los programas que destacan por su gran
 15. aceptación en esa época se encuentran las
 16. reseñas taurinas de Pepe Alameda y Paco
 17. Malgesto, las crónicas de béisbol de Eduardo
 18. Orvañanos y los comentarios hípicos de
 19. Joaquín Villasana.
20. LOCUTORA Otro comentarista de Radio Mil fue el
 21. periodista Félix F. Palavicini (PALAVICHINI),
 22. conocido por su rúbrica "Hasta aquí hoy...
 23. continuaré mañana".
24. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~

1. LOCUTOR En 1942 sale "al aire" el noticiero de la
2. Cadena Radio Continental. Ahí destacan las
3. colaboraciones de Pedro Ferriz, Fernando
4. Marcos y Gonzalo Castellot, entre otros.
5. OPERADOR RAFAGA
6. LOCUTORA Para el año 1944 varios acontecimientos
7. periodísticos tuvieron lugar: "El Diario
8. Hablado de México" de la XEB, empieza a
9. transmitirse a las 14:00, a las 18:30, 22:30
10. y 3 minutos de noticias condensadas antes del
11. cierre de estación, a las 12:00 de la noche.
12. OPERADOR LUP
13. LOCUTOR En esta época la XEQ y la XEB están dando
14. gran importancia a los noticieros
15. radiofónicos, los cuales forman parte de su
16. programación diaria.
17. OPERADOR LUP
18. LOCUTORA La XEW establece un convenio con la Prensa
19. Asociada para brindar un mejor servicio de
20. noticias.
21. OPERADOR LUP
22. LOCUTOR En noviembre de 1944 la XEB es la primera que
23. da a conocer, antes que las demás emisoras,
24. el triunfo de Franklin Delano Roosevelt
25. (RUSVELT), en la elecciones para presidente
26. de los Estados Unidos de Norteamérica.
27. OPERADOR LUP

1. LOCUTORA En la misma época la XEB transmite un
2. noticiero cinematográfico llamado "Cámara y
3. camarazo" dirigido por un locutor apodado
4. Lumiere (LUMIER).
5. OPERADOR LUP
6. LOCUTOR Otro noticiero cinematográfico famoso es el
7. llamado "La ciudadana del aire" en la XEB,
8. así termina 1944.
9. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
10. LOCUTORA En 1945 la radio se convierte en un vehículo
11. eficaz para dar a conocer los acontecimientos
12. de la Segunda Guerra Mundial, ofreciendo
13. información oportuna de los sucesos, con lo
14. cual sigue ganando terreno a la prensa.
15. OPERADOR LUP
16. LOCUTOR Acaba de llegar a nuestra redacción un cable
17. (CARACTERIZACION) anunciando la muerte del mandatario
18. estadounidense Franklin Delano Roosevelt
19. (RUSVELT) debido a un paro cardíaco. Como se
20. recordará Roosevelt (RUSVELT) estaba en su
21. tercer periodo como presidente. A él le tocó
22. enfrentar las consecuencias del "crack"
23. económico de 1929 e impulsó la creación de la
24. Organización de las Naciones Unidas (ONU),
25. entre otras.

1. LOCUTORA La XEB gracias a su teletipo es la primera en
2. dar a conocer este hecho, la noticia es
3. recibida a las 16:01 transmitiéndola
4. inmediatamente, mientras que la XEW la capta
5. a las 16:04, Radio Mil a las 16:05 y a la
6. XEQR llega a las 16:23 horas. Como vemos, la
7. lucha por la exclusividad de la noticia se da
8. fuertemente entre las emisoras.
9. OPERADOR RAFAGA
10. LOCUTOR En 1946 la XEOY realiza frecuentes controles
11. remotos, por su parte la XEQ, XEB y XEW
12. transmiten noticieros.
13. LOCUTORA En 1947 a cargo de Gabriel Montes de Oca, la
14. sección informativa de Radio Mil, transmite
15. la noticia de la invasión de los aliados a
16. Europa durante la Segunda Guerra Mundial.
17. LOCUTOR La noticia es ganada por el servicio
18. informativo de Radio Mil y difundida por sus
19. estaciones.
20. LOCUTORA En el mes de octubre de ese mismo año, surge
21. la XEX de Alonso Sordo Noriega. La
22. programación está formada por noticias,
23. deportes y comentarios sobre toros, música y
24. teatro por lo que años más tarde, la XEX
25. tiene grandes éxitos.

1. LOCUTOR Mientras tanto, el noticiero "Carta Blanca"
- 2.. de la XEW se transmite a las 14:35, 19:00 y
3. 22:45 horas. El noticiero es producido por
4. Pastor Williams y Ramón Carreño, y conducido
5. por Luis Ignacio Santibañez.
6. LOCUTORA Otro importante noticiero de la XEW es
7. "Eureka", transmitido diariamente a las 8:00
8. de la mañana.
9. LOCUTOR El gran éxito de la XEW lo constituían los
10. dos "Diarios relámpagos" leídos por Alvaro
11. Gálvez y Fuentes, las crónicas taurinas de
12. Pepe Alameda y la información cinematográfica
13. del locutor que firmaba bajo el seudónimo de
14. Lumiere (LUMIER).
15. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~
16. LOCUTORA En mayo de 1949, la XEOY pasa a manos de
17. Radio Programas de México y es convertida en
18. la primera estación que transmite durante sus
19. 18 horas "al aire", exclusivamente noticias.
20. LOCUTOR Este sistema no funcionó, esto fue inesperado
21. pues en Estados Unidos estas emisoras de
22. "sólo noticias" tienen gran éxito.
23. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~

- 1.LOCUTORA A principios de los años cincuentas el
2. contenido de los servicios informativos se
3. está comercializando, un ejemplo son las
4. reseñas de eventos deportivos que dejan
5. grandes ganancias a los dueños de las
6. emisoras.
- 7.LOCUTOR En estos años, casi todas las estaciones
8. cuentan con servicios informativos destacando
9. en esta materia la XEQ, XEB, XEW, XEOY y XEX.
- 10.OPERADOR RAFAGA
- 11.LOCUTORA En 1952 la XEX es la única estación en
12. México, que transmite la Olimpiada desde
13. Helsinki, Finlandia. Otro triunfo de la XEX
14. es la transmisión de la Segunda Carrera
15. Panamericana, su competidora la XEW también
16. cubre el evento, pero la XEX deja aquella vez
17. muy atrás a la estación de Azcárraga en
18. coordinación y oportunidad informativa.
- 19.LOCUTOR Otro evento que cubre la XEX es un control
20. remoto desde Ixcateopan, donde otras
21. radiodifusoras por las dificultades técnicas
22. y la falta de energía eléctrica, desisten.
- 23.OPERADOR RAFAGA

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

1. LOCUTORA Las investigaciones realizadas por la
2. (CARACTERIZACION) profesora Eulalia Guzmán indican que los
3. restos de Cuauhtémoc, el último emperador
4. azteca, se encuentran en Ixcateopan. El
5. equipo de la XEX le informa directamente
6. desde el lugar de los hechos: Ixcateopan,
7. Guerrero. Enviamos nuestros micrófonos a ese
8. lugar ;adelante!
9. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
10. LOCUTOR Llegamos a 1953 y Radio Programas de México
11. vende la XEOY cuyo sistema de programación
12. "hablada" no funcionó. Esto fue inesperado
13. pues en Estados Unidos estas emisoras tienen
14. gran éxito. A partir del momento en que es
15. vendida, la XEOY cambia su imagen.
16. LOCUTORA En el mes de septiembre, la XEQ transmite un
17. noticiero cada hora desde las 7:00 de la
18. mañana hasta las 18:00 horas, diariamente.
19. LOCUTOR La XEQ tenía dos columnas con comentarios de
20. deportes, toros, cine, discos, consejos para
21. el hogar y horóscopos, cada columna dura por
22. lo menos dos minutos. La XEQ y XEQFM también
23. transmiten reseñas directas de los juegos de
24. fútbol y peleas de box.
25. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

1. LOCUTOR El Almanaque de México fue considerado otro
2. de los éxitos de la XERPM, este programa pasa
3. todos los días de 7:10 a 8:00 de la mañana y
4. contiene efemérides, casos curiosos,
5. santoral, datos enciclopédicos y las noticias
6. del día.
7. OPERADOR RAFAGA
8. LOCUTORA Para 1958 los noticieros en México llegan a
9. tener una hora de duración, y es entonces
10. cuando varias estaciones empiezan a desechar
11. la información de los periódicos, escuchemos
12. a Roberto Armendáriz:
13. ROBERTO Era algo que nos censuraban mucho porque
14. ARMENDARIZ "refriteábamos" a los principales diarios,
15. esto se debía a la falta de recursos para
16. contratar servicios noticiosos
17. internacionales. Recuerdo una anécdota al
18. respecto: un locutor daba su información
19. noticiosa y de repente dijo "pasa a la página
20. 7" ;Imagínese!
21. OPERADOR RAFAGA
22. LOCUTORA En los sesentas la programación en la mayoría
23. de las estaciones es de tipo musical
24. dejándose a un lado la información noticiosa,
25. los noticieros se encargan de dar un resumen
26. de las noticias más sobresalientes.

1. LOCUTOR En 1961 la XEQ tiene en su programación un
 2. noticiero de espectáculos con quince
 3. emisiones diarias, desde las 7:30 de la
 4. mañana hasta las 21:30 horas.
5. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
6. LOCUTORA Para 1963 el noticiero "Carta Blanca" de la
 7. XEW, con 27 años en el "aire", tiene una
 8. duración de quince minutos, de 8:00 a 8:15
 9. en su edición matutina; y a las 19:30 y 22:45
 10. con cinco minutos de duración. El noticiero
 11. Carta Blanca tiene otra emisión sin horario
 12. llamada "Extra del noticiero".
13. LOCUTOR Para 1966 en la XEW destacan: "El noticiero"
 14. conducido por Dante Aguilar, "Comentarios de
 15. la noticia" con Jacobo Zabludovsky y
 16. "Cuestión de minutos" con Enrique Figueroa y
 17. el conocido "Mago" Septién.
18. OPERADOR RAFAGA
19. LOCUTORA Uno de los noticieros más gustados por las
 20. mujeres en la XEW, es el producido por Raúl
 21. del Campo Jr., que se transmite a las 5:55 de
 22. la tarde.
23. LOCUTOR Otro de los noticieros de esta década es
 24. "Cosas de la vida" y se presenta a las 22:20
 25. horas en la XEW. Este noticiero reúne los
 26. hechos más curiosos de esos tiempos,
 27. terminamos así la década de los sesentas.

1. OPERADOR ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
2. LOCUTORA De esta manera hemos recorrido las primeras
3. cuatro décadas en la historia de los
4. noticieros radiofónicos. Esperamos contar
5. con usted en la próxima emisión de esta
6. serie. En el siguiente programa les
7. hablaremos de la radio de hoy y la
8. noticia.
9. LOCUTOR La información para la elaboración de este
10. programa fue tomada de la tesis "Los felices
11. del alba" de Felipe Gálvez Cancino, de los
12. libros "Periodismo en Micrófono" de Armando
13. de María y Campos e "Historia de la Radio y
14. la Televisión" de Jorge Mejía Prieto.
15. OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON
16. RUBRICA
17. LOCUTORA **Participaron en este programa:**
18. _____
19. **Se despiden de ustedes:**
20. _____
21. **DIRECCION:** _____
22. **PRODUCCION:** _____
23. **GUION:** _____
24. **MUSICACION:** _____
25. **OPERACION TECNICA:** _____

SERIE: ¡Y se hizo la noticia radiofónica!
CAPITULO III: ¡Y de pronto... aparece la noticia en radio!

GUION 4: La radio de hoy y la noticia
GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo
PRODUCCION: Cleca S.A.
DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

1 PERSONAJE FEMENINO

3 PERSONAJES MASCULINOS

1. OPERADOR ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA
 2. MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
 3. LOCUTORA Como escuchamos en el programa anterior, la
 4. década de los 50's y 60's no es muy
 5. productiva para la radio en cuanto a
 6. servicios radiofónicos, primero por la
 7. aparición de la televisión y segundo porque
 8. los concesionarios se conformaron con
 9. la transmisión de música grabada y la
 10. extracción de información de los boletines
 11. de prensa para elaborar los servicios
 12. informativos... Sigamos con nuestro relato.
 13. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTORA En los setentas las pocas estaciones que
2. contaban con noticieros buscaron reporteros
3. que escribieran para radio.
4. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
5. LOCUTOR En lo que se refiere al lenguaje que se iba
6. a utilizar, fue conveniente que se tomaran en
7. cuenta las cualidades de la radio.
8. LOCUTORA La redacción debía ser sencilla y clara, de
9. manera que al dar a conocer un hecho
10. sobresaliente, el público tuviera la
11. oportunidad de enterarse de lo sucedido a
12. través de un estilo fluido y con palabras
13. fáciles de entender. Recordemos que la
14. información en la radio no se puede volver a
15. repetir o retroceder como en el caso de los
16. periódicos.
17. LOCUTOR Otro punto por librar, fue el contenido
18. de las notas pues debían incluir los datos
19. más sobresalientes de la información, dejando
20. la exposición de los detalles para los
21. periódicos.
22. LOCUTORA Por ello se hizo necesario un lenguaje
23. especial, un lenguaje para radio: sencillo,
24. claro y sin rebuscamientos.
25. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~

1. LOCUTOR Una dificultad más, fue la de organizar un
 2. servicio informativo para radio. Como la
 3. mayoría de los que laboraban en los
 4. noticieros provenían de los periódicos, se
 5. procedió a elaborarlos de manera similar: la
 6. primera plana de un periódico, la información
 7. por secciones e incluso, cada reportero
 8. tendría una fuente específica.
9. LOCUTORA Respecto al servicio de agencias, éste
 10. sería proporcionado a las estaciones y en
 11. caso de que la información fuera importante,
 12. se enviaría un corresponsal a dicho lugar.
 13. Todo esto fue necesario para hacer periodismo
 14. en radio.
15. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
16. LOCUTOR En 1974 Radio Red, estación perteneciente a
 17. la organización Radio Programas de México da
 18. a conocer los noticieros: Monitor, Radio
 19. Reporte y Avance Instantáneo.
20. LOCUTORA Monitor ha tenido muchos cambios, entre ellos
 21. su tiempo de transmisión: inició con una hora
 22. de duración y en la actualidad, ha llegado a
 23. ocupar casi cuatro horas, de 6 a 9:45 de la
 24. mañana.
25. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~

1. LOCUTOR Para 1975 la XEX, bajo la dirección de
 2. Roberto Armendáriz, se dedicó a la difusión
 3. de noticias durante sus dieciocho horas de
 4. transmisión.
5. LOCUTORA El inicio de la XEX fue muy incierto, pues no
 6. sabían como iba a reaccionar el público y no
 7. tenían muchos patrocinadores, pero poco a
 8. poco se fue fortaleciendo.
9. LOCUTOR La XEX hizo notar el cambio en los nuevos
 10. noticieros, al lograr que los reporteros
 11. fueran egresados de escuelas de comunicación,
 12. escuchemos el comentario de Roberto
 13. Armendáriz al respecto:
14. ROBERTO Un día el señor Emilio Azcárraga nos
 15. ARMENDARIZ llamó y dijo:
16. EMILIO AZCARRAGA Con la experiencia que hemos tenido, creo
 17. que es hora de que en México tengamos una
 18. emisora especializada en noticias.
19. OPERADOR RAFAGA
20. LOCUTORA Entre sus éxitos está la información del
 21. terremoto de Guatemala, estableciendo un
 22. servicio de emergencia que duró treinta días.
23. LOCUTOR Otro de los aciertos de la XEX fue cuando
 24. vino el Papa Paulo VI a México, la "X" estuvo
 25. informando al público de las actividades del
 26. pontífice.
27. OPERADOR ENTRA FUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTORA Otro grupo que tomó el ejemplo de Radio Red y
 2. la XEX, es el Instituto Mexicano de la Radio,
 3. al crear Radio Información el 28 de
 4. septiembre de 1985, en una frecuencia que ya
 5. tenía. Esta emisora empezó a transmitir a
 6. raíz de los sucesos del 19 de septiembre de
 7. 1985, ya que su inauguración estaba
 8. programada hasta 1986.
9. LOCUTOR Uno de los más recientes intentos en emisoras
 10. informativas, ha sido la creación de Radio
 11. Noticias XEDF, el 18 de enero de 1988. Esta
 12. emisora pertenece al grupo Radio Fórmula y
 13. transmite programación de interés general.
- ~~14. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE~~
15. LOCUTORA Actualmente en casi todas las estaciones o
 16. grupos radiofónicos encontramos noticieros
 17. así tenemos: "Núcleo noticias", "El
 18. Noticiario", "Radar 940", "Comunicación
 19. Humana" y "Monitor".
20. LOCUTOR Escuchemos lo que opina Juan José Bravo
 21. Monroy, Director de Núcleo Noticias de Radio
 22. Mil, sobre la noticia:
23. JUAN J. BRAVO M. El disco está dando paso al comentario y a la
 noticia, la radio puede ser utilizada para
 ofrecer servicios de tipo social...
- ~~26. OPERADOR RAFAGA~~

1. LOCUTORA Ultimamente han surgido más noticieros dentro
2. de la radio como "Enfoque Financiero", "Para
3. Empezar", "Nuestras Noticias" y "Otro Punto
4. de Vista".
5. LOCUTOR Algunos noticieros de televisión también se
6. transmiten en radio, como es el caso de
7. "Muchas Noticias", "Hoy Mismo" y "24 Horas".
8. Estos servicios informativos se agregan a
9. otros como "El Noticiario" y "Comunicación
10. Humana", que al tener una duración de 30
11. minutos se apartan de lo tradicional.
12. LOCUTORA Incluso cuentan con un conductor titular que
13. le imprime un sello característico a la
14. emisión. Por ejemplo: Pedro Ferriz de Con en
15. "Para Empezar" de Stéreo Rey; Adriana Pérez
16. Cañedo en "Nuestras Noticias" de FM Globo;
17. Tere Vale en "Radar 940" de ABC
18. Internacional, y José Gutiérrez Vivó en
19. "Monitor" de Radio Red.
20. LOCUTOR Como hemos escuchado, actualmente es fácil
21. mantenernos bien informados "de lo que sucede
22. en México y en el resto del Mundo" como lo
23. señala el "slogan" de Núcleo Noticias.

1. LOCUTORA Para finalizar debemos señalar que el cambio
 2. en los noticieros todavía continúa. Algunos
 3. ya alargaron su duración; otros dan la
 4. información de manera especial haciendo suyo
 5. el problema, sintiéndolo; otros más, dan voz
 6. al auditorio y no faltan los que se conforman
 7. con la información de los boletines de prensa
 8. complementada con la de los periódicos.

9. OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON

10. RUBRICA

11. LOCUTORA Participaron en este programa:

12. _____

13. Se despiden de ustedes:

14. _____

15. DIRECCION: _____

16. PRODUCCION: _____

17. GUION: _____

18. MUBICACION: _____

19. OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA CUARTA CINTA -

- 1.LOCUTOR El origen del líder es remoto aunque se
2. piensa que surge formalmente en Grecia; en
3. los tiempos de Aristóteles cuando se
4. empieza a cultivar la retórica o arte de
5. hablar en público y que sirve para convencer
6. a los que están frente a él.
- 7.LOCUTORA El orador utiliza el lenguaje
8. para convencer y persuadir a la gente de
9. tomar decisiones sobre determinado tema,
10. valiéndose de la retórica.
- 11.LOCUTOR Este personaje usa las palabras para
12. transmitir diversos significados que impactan
13. al público.
- 14.LOCUTORA Debido al gran número de habitantes, la
15. comunicación "cara a cara" ha dejado de ser
16. común para darse a través de los medios
17. masivos, como la radio y la televisión.
- 18.~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE
- 19.LOCUTOR La radio desde sus inicios ha sido utilizada
20. para informar, entretener, divertir y entre
21. otras cosas, orientar hacia determinada
22. dirección.

1. LOCUTORA En la historia tenemos ejemplos del uso de la
2. radio como informadora, uno de ellos se da
3. durante la Segunda Guerra Mundial, cuando
4. sirve para transmitir los sucesos, pues llega
5. a los lugares más apartados.
6. LOCUTORA La radio es utilizada eficazmente durante la
7. guerra que los alemanes en el frente se
8. resisten a creer en su derrota a pesar de la
9. invasión de los aliados a Alemania.
10. OPERADOR RAFAGA
11. LOCUTOR En México también tenemos ejemplos sobre la
12. utilización de la radio con fines
13. propagandísticos. En 1923 Plutarco Elías
14. Calles se sirvió de este medio durante su
15. campaña a la presidencia de la República.
16. LOCUTORA El 1 de enero de 1931 Pascual Ortiz Rubio
17. inaugura la XEPNR (después XEFO) utilizándola
18. para dar a conocer la ideología del gobierno
19. a la sociedad.
20. LOCUTOR A nivel mundial, Hitler (JITLER) utiliza la
21. radio, a nivel nacional Alvaro Obregón y
22. Lázaro Cárdenas también lo hacen con
23. diferentes intenciones, aunque con el mismo
24. objetivo: la persuasión de las masas.
25. Persuasión nada espontánea sino programada
26. para lograr determinados efectos.

1. LOCUTORA Las características del medio les permiten
2. elaborar mensajes claros, convincentes y
3. emotivos de manera que el oyente se
4. identifica con determinada idea o posición.
- ~~5. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE~~
6. LOCUTOR Hasta el momento hemos hablado de la gente
7. que ha utilizado el medio para lograr sus
8. objetivos pero es necesario profundizar sobre
9. aquellos que están ante los micrófonos ya que
10. como hemos podido apreciar, la radio ha
11. jugado un papel importante en la toma de
12. decisiones.
- ~~13. OPERADOR RAFAGA~~
14. LOCUTORA Se ha preguntado alguna vez ¿por qué algunos
15. locutores tienen más aceptación que otros?
16. ¿por qué nos agrada y simpatiza aquella
17. persona de la que sólo conocemos su voz y
18. rara vez su rostro?
19. LOCUTOR La autoridad o influencia de este personaje
20. sobre los temas expuestos, la ejerce
21. utilizando la persuasión, a través de la
22. sugestión, el halago y todos los medios
23. verbales a su disposición.

1. LOCUTORA Esta persona a la que llamaremos líder de comunicación habla y se expresa con gran soltura sobre diversos temas por ejemplo, de los derechos del hombre, de la necesidad de acabar con los abusos y de reformar o revolucionar esto o aquello.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
7. OPERADOR RAFAGA
8. LOCUTORA El líder es la persona que posee una imagen determinada con el auditorio y su opinión es confiable; habla de temas polémicos que provocan emociones en los oyentes.
- 9.
- 10.
- 11.
12. LOCUTOR Otra de las características de los líderes es el reconocimiento con base en el prestigio logrado, esto los hace mantener o aumentar su autoridad sobre los temas tratados.
- 13.
- 14.
- 15.
16. LOCUTOR Existen expertos en deportes, espectáculos, política o multifacéticos, que dominan varios temas. El campo del líder de comunicación es tan grande como su facilidad para abordar los temas en cuestión.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.
21. OPERADOR RAFAGA
22. LOCUTORA Actualmente el líder de comunicación juega un papel de gran importancia en nuestra sociedad, en muchas ocasiones se oyen afirmaciones como éstas:
- 23.
- 24.
- 25.
26. SEÑORA Nino Canùn lo dijo en su programa...
27. SEÑOR Si él lo dice, es cierto...

1. LOCUTORA Con esto usted se preguntará ¿Qué es lo más importante? ¿La información, el locutor o bien, la manera en que se dirige al público?
- 2.
- 3.
4. LOCUTOR Por lo general, los líderes son considerados personas confiables por su forma de expresarse pues logran transmitir estados de ánimo, ideas y actitudes, a través del manejo adecuado del lenguaje y sus habilidades, ya que desean ganarse al público, quieren algo de él.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
11. OPERADOR RAFAGA
12. LOCUTORA Los medios de comunicación tienen la característica de engrandecer o derrumbar a alguien o algo y es precisamente lo que sucede con los líderes de comunicación.
- 13.
- 14.
- 15.
16. LOCUTOR Otro de los métodos utilizados por los líderes es inmiscuirse en el problema, de esta manera, el público se siente emocionado, motivado, todo esto gracias a la retórica pues las palabras son estímulos que provocan diversas reacciones.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.
- 21.
22. LOCUTOR El líder tiene la habilidad de convertir una afirmación en pregunta o resaltar algunas frases con sólo manejar la entonación, para darle distintos significados por ejemplo:
- 23.
- 24.
- 25.
26. COMUNICADOR ¿Verdad que vivimos en un país sin remedio?
27. (CARACTERIZACION)

1. LOCUTORA Los matices que maneja el comunicador
 2. permiten que hasta los errores de
 3. pronunciación, repetición y titubeos
 4. modifiquen el mensaje, dando información
 5. adicional como en el siguiente caso:
6. OPERADOR RAFAGA
7. LOCUTOR Confiar en el Pacto de Solidaridad Económica,
 8. (CARACTERIZACION) es confiar en nosotros y en nuestro
 9. esfuerzo; no vamos a salir de un día para
 10. otro, pero gracias a nuestra constancia,
 11. juntos venceremos la crisis. ¡Confiamos!
12. LOCUTOR Los comunicadores por su forma de expresarse,
 13. personalidad y experiencia tienen gran
 14. credibilidad.
15. LOCUTORA Su posición en los medios es importante para
 16. el público, ya que le permite tener una
 17. presencia constante, pues llega a un gran
 18. número de personas, esto fortalece su imagen.
19. LOCUTOR Sin embargo, no podemos dejar de pensar en el
 20. mensaje, que debe ser emotivo para que sea
 21. considerado persuasivo, pues un contenido de
 22. este tipo siempre tiene más peso que un
 23. mensaje frío, monótono, sin matices.
24. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTORA En la actualidad las personas están
2. bombardeadas por una gran cantidad de
3. mensajes. Mensajes fáciles de entender y
4. fabricados para producir emociones,
5. sentimientos o cambios de actitudes.

6. LOCUTOR En relación con lo anterior, diremos que en
7. la comunicación existe una rama denominada
8. claves no verbales y claves de ademanes y
9. posturas.

10. LOCUTORA Sin embargo, alguien pensará "en la radio yo
11. no veo al que me habla"; como ya habíamos
12. mencionado la entonación de la voz y hasta
13. los golpes en el escritorio, nos dan
14. información adicional. De ahí que el
15. comunicador utilice todos los recursos para
16. convencer al público.

17. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

18. LOCUTOR La actitud persuasiva se ha ejercido en todos
19. los tiempos y en todo lugar, hasta en nuestra
20. conversaciones personales proyectamos
21. determinada influencia.

22. LOCUTORA Todo mensaje tiene un objetivo, nada es
23. casual, por ejemplo, una noticia en tono
24. enojado, alegre o triste tiene una razón de
25. ser, algo que cambiar o transmitir al
26. público.

1. LOCUTOR Desgraciada o afortunadamente, el auditorio
2. ya ha sido habituado a esperar mensajes
3. elaborados que exageran la información, la
4. afinan, llenándola de elementos emotivos con
5. el fin de impactar al receptor.
6. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
7. LOCUTORA Se dice que una noticia debe de ser objetiva,
8. sin ningún fin oculto, sin embargo no existe
9. la neutralidad, debido a que el líder de
10. manera conciente o inconciente se vale de
11. todos sus recursos. Por ejemplo, un hecho
12. noticioso lo exageran, lo llena de adjetivos
13. para ganar la atención del público por lo que
14. la información se vuelve sensacionalista.
15. LOCUTOR Cuando existe alguna inquietud en la gente,
16. sobre algún acontecimiento, ésta exige mayor
17. información al comunicador, quien tendrá la
18. oportunidad de orientar e interpretar la
19. información dirigiendo a la gente hacia
20. algún objetivo.
21. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
22. LOCUTORA Como hemos mencionado, los comunicadores se
23. valen de la persuasión y de mensajes
24. retóricos que son impactantes. A continuación
25. se mencionan las principales figuras
26. retóricas que manejan los comunicadores.

1. LOCUTOR En primer lugar, hablemos de la metáfora,
 2. ésta consiste en comparar un objeto real con
 3. otro que posee una característica con la que
 4. se asemeja. Un ejemplo:
5. LOCUTORA Cada día los productos aumentan más, cuando
 6. (CARACTERIZACION) no teníamos para carne, al menos alcanzaba
 7. para comprar huevos. Ahora seguramente los
 8. huevos que compramos son los de la "gallina
 9. de oro" por lo caro que están.
10. OPERADOR RAFAGA
11. LOCUTOR La segunda figura retórica más utilizada es
 12. la sinécdoque que consiste en decir "el todo
 13. a través de una de sus partes". Esta figura
 14. es muy importante pues debe contener una idea
 15. en la parte más cargada de sentido, en la
 16. siguiente afirmación: "tus ojos reflejan toda
 17. la ternura que eres capaz de dar", los ojos
 18. son la parte resaltada por sobre lo demás.
 19. Apliquémosla a una noticia:
20. LOCUTOR El problema educativo es un reflejo de la
 21. (CARACTERIZACION) crisis nacional.
22. OPERADOR RAFAGA
23. LOCUTORA La siguiente figura retórica es la
 24. comparación y como su nombre lo dice, compara
 25. dos objetos de la realidad. Escuchemos un
 26. caso:

1. LOCUTOR No cabe duda, la Bolsa de Valores es como la
2. (CARACTERIZACION) Montaña Rusa de Chapultepec, sube lentamente
3. y de pronto, cae. Ni modo. ¡Animo
4. inversionistas!
5. OPERADOR RAFAGA
6. LOCUTORA Otra figura retórica utilizada por los
7. comentaristas es la antitesis, que consiste
8. en el eterno tema de la bella y la bestia, en
9. el bien y el mal. Oigamos un ejemplo:
10. LOCUTOR Y como siempre, hay cientos de quejas del
11. (CARACTERIZACION) público en contra de Teléfonos de México,
12. cuando no cortan una línea, nos cobran
13. llamadas que nunca hicimos o bien, no
14. contestan en el 02, 04, 05 y para no variar,
15. hasta en el 08.
16. OPERADOR RAFAGA
17. LOCUTORA La metonimia es la figura retórica definida
18. como nombrar una cosa con el nombre de otra
19. para hacerla resaltar. Ilustremos:
20. LOCUTOR Nos siguen llegando quejas en contra de los
21. (CARACTERIZACION) "perjudiciales" que ya tomaron por
22. costumbre detener a los pobres automovilistas
23. que tienen que transitar a altas horas de la
24. noche. Amigos "perjudiciales" ¡Ya déjenos
25. descansar!
26. OPERADOR RAFAGA

1. LOCUTORA La última figura retórica que mencionaremos
2. es la hipérbole, que consiste en aumentar o
3. disminuir algo para exagerarlo, Aquí un
4. ejemplo:
5. LOCUTOR Anteriormente cuando alguien viajaba a la
6. (CARACTERIZACION) ciudad de México decía "Voy a la región
7. más transparente" a visitar a unos parientes.
8. Sin embargo hoy exclaman "voy a la región más
9. oscura e insegura de la República Mexicana".
10. LOCUTORA Actualmente el líder de comunicación es un
11. personaje básico en un noticiero
12. radiofónico, su estilo y recursos son claves
13. para el éxito de un servicio noticioso.
14. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
15. LOCUTOR En nuestra siguiente emisión le hablaremos de
16. los líderes de la "época de oro de la radio".
17. ¡Lo esperamos!
18. LOCUTORA La información para la elaboración de este
19. programa fue tomada de los libros "Retórica y
20. manipulación masiva" de Daniel Prieto
21. Castillo, "La opinión pública" de Raúl
22. Rivadeneira Prada y "Psicología social de la
23. opinión pública y de los medios de
24. comunicación" de Kimbal Young.
25. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON~~
26. ~~RUBRICA~~

1. LOCUTOR

Participaron en este programa:

2.

3.

Se despiden de ustedes:

4.

5.

DIRECCION: _____

6.

PRODUCCION: _____

7.

GUION: _____

8.

MUSICACION: _____

9.

OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA QUINTA CINTA -

SERIE: ¡Y se hizo la noticia radiofónica!

**CAPITULO IV: Los líderes de comunicación en
la radio**

**GUIÓN 6: Los líderes en la época de oro de la
radio**

GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo

PRODUCCION: Cleca S.A.

DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

1 PERSONAJE FEMENINO

10 PERSONAJES MASCULINOS

1. OPERADOR ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.
2. PERMANECE Y DESAPARECE
3. LOCUTORA Una vez más su serie ¡Y se hizo la noticia
4. radiofónica! le da la bienvenida... Hoy les
5. hablaremos de la "época de oro de la radio".
6. Juntos recorreremos el cuadrante a través de
7. algunos de los programas más famosos que
8. gracias a sus locutores tuvieron gran
9. éxito... ¿Empezamos?
10. OPERADOR PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTOR En la primera década de la radiodifusión, los
2. locutores no son nombrados ni por casualidad
3. y en las estaciones se les conoce como
4. "anunciadores", a los que sólo pueden
5. identificar por su voz incluso, utilizan
6. seudónimos basándose en números y letras.
7. LOCUTORA Sin embargo, durante los 30's todo es
8. diferente, la radiodifusión mexicana vive lo
9. que algunos llaman "La época romántica" o "La
10. época de oro de la radio" en la que el
11. locutor es parte primordial en la realización
12. de un programa ¿sabe por qué?
13. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
14. LOCUTOR El locutor de esos años es un "hombre
15. orquesta", sobre todo en las estaciones
16. pequeñas, donde es anunciador, vendedor,
17. publicista y creador de frases que
18. identifican a los productos ahí anunciados.
19. LOCUTORA Los anunciadores se valen de su voz para
20. transmitir al oyente estados de ánimo y
21. emociones, su voz tiene timbre, personalidad
22. y algo que atrae.
23. LOCUTOR La radio de aquella época logra fascinar al
24. auditorio... la radio de esos tiempos no sólo
25. se escucha, casi se siente.
26. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE

- 1.LOCUTORA El locutor llega a convertirse en una voz
2. familiar que entra a los hogares y acompaña a
3. cualquier hora. Y precisamente por esa
4. habilidad de manejar su voz, la gente se
5. forma una imagen idealizada y una
6. preferencia. Para el auditorio, el locutor o
7. locutora es una persona atractiva, amable y
8. posee los mejores atributos.
- 9.LOCUTOR En algunas ocasiones, los oyentes llegan a
10. enamorarse de algunos locutores. Un ejemplo
11. de esto es el de la famosa actriz Pura
12. Córdoba quien debido a su voz recibía
13. diariamente muchas cartas de sus fanáticos.
- 14.LOCUTORA Algunos hasta matrimonio llegaron a
15. proponerle, otros deseaban conocerla y otros
16. más, le hacían invitaciones para salir.
- 17.LOCUTOR Tanta fue la insistencia de ellos que un día
18. la famosa artista publicó su fotografía, la
19. cual no se parecía a la imagen creada por sus
20. admiradores, hecho que provocó una desbandada
21. de éstos.
- 22.LOCUTORA Con este sencillo ejemplo comprobamos que el
23. manejo de la voz ha jugado un papel
24. importante a través de los años y como
25. recordar es vivir ¿Qué les parece si
26. revivimos aquella época?

1. OPERADOR RAFAGA
2. LOCUTOR ¿A quién tenemos arriba a mi derecha?
3. (CARACTERIZACION)
4. EDECAN Aquí tenemos al Dr. I.Q., su nombre por favor
5. JORGE MARRON Jorge Marrón, servidor de usted.
6. OPERADOR RAFAGA
7. LOCUTORA Jorge Marrón destaca en varias actividades,
8. entre las que se encuentran: la producción
9. para radio, escritor, ingeniero de sonido,
10. director de cine y teatro.
11. LOCUTOR Empieza su carrera radiofónica en la CYL del
12. Universal Ilustrado. En 1942 el gerente de la
13. XEQ, Enrique Contel, lo descubre en su
14. personalidad del doctor I. Q., con la cual
15. proyecta una imagen de experto en casi
16. cualquier tema convirtiéndose en un líder
17. radiofónico muy peculiar que todavía es
18. recordado por mucha gente.
19. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
20. LOCUTOR Situémonos ahora en septiembre de 1930, año
21. de la inauguración de la XEW.
22. LOCUTORA "La Catedral del radio", cuenta con gente
23. emprendedora y ambiciosa, prueba de ello es
24. Leopoldo de Samaniego.

1. LEOPOLDO DE Para mí, fue un gran placer haber tenido
 2. SAMANIEGO la oportunidad de ser el primer locutor que
 3. (CARACTERIZACION) utilizó los micrófonos de esa gran estación
 4. que fue un modelo en la radio.
5. LOCUTORA Gracias a su habilidad en el micrófono y a
 6. su interés en la vida política de México,
 7. Leopoldo de Samaniego llega a ocupar el
 8. puesto de cónsul de México, en Paso del
 9. Aguila, Estados Unidos de América del Norte.
10. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
11. LOCUTOR Y ahora queda con ustedes, el príncipe
 12. azul... Pedro de Lille...
13. PEDRO DE LILLE Damas y caballeros, sean bienvenidos a "La
 14. (CARACTERIZACION) hora azul", hoy tendremos un elenco muy
 15. especial...
16. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~
17. LOCUTORA Gran maestro de la locución es Pedro de
 18. Lille, hombre culto, caballeroso y sencillo,
 19. con gran facilidad de palabra. Pedro de
 20. Lille produce y da fama al programa "La hora
 21. azul" gracias a él se descubren grandes
 22. "estrellas", se le considera una persona
 23. que conoce y apoya a los nuevos valores de la
 24. música.
25. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~

1. LUIS IGNACIO Desde los micrófonos de XEFO, Radio Nacional,
2. SANTIBAÑEZ les anunciamos la transmisión de su programa
3. "Impulsos creadores", el día de hoy
4. conoceremos cómo se hace un periódico. Su
5. amigo, Luis Ignacio Santibañez lo invita a
6. este interesante recorrido.
7. OPERADOR RAFAGA
8. LOCUTORA Muy joven, pero de gran habilidad en el
9. micrófono, Luis Ignacio Santibañez trabaja en
10. la difusora Radio Nacional, de 1933 a 1936,
11. en donde se caracteriza por los controles
12. remotos.
13. LOCUTOR En 1944 es llamado a la XEW, para conducir
14. los programas: General Motors (GENERAL
15. MOTORS), Sonrisas Colgate, Programa Nestlé y
16. el Noticiero Carta Blanca, los que tienen
17. gran éxito.
18. LOCUTORA Santibañez es considerado el prototipo del
19. locutor, pues tiene las cualidades para
20. triunfar en la radio: ser narrador, maestro
21. de ceremonias además de imprimir un estilo
22. muy personal. Como prueba de su habilidad,
23. aún se le sigue llamando para conducir
24. programas y eventos especiales.
25. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTOR Conocido como "El tío Polito", Manuel Bernal
2. ingresa a la radio en 1929, gracias a un
3. concurso de voces organizado por el periódico
4. "El Universal". (PAUSA) Sus cualidades de voz
5. e interpretación, le dieron a ganar el primer
6. lugar.
7. LOCUTORA El 18 de septiembre de 1930, fecha de
8. la inauguración de la "W", se da a conocer
9. como "El tío Polito". En ese programa Manuel
10. Bernal narra cuentos infantiles.
11. Convirtiéndose en un comunicador fácilmente
12. identificado por los niños.
13. LOCUTOR De lo más sobresaliente en el aspecto
14. noticioso realizado por Bernal es el cargo de
15. locutor oficial, durante la visita a México
16. de Harry (JARRI) S. Truman, presidente de los
17. Estados Unidos, así como la información del
18. viaje del presidente Miguel Alemán, a ese
19. país.
20. OPERADOR ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
21. LOCUTORA Originario de Mérida, Ricardo López Méndez
22. conocido como "el Vate", llega a México en
23. 1928. A Ricardo López se le llega a
24. considerar un locutor romántico, pues declama
25. los poemas con gran sentimiento.

1. LOCUTOR A pesar de que "el Vate" ocupa un lugar
2. destacado en el campo de la poesía, también
3. tiene otros éxitos como el realizar la
4. primera crónica de un vuelo en 1933 durante
5. la inútil espera de los pilotos Barberan y
6. Coller.
7. LOCUTORA Otro de los éxitos del "Vate" es imponer un
8. récord al transmitir durante 17 horas,
9. ininterrumpidamente, los festejos celebrados
10. en la Villa de Guadalupe con motivo del
11. Cuarto Centenario Guadalupano.
12. LOCUTOR En 1944, desde Hollywood (JOLIVUD), el "Vate"
13. conmueve al auditorio con la transmisión de
14. la entrevista realizada a los heridos de la
15. Segunda Guerra Mundial. Esta entrevista es
16. repetida por la NBC.
- ~~17. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
18. LOCUTORA Carlos Pickering es otro de los famosos
19. locutores de los treintas, él se inicia en la
20. XELZ, en 1935. Durante un tiempo se retira de
21. los micrófonos, para luego volver con el
22. servicio de noticias "La marcha del tiempo",
23. noticiero que se transmite en los cines.

1. LOCUTOR Carlos Pickering destaca básicamente en
2. programas de diversión y entretenimiento,
3. como "El cochinito", "El Pungarabato", y el
4. "Doctor Canario"; estas emisiones tienen
5. éxito por la manera en que Pickering las
6. conduce, su nombre se convierte en sinónimo
7. de diversión y entretenimiento.
8. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
9. FERNANDO MARCOS Y ahora una editorial en cuatro palabras...
10. LOCUTORA Conocido actualmente por sus editoriales,
11. Fernando Marcos se inicia en Radio
12. Continental haciendo reseñas y comentarios de
13. eventos deportivos.
14. LOCUTOR Uno de los comentaristas deportivos más
15. fácilmente identificados es Fernando Marcos
16. porque da un sello propio a la transmisión,
17. gracias a su lenguaje claro y convincente,
18. sus actividades no se han limitado a la
19. radio, sino que también colabora para la
20. prensa y la televisión.
21. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
22. ANIMADOR Ahora el programa que todos esperan "Quiero
23. trabajar", conducido por Ramiro Gamboa...
24. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

1. RAMIRO GAMBOA Si usted busca empleo o requiere de los
 2. (CARACTERIZACION) servicios de alguien, sintonícenos, llame o
 3. acompañenos a nuestro teatro-estudio, un
 4. servidor les ayudará... Junto a nosotros
 5. tenemos al señor Ernesto Ramírez ¿Qué empleo
 6. solicita?
7. OPERADOR RAFAGA
8. LOCUTORA Conocido actualmente como el "Tío Gamboín",
 9. Ramiro Gamboa, se inicia en la XEQ durante la
 10. década de los treinta. El programa que le da
 11. fama es "Quiero trabajar" donde ayuda a las
 12. personas a encontrar empleo por lo que es
 13. muy querido por la gente.
14. LOCUTOR Ramiro Gamboa además de dedicarse a la radio
 15. también ha incursionado en el cine. Tanto es
 16. el éxito de su programa que llega a
 17. interpretarse a sí mismo en varias películas.
 18. En nuestros días, "El tío Gamboín" trabaja en
 19. televisión y hace presentaciones personales
 20. en espectáculos infantiles.
21. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE
22. LOCUTOR ¡No se vaya! dentro de unos momentos el
 23. (CARACTERIZACION) partido de fútbol, esperado por todos
 24. ustedes y llevado hasta sus hogares en la voz
 25. de Agustín González "Escopeta".

1. LOCUTORA Pionero de las crónicas deportivas por radio,
2. Agustín González "Escopeta" se inicia en
3. 1934, entre sus múltiples actividades
4. destacan la de jugador de fútbol, árbitro,
5. entrenador y directivo de un club. A partir
6. de 1940 "Escopeta" decide reseñar
7. exclusivamente partidos de fútbol.
8. LOCUTOR Debido a su entusiasmo al narrar los
9. partidos, logra aumentar la emoción del
10. público. De ahí que su voz se haya escuchado
11. en varias estaciones de México, América
12. Latina y algunos países de Europa.
13. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
14. LOCUTORA Alvaro Gálvez y Fuentes Apodado "el
15. bachiller" se inicia en la radio siendo aún
16. estudiante, de ahí el mote. Destaca por los
17. programas "Los catedráticos" y "Los niños
18. catedráticos". También llega a conducir las
19. dos emisiones del "Noticiero relámpago" en la
20. XEWW, además de haber reseñado la llegada de
21. Miguel Alemán a la ciudad de México, después
22. de su gira por Estados Unidos.
23. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~

1. LOCUTOR Conocido ahora dentro de la política nacional, Luis M. Farías se inicia a finales de los años treintas. Farías destaca dentro de la radiodifusión cuando funda la Asociación Nacional de Locutores en 1951.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. LOCUTORA Luis M. Farías ha sido uno de los locutores que más personalidades ha entrevistado, entre ellos el general Eisenhower (AISENJAUER). También es enviado especial de la "W" en el viaje del presidente Miguel Alemán a Estados Unidos. Desempeñó el cargo de gobernador del Estado de Nuevo León y actualmente continúa en la vida política de ese estado.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
14. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
15. LOCUTOR Esperamos que este recorrido por una de las épocas más representativas de la radio haya sido de su agrado, hemos viajado a través del tiempo y recordado o conocido un poco más de los líderes de los años treintas, líderes que se dieron a conocer por su cultura como el doctor I.Q.; por su facilidad de narrar e impactar al público con sus crónicas deportivas, como González "Escopeta" y Fernando Marcos.
- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.
- 21.
- 22.
- 23.
- 24.

1. LOCUTORA Gente con "ángel" para los niños como el "Tío Polito" o como el locutor romántico Ricardo
2. López Méndez "El Vate" y otros más que debido
3. a su voz, carisma y personalidad logran
4. impactar a las multitudes.
- 5.
6. LOCUTOR Debemos remarcar que el locutor de los 30's
7. por su personalidad y estilo, de uno o de
8. otro modo, fue líder de comunicación. Aunque
9. en esa época haya sido conocido como locutor,
10. conductor, animador, etcétera.
11. ~~OPERADOR ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
12. LOCUTORA En nuestro siguiente programa, le hablaremos
13. de la organización Radio Programas de México:
14. sus inicios, desarrollo y permanencia actual.
15. La información para la elaboración de este
16. programa fue tomada de la revista
17. "Radiolandia", del libro "Historia de la
18. Radio y la Televisión" de Jorge Mejía Prieto
19. y de entrevistas a los locutores Rafael Cinta
20. y Mario Molina, entre otros.
21. ~~OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON~~
22. RUBRICA

1. LOCUTORA

Participaron en este programa:

2.

3.

Se despiden de ustedes:

4.

5.

DIRECCION: _____

6.

PRODUCCION: _____

7.

GUION: _____

8.

MUSICACION: _____

9.

OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA SEXTA CINTA -

SERIE: ¡Y se hizo la noticia radiofónica!
CAPITULO V: Radio Programas de México
GUION 7: Surgimiento y desarrollo de Radio
Programas de México
GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo
PRODUCCION: Cleca S.A.
DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

5 PERSONAJES MASCULINOS

1. OPERADOR ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.
2. PERMANECE Y DESAPARECE
3. LOCUTORA Nos da gusto contar una vez más con usted.
4. Este día le hablaremos de una de las
5. organizaciones radiofónicas de mayor
6. importancia en la radio Mexicana, su nombre:
7. Radio Programas de México (RPM), la
8. primera organización que tuvo una estación
9. totalmente informativa. A ella se debe el
10. lanzamiento del noticiero que actualmente
11. tiene el mayor tiempo de duración en México:
12. Monitor ¿qué les parece si empezamos a hablar
13. del desarrollo de Radio Programas de México?
14. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTOR En 1940 se empieza a trabajar en el proyecto
2. de una organización encargada de dar impulso
3. a la programación en provincia y en la
4. capital.
5. LOCUTORA Este plan surge porque la radiodifusión tiene
6. su centro de acción en la capital de la
7. república, mientras que la programación en
8. provincia permanece atrasada en cuanto a la
9. calidad y producción de los programas; esto
10. se debe a la falta de recursos y experiencia
11. de los radiodifusores del interior de la
12. república.
13. LOCUTORA El proyecto de una empresa dedicada a la
14. producción y distribución de programas
15. radiofónicos a toda la República Mexicana se
16. debe a Clemente Serna Martínez.
17. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
18. LOCUTOR Pero ¿quién es Clemente Serna Martínez? Serna
19. Martínez se inicia en la estación XET de
20. Monterrey, ahí trabaja como cronista
21. deportivo y locutor. En 1935 es nombrado
22. Gerente General.

1. LOCUTORA En 1937 Clemente Serna Martínez con la
 2. colaboración de Fernando Pasos Sosa, Expédito
 3. Martínez y otros, forma la Asociación
 4. Mexicana de Estaciones Radiodifusoras,
 5. actualmente la Cámara Nacional de la
 6. Industria de la Radio y la Televisión
 17. (CIRT) y que tiene como fin agrupar a los
 8. radiodifusores de todo el país.

9. OPERADOR RAFAGA

10. LOCUTOR Al llegar a México Serna Martínez busca a
 11. Emilio Azcárraga Vidaurreta, concesionario de
 12. la XEW y XEQ, le expone sus ideas sobre una
 13. empresa dedicada a la producción de
 14. programas, que no hay en provincia,
 15. distribución de los mismos y un mejor control
 16. de la publicidad de parte de los anunciantes.

17. LOCUTORA Emilio Azcárraga se entusiasma con la idea,
 18. proporciona el capital y así inicia
 19. operaciones Radio Programas de México, el 16
 20. de junio de 1941.

21. LOCUTOR Escuchemos en palabras de Emilio Azcárraga lo
 22. que esto significa:

23. EMILIO AZCARRAGA El proyecto era formidable, no había duda
 24. ¡íbamos a triunfar!

1. LOCUTORA Al principio, un pequeño grupo de
 2. radiodifusores se afilia a Radio Programas de
 3. México y por la variedad de programas que
 4. ofrece, más emisoras se unen a ellos.
5. LOCUTOR La organización Radio Programas de México, se
 6. va consolidando, para esa época cuenta
 7. con modernos estudios de grabación y
 8. experimentados locutores, lo que permite
 9. mayor obtención de ganancias. Además realizan
 10. programas de teatro que distribuyen a toda la
 11. república.
12. LOCUTORA Una de las innovaciones de RPM es el
 13. lanzamiento, a través de la XEW, de la
 14. primera radionovela en México "Anita de
 15. Montemar: ave sin nido".
16. ~~OPERADOR~~ ENTRA MUSICA DE FONDO PARA RADIONOVELA
17. LOCUTOR Desde la Catedral del Radio XEW, Radio
 18. (CARACTERIZACION) Programas México, tiene el gusto de
 19. llevar hasta sus hogares la extraordinaria
 20. historia: "Anita de Montemar: ave sin
 21. nido". Esperamos que esta emisión sea de su
 22. total agrado.
23. ~~OPERADOR~~ SUBE MUSICA DE FONDO Y DESAPARECE

1. LOCUTORA Aquellas metas establecidas por Clemente
2. Serna Martínez constituyen una herramienta
3. para el triunfo de la radiodifusión en
4. provincia, con lo cual obtienen mayores
5. ganancias.
6. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE~~
7. LOCUTOR Radio Programas de México a lo largo de su
8. desarrollo, no sólo distribuye a provincia
9. programas grabados en XEQ y XEW, sino que
10. amplía su campo de acción al firmar convenios
11. de transmisión con países de Europa y América
12. Latina. Estos convenios van desde intercambio
13. de programas hasta producciones especiales.
14. LOCUTORA Para 1944 Radio Programas de México
15. forma la Cadena Continental, la cual envía
16. grabaciones de programas mexicanos a los
17. países de Centro y Sudamérica, entre los
18. que se encuentran Argentina, Cuba, El
19. Salvador y otros.
20. LOCUTOR En ese mismo año Serna Martínez hace entrega
21. de una placa conmemorativa a Emilio Azcárraga
22. por el tercer aniversario de Radio Programas
23. de México.
24. LOCUTORA También en 1944, RPM lleva sus micrófonos a
25. Cuba para captar el discurso de la toma de
26. posesión del Dr. Ramón Grau San Martín.

1. OPERADOR RAFAGA
2. LOCUTOR La preocupación por todo aquello que
 3. signifique avance y, obviamente, ganancias da
 4. como resultado la creación de la Organización
 5. Impulsora de Radio (OIR), en 1945.
6. LOCUTORA En ese año las afiliadas a Radio Programas de
 7. México ofrecen reseñas de diversos encuentros
 8. deportivos que se presentan en México. Al
 9. finalizar 1945, ya son 78 las radiodifusoras
 10. afiliadas a Radio Programas de México.
11. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE
12. LOCUTOR En 1946 nace Arte Radiofónico de México,
 13. filial de RPM, encargada de la grabación de
 14. radionovelas, un género muy competitivo y de
 15. gran aceptación entre los radioescuchas de la
 16. capital y de la provincia.
17. OPERADOR ENTRA MUSICA DE FONDO PARA RADIONOVELA
18. LOCUTOR Una historia cautivante y extraña
 19. "Paraíso Maldito" escrita por la pluma de
 20. Caridad Bravo Adams.
21. OPERADOR SUBE MUSICA DE FONDO Y DESAPARECE.

1. CLEMENTE SERNA Un vehículo adecuado para llevar la venta de
 2. MARTINEZ productos a mejores mercados de la república.
 3. LOCUTOR Radio Programas de México sigue creciendo y
 4. es así como para 1954 adquiere la XERPM.
 5. Escuchemos la opinión de Clemente Serna
 6. Martínez sobre los logros obtenidos:
7. CLEMENTE SERNA No debemos sentirnos nunca satisfechos por
 8. MARTINEZ los éxitos alcanzados cuando estos provengan
 9. de servir a México y a la publicidad, puesto
 10. que hemos de estar mejorándolos todos los
 11. días.
12. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
13. LOCUTORA En 1956 RPM da inicio a la serie Radar
 14. Tricolor, ésta rompe con los moldes
 15. establecidos en los programas de aquella
 16. época, cumple una labor de esparcimiento y
 17. diversión, llevando a la República Mexicana y
 18. a los hogares los programas de mayor
 19. audiencia. Radar Tricolor visita a la
 20. estrella del momento, a la ancianita de un
 21. asilo, el Palacio de Bellas Artes o El
 22. Tenampa.
23. LOCUTOR En sus primeros quince años de vida Radio
 24. Programas se convierte en una institución que
 25. en materia de radiodifusión resulta un gran
 26. éxito económico en todo el país.

1. OPERADOR RAFAGA

2. LOCUTORA Al finalizar 1957 esta organización tiene un
 3. auditorio de siete millones de radioescuchas
 4. en la República Mexicana y dos millones en
 5. los Estados Unidos a través de sus afiliadas.
 6. LOCUTOR Radio Programas continúa consolidándose,
 7. ahora con la reseña de los eventos deportivos
 8. celebrados en Estocolmo, Suecia.

9. OPERADOR RAFAGA

10. LOCUTORA En 1959 Radio Programas de México transmite
 11. directamente la pelea entre José Becerra y
 12. Henry Yokura.
 13. LOCUTOR Radio Programas de México transmite
 14. (CARACTERIZACION) desde Japón la pelea por el campeonato de
 15. peso gallo. En estos momentos mandamos
 16. nuestros micrófonos hasta la tierra del "sol
 17. naciente". ¡Adelante Japón!

18. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

19. LOCUTORA Durante la década de los sesentas RPM
 20. adquiere en la ciudad de Monterrey la XEMR,
 21. estación dedicada a la música regional.
 22. LOCUTOR En 1964, en la ciudad de Guadalajara, RPM
 23. empieza las transmisiones de la
 24. estación "Radio Ranchito", ésta al igual que
 25. la de Monterrey difunde música mexicana.

1. LOCUTORA En esa década Radio Programas logra el
2. permiso correspondiente para transmitir en
3. inglés a través de la XEVIP, localizada en el
4. 1560 de amplitud modulada.
5. LOCUTOR Cuenta con los servicios de la Columbia
6. Broadcasting System (BROADCASTING SISTEM) CBS
7. la cual transmite por vez primera fuera de su
8. país de origen.
9. LOCUTORA La XEVIP cuenta desde sus inicios con
10. servicios de la BBC, Radio Suecia, Radio
11. Australia, Radio Canadá y la ONU, toda esta
12. información complementada por el Departamento
13. de noticias de Radio Programas de México.
14. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
15. LOCUTORA En los setentas RPM adquiere una nueva
16. estación: la XERCN, perteneciente a Rafael
17. Cutberto Navarro, la cual lleva por nombre
18. Radio Cadena Nacional y es convertida en
19. XERED.
20. LOCUTOR La RED transmite desde sus inicios, de las
21. 5:45 a la 1 de la mañana con 50 mil watts de
22. potencia y cuenta con noticias, novelas,
23. comentarios, entrevistas, servicios al
24. público y música, su programación es
25. básicamente hablada. Una característica de
26. esta emisora es la comunicación con el
27. público a través del teléfono.

1. OPERADOR RAFAGA
2. LOCUTORA La idea de un programa noticioso aún persiste
3. después de dos experiencias que no tuvieron
4. el éxito esperado, y es así como en 1974
5. "entra al aire" la Red Nacional de Noticias.
6. LOCUTOR En abril de 1974 se inaugura esta Red
7. Nacional de Noticias, cubriendo 53 plazas del
8. país; brindando un servicio oportuno y
9. "confiable" al integrar un equipo de
10. locutores, redactores, comentaristas,
11. corresponsales, técnicos y operadores.
12. LOCUTORA La Red Nacional de Noticias tiene gran éxito,
13. lo cual da como resultado la aparición del
14. noticiero "estelar" de Radio Red: Monitor.
15. LOCUTOR El primero de abril de 1986 se integra una
16. nueva estación en FM la cual lleva por nombre
17. Alfa en el 91.1 transmite música en español,
18. inglés, francés e italiano y cada hora un
19. resumen de las noticias más importantes y
20. pequeñas editoriales; la concesión de esta
21. emisora pertenece a Carlos Amador.
22. OPERADOR RAFAGA

1. LOCUTORA Para finalizar es necesario remarcar que el
2. proyecto más ambicioso de RPM, en materia
3. informativa y económica es realizado a través
4. de Monitor, el noticiero de mayor duración en
5. la capital de la república. Pero hablar de
6. Monitor es tema de otra emisión, en donde
7. describiremos su surgimiento, organización y
8. desarrollo. Lo esperamos, será interesante.
9. ¡Hasta entonces!
10. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
11. LOCUTOR La información para la elaboración de este
12. programa fue tomada de las revistas
13. "Radiolandia" y "Antena"; de artículos
14. periodísticos firmados por Joaquín Gutiérrez
15. Niño, Alma Rosa Alva de la Selva y Ma. del
16. Carmen Hernández Ibarra, que aparecieron en
17. "El Nacional", "La Jornada" y "Novedades" así
18. como entrevistas a Mario Molina, Rafael Cinta
19. y Enrique González.
20. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON~~
21. ~~RUBRICA~~

1. LOCUTOR

Participaron en este programa:

2.

3.

Se despiden de ustedes:

4.

5.

DIRECCION: _____

6.

PRODUCCION: _____

7.

GUION: _____

8.

MUSICACION: _____

9.

OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA SEPTIMA CINTA -

SERIE: ;Y se hizo la noticia radiofónica!

CAPITULO VI: MONITOR

GUION 8: Creación y desarrollo de Monitor

GUIONISTAS : Carmen Silva y Clemencia Cedillo

PRODUCCION: Cleca S.A.

DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

2 PERSONAJES MASCULINOS

1. OPERADOR ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.
2. PERMANECE Y DESAPARECE
3. LOCUTORA Una vez más la serie ;Y se hizo la noticia
4. radiofónica! le da la bienvenida, hoy les
5. hablaremos de uno de los noticieros más
6. escuchados por los habitantes del área
7. metropolitana, según datos de la Revista
8. International Research Associates
9. (INTERNASHONAL RESERCH ASOCIEITS), INRA. Un
10. noticiero diferente a los servicios
11. informativos del cuadrante. Su nombre:
12. Monitor. Escuchemos los propósitos del equipo
13. de Monitor.
14. OPERADOR ENTRA MUSICA DE FONDO

1. **REPORTERA** Los que formamos el equipo de noticias
2. de Monitor, sabemos que usted no merece
3. rumores, sino noticias, que usted desea la
4. verdad aunque cueste obtenerla. Somos un
5. equipo que no juega con la noticia, por eso,
6. antes de informar, nos informamos. No es
7. casualidad que Monitor esté en el primer
8. lugar de las preferencias del público y esto
9. es producto del esfuerzo diario de todo un
10. equipo de profesionales, para darle
11. entrevistas con sabor y autenticidad;
12. comentarios con valor y con fondo; análisis
13. con vigor y objetividad, con toda la seriedad
14. que usted espera del oficio de informar y que
15. ejercemos desde siempre como verdaderos
16. profesionales.

17. **OPERADOR** **SUBE MUSICA Y DESAPARECE**

18. **LOCUTOR** Para hablar de Monitor de Radio Red, es
19. necesario hacer un poco de historia... ¿cómo
20. surge? ¿de quién es la idea? y ¿cómo se hace
21. este noticiero?

22. **OPERADOR** **RAFAGA**

23. **LOCUTORA** Desde sus inicios, como quedó establecido en
24. programas anteriores, la organización Radio
25. Programas de México da gran importancia a los
26. noticieros.

1. LOCUTOR Los dos intentos anteriores, XEOY y
2. XERPM, como ya lo habíamos mencionado, sirven
3. de experiencia para el éxito de este tercer
4. intento en XERED: Monitor.
5. LOCUTORA Así en septiembre de 1974 sale "al aire" el
6. noticiero Monitor, que se transmitía de
7. lunes a sábado con una hora de duración y
8. tres emisiones, este proyecto surge a
9. iniciativa de Clemente Serna hijo, quien
10. desde muy joven empezó a trabajar en Radio
11. Programas de México.
12. LOCUTOR Monitor tiene como antecedente a la Primera
13. Red Nacional de Noticias, la cual cubre gran
14. parte del territorio nacional.
15. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL. PERMANECE Y DESAPARECE~~
16. LOCUTORA Hablemos ahora de la parte humana que
17. elabora Monitor. Los reporteros están
18. encargados de cubrir las diversas
19. informaciones producidas, deben tener
20. experiencia y habilidad para transmitir las
21. noticias "al aire" de manera clara y sencilla
22. y sobre todo, tener la capacidad de reconocer
23. una noticia de interés general. Los
24. reporteros tienen grabadoras y teléfono en
25. sus autos, para captar la información y
26. transmitirla.
27. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~

1. LOCUTOR Los corresponsales conocen la región
2. que cubren, identifican una buena noticia y
3. son exactos en su información, están en
4. diferentes partes del mundo.
5. LOCUTORA Hasta el momento, Monitor ha cubierto sucesos
6. de gran trascendencia debido a la labor de
7. sus corresponsales. En ocasiones, cuando lo
8. amerita el hecho, se envía a un reportero a
9. cubrir la información al lugar donde se
10. origina.
11. LOCUTOR Los redactores, por su parte, deben saber
12. detectar una noticia de importancia, ser
13. buenos escritores y tener experiencia, bajo
14. su responsabilidad está el orden en que
15. aparecerá la información del noticiero.
16. LOCUTORA Un elemento que no falta, son los
17. comentaristas quienes, desde luego, dominan
18. su materia y están bien informados al
19. respecto.
20. LOCUTOR Los publicistas están encargados de vender el
21. tiempo de la estación a los patrocinadores
22. pues la publicidad mantiene a la estación.

1. LOCUTORA Debemos remarcar que si el anunciante desea
2. un horario determinado, pagará un 30% más
3. sobre la tarifa normal, pero si quiere
4. anunciarse en Monitor pagará una tarifa
5. especial. El horario de transmisión de los
6. comerciales, está a cargo de los
7. continuistas.

8. OPERADOR RAFAGA

9. LOCUTOR Monitor cuenta desde sus inicios, con
10. los servicios de las agencias France Press
11. (FRANS PRES), Associated Press (ASOCIEITED
12. PRES), Xin-Hua (SHIN-JUA) y Notimex, las
13. cuales transmiten las 24 horas del día toda
14. clase de información que es seleccionada por
15. los redactores.

16. LOCUTORA Respecto a la supervisión, el Director de
17. Noticias es quien estará a cargo del
18. desarrollo del noticiero, el desempeño de los
19. reporteros y del manejo de la información.

20. OPERADOR RAFAGA

1. LOCUTOR El personal técnico está compuesto por
2. operadores encargados de insertar los
3. efectos, comerciales, música, entradas y
4. salidas del programa. También forman parte
5. del personal técnico los operadores-
6. grabadores, encargados de grabar la
7. información de los reporteros y todo el
8. noticiero.
9. LOCUTORA Para supervisar el desarrollo del noticiero
10. existe un productor, quien está encargado de
11. las promociones de la misma estación,
12. publicidad, salidas, entradas e indicaciones
13. a los reporteros, conductores y operadores.
14. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
15. LOCUTOR Una vez integrados los elementos técnicos y
16. humanos del noticiero, es necesario
17. contemplar las instalaciones.
18. LOCUTORA En la sala de redacción existe un archivo de
19. números telefónicos, libros de consulta,
20. máquinas de escribir, y teléfonos.
21. LOCUTOR Los reporteros por medio del teléfono, se
22. ponen en contacto con sus fuentes o bien,
23. transmiten la información desde el lugar de
24. los hechos sin necesidad de trasladarse a la
25. emisora.

1. LOCUTORA En la redacción existen varias líneas telefónicas y líneas directas a la cabina, para transmitir inmediatamente la información que llega por los teletipos o el fax.
- 2.
- 3.
- 4.
5. ~~OPERADOR~~ RAFAGA
6. LOCUTOR En la cabina están los cartuchos donde se graba el informe o notas de los reporteros, anuncios de los patrocinadores del noticiero, entradas y salidas del programa y de algunas secciones.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
11. LOCUTORA También existe una audioteca donde se guarda la grabación del noticiero durante una semana, como una medida de protección, en caso de aclaraciones o reclamaciones.
- 12.
- 13.
- 14.
15. LOCUTOR Cabe señalar que algunas entrevistas realizadas en el transcurso del noticiero, son transmitidas los domingos en "Lo mejor de la semana en la Red" para quienes no las escucharon íntegramente o desean volver a oírla.
- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.
21. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTORA Una vez que Clemente Serna Alvear conforma el
2. equipo técnico y humano de Monitor le
3. encomienda la conducción a un locutor con
4. casi tres décadas de experiencia: Mario Iván
5. Martínez. En septiembre de 1974 Monitor
6. sale "al aire" por primera vez, con una hora
7. de duración y contiene noticias de tipo
8. deportivo, nacional e internacional sin
9. faltar las policiacas.
10. LOCUTOR Al paso del tiempo y de acuerdo con las
11. necesidades del auditorio, Monitor alarga su
12. tiempo de transmisión a dos horas, pues cada
13. día cuenta con más radioescuchas.
14. LOCUTORA Monitor se ha convertido en el noticiero más
15. escuchado de la radio, según datos del
16. International Research Associates (INRA).
17. LOCUTOR Monitor ha realizado transmisiones especiales
18. fuera de México, debido a los convenios con
19. otras estaciones.
20. OPERADOR RAFAGA
21. LOCUTOR En 1979 Monitor realiza la primera
22. transmisión del noticiero, fuera de México,
23. desde Nueva York, con motivo de la lectura de
24. la Carta de los Derechos Económicos por Luis
25. Echeverría Álvarez en la Organización de las
26. Naciones Unidas.

1. LOCUTORA En ese mismo año, Monitor incorpora el
2. servicio de la información del tránsito a
3. través de un helicóptero que renta.
4. Anteriormente los reporteros daban el informe
5. del tráfico desde el lugar donde estuvieran.
6. LOCUTOR El servicio de helicóptero duró de 1979 a
7. 1982, pues por la crisis económica fue
8. suspendido.
- ~~9. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
10. LOCUTORA En 1981, Monitor transmite desde Cancún la
11. reunión Norte-Sur a la que asisten varios
12. jefes de Estado.
13. LOCUTOR En abril de 1985 el equipo de Monitor hace un
14. viaje a Jerusalén y transmite desde ese lugar
15. una parte del noticiero.
16. LOCUTORA También en ese año, con motivo de la gira del
17. presidente Miguel de la Madrid, el noticiero
18. realiza la transmisión llamada "Monitor en
19. Europa".
- ~~20. OPERADOR RAFAGA~~
21. LOCUTOR En 1986 Monitor reincorpora su servicio de
22. información vial, cuando alquila una avioneta
23. para satisfacer las necesidades del
24. auditorio.

1. LOCUTORA Al finalizar 1986, Monitor hace un viaje
6. más: al Lejano Oriente, con motivo de la gira
7. de Miguel de la Madrid. Monitor transmite
8. desde Japón las noticias originadas en torno
9. al mandatario, sin faltar los comentarios
10. acerca de las costumbres y forma de vida en
11. esos lugares.
12. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
13. LOCUTOR En febrero de 1987 Radio Programas de México
14. compra un helicóptero para el servicio de
15. tránsito. En ese mismo mes, nace Red-Acción
16. Dominical, bajo la conducción de Carlos
17. Jaime, con tres emisiones y media hora de
18. duración, en un horario de 8:30 a 9:00, de la
19. mañana 14:00 a 14:30 y de 19:00 a 19:30
20. horas. Red-Acción Dominical contiene las
21. noticias más importantes de las últimas horas
22. y hasta el momento, ha tenido buena
23. aceptación.
24. LOCUTORA También en 1987, parte del equipo de Monitor
25. viaja a Los Angeles para cubrir la
26. información sobre la Ley Simpson Rodino.
27. Realizan entrevistas a abogados, líderes
28. chicanos, emigrantes y autoridades
29. relacionadas con el tema.

1. LOCUTOR De las innovaciones de Monitor tenemos que
2. a partir del 8 de febrero de 1988 se empezó a
3. transmitir en directo, vía satélite, a la
4. ciudad de Guadalajara.
5. OPERADOR RAFAGA
6. LOCUTORA Dentro del noticiero, se ha dado especial
7. importancia a los comentarios del público y
8. cuando es necesario, la llamada pasa "al
9. aire".
10. LOCUTOR Por este motivo, el Departamento del Distrito
11. Federal y el Estado de México, han instalado
12. un servicio de teléfonos en el estudio para
13. atender los llamados de los habitantes con
14. problemas como alumbrado, fuga o escasez de
15. agua, entre otros.
16. OPERADOR RAFAGA
17. LOCUTORA Monitor está afiliada a la Cadena Radial
18. Euroamericana, CREA, y a los servicios
19. Españoles de Radio, SER.
20. LOCUTOR Radio Programas de México sigue conservando
21. sus afiliadas en el interior de la república,
22. a las cuales transmite sus servicios, vía
23. microondas, esto les permite retransmitir lo
24. que deseen. Con este servicio, Radio Red
25. cubre gran parte del territorio nacional.
26. OPERADOR RAFAGA

1. LOCUTORA Actualmente la edición matutina de Monitor
2. varía de tres horas cuarenta y cinco minutos
3. a cuatro horas, dependiendo de la cantidad de
4. información obtenida. Esto significa que se
5. transmite de 6 a 10 de la mañana
6. aproximadamente, de lunes a viernes.
7. LOCUTOR Los sábados Monitor inicia a las 7 y
8. finaliza a las 9:30 de la mañana. La segunda
9. emisión es de 13:30 a 15:00 horas y de 18:00
10. a 19:30 horas, la tercera. Cada emisión tiene
11. su propio conductor, en la mañana es José
12. Gutiérrez Vivó, a excepción de los sábados;
13. en la tarde, Mario Iván Martínez y en la
14. edición nocturna, Carlos Aparicio.
15. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
16. LOCUTORA Hablemos ahora de cómo se realiza Monitor.
17. Aparentemente, esto es sencillo pero en
18. realidad es parte de un proceso muy
19. laborioso, pues para que se escuche la
20. emisión matutina, ya se ha empezado a
21. trabajar desde las 4:30 de la mañana cuando
22. Alfredo Vega, uno de los productores, recoge
23. los periódicos nacionales y extranjeros, y el
24. Diario Oficial de la Federación, para
25. llevarlos a la sala de redacción.

1. OPERADORENTRADA DEL NOTICIERO MONITOR

2. LOCUTORA

Al inicio del noticiero el conductor hace un pequeño resumen de los temas a tratar y a las 7 y 8 de la mañana existe un resumen de las noticias más importantes. Estas son dadas por un locutor y son enviadas a todas las afiliadas de Radio Programas de México. Aparte de estos resúmenes transmitidos en Red Nacional el conductor hace una pequeña síntesis a las 6:30, 7:30, 8:30 y 9:30 a.m.

11. LOCUTOR

El servicio de la hora se da frecuentemente al auditorio, que en esos momentos se prepara para desayunar, ir a trabajar o bien ya en camino al trabajo; esto sirve además para que el conductor se dé cuenta de la hora y amplie la información o la acorte si ya no hay tiempo.

18. LOCUTORA

Monitor cuenta con entrevistas, reportajes y secciones especiales, al igual que un periódico impreso, por ello, se puede catalogar como un radioperiódico. Cabe señalar la existencia de una hora aproximada para temas económicos, políticos, policiacos, deportivos, reportajes y entrevistas.

1. LOCUTORA Es necesario hacer notar que en Monitor no
 2. existe un guión, esto se debe a la diversidad
 3. de información manejada, sin embargo se
 4. cuenta con una guía de continuidad, que
 5. permite la flexibilidad en el desarrollo de
 6. Monitor, pues si la noticia presentada
 7. es de trascendencia, la información puede ser
 8. profundizada.
- ~~9. OPERADOR ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE~~
10. LOCUTOR El tiempo ha llegado a su fin pero el tema de
 11. hoy todavía no ha terminado, en nuestra
 12. siguiente emisión seguiremos hablando de
 13. Monitor. ¡Lo esperamos!
14. LOCUTOR La información para la elaboración de este
 15. programa fue tomada de las revistas
 16. "Radiolandia", "Antena" y "Tele-Guía"; de
 17. artículos periodísticos firmados por Joaquín
 18. Gutiérrez Niño, Alma Rosa Alva de la Selva y
 19. Ma. del Carmen Hernández Ibarra, que
 20. aparecieron en "El Nacional", "La Jornada" y
 21. "Novedades", así como entrevistas a Mario
 22. Molina, Rafael Cinta y Enrique González.
- ~~23. OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON~~
 24. RUBRICA

12. LOCUTORA

Participaron en este programa:

13.

14.

Se despiden de ustedes:

15.

16.

DIRECCION:

17.

PRODUCCION:

18.

GUION:

19.

MUSICACION:

20.

OPERACION TECNICA:

- FIN DE LA OCTAVA CINTA -

SERIE: ¡Y se hizo la noticia radiofónica!

CAPITULO VI: MONITOR

**GUION 9: Organización e integrantes de
Monitor**

GUIONISTAS: Carmen Silva y Clemencia Cedillo

PRODUCCION: Cleca S.A.

DURACION: 30 minutos

PERSONAJES

1 LOCUTOR

1 LOCUTORA

1. ~~OPERADOR~~ ~~ENTRA RUBRICA QUE SE FUNDE CON TEMA MUSICAL.~~
2. PERMANECE Y DESAPARECE
3. LOCUTORA Nuevamente nos encontramos con usted en la
4. serie ¡Y se hizo la noticia radiofónica! en
5. el programa anterior conocimos el surgimiento
6. de Monitor, cómo se hace y el equipo humano
7. que lo conforma. ¿Continuamos?
8. LOCUTOR Una vez que hemos conocido el desarrollo de
9. Monitor es necesario hablar de los reporteros
10. y comentaristas que conforman actualmente
11. este noticiero.

1. LOCUTORA En la fuente de Presidencia se encuentra
2. Rafael Jerezano; en policía y tránsito Jorge
3. A. Olea y cubriendo las demás fuentes: Víctor
4. Manuel Zuberza, Víctor Carreón, Enrique
5. Aceves, Mónica del Castillo y Enrique Muñoz,
6. todos ellos bajo la dirección de Carlos
7. Aparicio, Jefe de Información del noticiero.
8. LOCUTOR Miguel Aguirre Castellanos es el encargado
9. de la fuente deportiva, en ocasiones ha
10. viajado con el equipo de Monitor para
11. informar sobre los aspectos deportivos del
12. lugar visitado.
13. LOCUTORA Uno de los colaboradores más recientes es
14. Ernesto Julio Teisser, periodista de gran
15. trayectoria en la fuente política de varios
16. periódicos; actualmente colabora en
17. Excélsior. En el aspecto financiero se cuenta
18. con comentarios desde la Casa de Bolsa.
19. LOCUTOR La entrevista quincenal con el psiquiatra
20. Ernesto Lammoglia es otra de las secciones
21. de Monitor de la mañana, en la que se habla
22. de temas como adolescencia, tensión nerviosa
23. y las relaciones familiares, entre otros.

1. LOCUTORA Otra de las colaboraciones quincenales es la
2. de Anilú Elías, destacada abogada, dedicada a
3. los problemas legales de la familia.
4. OPERADOR RAFAGA
5. LOCUTOR En la sección económica, Monitor cuenta con
6. la participación de diferentes invitados cada
7. semana.
8. LOCUTORA Una sección que le ha dado un toque diferente
9. a Monitor han sido los reportajes sobre
10. aspectos cotidianos, diferentes o novedosos
11. de la información diaria, ejemplo de ello
12. son: las leyendas que suelen pintarse en los
13. camiones, la comparación de los precios en
14. años anteriores con los de ahora o bien, el
15. de una visita a los "fayuqueros" de Tepito.
16. LOCUTOR Otra costumbre en el noticiero, son las
17. entrevistas a las personas relacionadas con
18. acontecimientos de actualidad, como en el
19. caso de la contaminación, el Pacto de
20. Solidaridad Económica y en época de
21. elecciones, con los candidatos de los
22. diferentes partidos. Si es una entrevista a
23. un servidor público, se invita al auditorio a
24. plantear alguna pregunta o a que exponga
25. algún comentario a través de los teléfonos.
26. OPERADOR RAFAGA

1. LOCUTORA Y para no romper con lo tradicional, se
2. ofrece diariamente el santoral, la
3. temperatura y el servicio de la hora.
5. LOCUTOR La coordinación de Monitor de la mañana está
6. bajo la responsabilidad de dos productores,
7. un locutor-redactor y un conductor de quien
8. le hablaremos en un momento.
- ~~9. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL PERMANECE Y DESAPARECE~~
10. LOCUTORA En 1977 Monitor sufre un cambio sustancial,
11. pues debido a un accidente automovilístico de
12. Mario Iván Martínez, el Jefe de Información
13. del noticiero, José Gutiérrez Vivó, tiene que
14. conducir la emisión.
15. LOCUTOR Este cambio tiene una respuesta favorable
16. por parte del auditorio debido a la forma en
17. que Gutiérrez Vivó da las noticias. ¿Lo
18. escuchamos?
- ~~19. OPERADOR ENTRA CARTUCHO CON VOZ DE JOSE GUTIERREZ VIVO~~

1. JOSE GUTIERREZ Concluyó el secuestro, de manera ridícula,
2. VIVO de un avión colombiano. El señor aeropirata
3. se llevó el avión a Panamá, después se lo
4. llevó a Aruba y más adelante el avión
5. aterrizó en el aeropuerto colombiano de
6. Cartagena. No hubo desgracias que lamentar
7. afortunadamente, pero solamente un "pero", el
8. señor aeropirata, señalado como enfermo
9. mental, se escapó del avión ¡caminando! y
10. ¡nadie! lo alcanzó...
11. LOCUTORA A partir de ese cambio Monitor se transforma,
12. José Gutiérrez Vivó le imprime un sello
13. característico a la información, porque la
14. comenta y da su opinión, esto lo hace ser
15. diferente a los otros noticieros.
16. ENTRA CARTUCHO CON VOZ DE JOSE GUTIERREZ VIVO

1. JOSE GUTIERREZ Monitor fue el primer programa
2. VIVO informativo de la radio que sacó sus
3. micrófonos, sacó su equipo humano y físico y
4. empezó a transmitir, via satélite, desde hace
5. ya nueve años. El primer programa que
6. realizamos fue pensado en que no todo ocurre
7. en el Distrito Federal, que no es el centro
8. del mundo y que de vez en cuando, debemos
9. salirnos del marasmo en que vivimos; de los
10. problemas diarios para enterarnos de otros
11. que a juicio de Monitor, son importantes,
12. tienen trascendencia, tienen fondo y de
13. alguna manera, nos permiten ampliar nuestra
14. visión de las cosas.

15. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

16. LOCUTORA José Gutiérrez Vivó, ingresa a Radio
17. Programas de México en 1972. Cuando se está
18. planeando, la creación de la Primera Red
19. Nacional de noticias.

20. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

21. LOCUTOR Clemente Serna Alvear incluye a Gutiérrez
22. Vivó en el proyecto Monitor por considerarlo
23. una persona preparada pues había estudiado
24. comunicación en Londres y hecho dos
25. postgrados: uno en Inglaterra y otro en
26. Tokio.

27. ~~OPERADOR~~ ENTRA PUENTE MUSICAL PERMANECE Y DESAPARECE

1. LOCUTORA Serna Alvear da su aprobación y José
2. Gutiérrez Vivó es nombrado Director de
3. Información y Eventos Especiales de Radio
4. Red.
- ~~5. OPERADOR ENTRA CARTUCHO CON VOZ DE JOSE GUTIERREZ VIVO~~
6. JOSE GUTIERREZ El próximo lunes, se van a transmitir dos
7. VIVO horas del noticiero Monitor, desde Moscú para
8. saber de los cambios importantes que se están
9. dando en la Unión Soviética. México tiene que
10. cambiar y es por ello que este programa ha
11. ido a otros países a ver los cambios y
12. profundizar en ellos, y sobre todo, en los de
13. la Unión Soviética... Y por último, la otra
14. semana... estaremos en dos países y
15. realizaremos cuatro transmisiones en vivo,
16. vía satélite. Una de ellas tiene que ver con
17. un país muy pequeño que tiene problemas de
18. nieve, falta de recursos naturales pero que
19. ha sabido organizarse y vive mejor que
20. nosotros... Finlandia, estaremos desde Radio
21. Finlandia... desde Helsinki. Y por último,
22. estaremos hablando de las economías
23. "perfectas" pero no hay nada perfecto sobre
24. la tierra y a veces hay que ver que está
25. pasando con las economías "perfectas" y vamos
26. a estar en... Suecia.
27. ~~OPERADOR~~ RAFAGA

1. LOCUTORA Un ejemplo del impacto que ha logrado
2 Gutierrez Vivó es cuando en Diciembre de
3. 1988, es llamado para conducir un programa
4. de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC),
5. sobre el Pacto de Solidaridad Económica, ya
6. que es considerado el periodista con mayor
7. presencia radiofónica.
- ~~8. OPERADOR~~ ~~ENTRA PUENTE MUSICAL, PERMANECE Y DESPARECE~~
9. LOCUTOR Como hemos apreciado, José Gutiérrez Vivó,
10 hoy Director de Radio Red, ha sido una pieza
11. importante dentro de Monitor, tanto para su
12. estructura como para su economía, al
13. convertirse en el noticiero más escuchado de
14. la radio, según datos de la Revista Medios
15. Publicitarios Mexicanos.
16. LOCUTORA Las tarifas para anunciarse dentro de
17. Monitor, son las más elevadas tanto de la
18. estación, como de la radio en la Ciudad de
19. México. Por ejemplo es un 42% más alta que en
20. la XEW; 220% mayor que en Estéreo Rey y está
21. un 550% arriba de las tarifas de Radio
22. Fórmula.
23. ~~OPERADOR~~ ~~RAFAGA~~

1. LOCUTOR Actualmente José Gutiérrez Vivó es
2. considerado por muchos como un líder de
3. opinión. Sus colaboradores opinan que se debe
4. a su disciplina y, sobre todo, a su estilo en
3. la lectura y comentario de las noticias.
4. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL PERMANECE Y DESAPARECE
5. LOCUTORA Podríamos seguir enumerando las
6. características de los líderes. Pero ese no
7. es nuestro objetivo, lo que nos interesa es
8. hacer notar que a José Gutiérrez Vivó se le
9. ha considerado un líder de opinión en el área
10. informativa por su manera de comentar las
11. noticias, por la confianza que le tiene el
12. público, por la identificación con los
13. problemas de la gente y algo más concreto: el
14. amplio auditorio que tiene "Monitor de la
15. mañana".
16. LOCUTORA Por lo anterior, hemos designado a José
17. Gutiérrez Vivó bajo el término de Líder de
18. comunicación, pues define en forma más
19. precisa el papel que desempeña en el
20. noticiero y con el público radioescucha.
21. LOCUTORA Es necesario señalar que este término también
22. se aplica a todos aquellos que se encuentran
23. ante un medio, llámese televisión, cine o
24. prensa, y que dependiendo de éste serán los
25. elementos que maneje.

1. OPERADOR ENTRA PUENTE MUSICAL PERMANECE Y DESAPARECE
2. LOCUTOR De esta manera hemos llegado al final de la
3. serie ;Y se hizo la noticia radiofónica!
4. esperamos haya sido de su agrado este
5. recorrido iniciado en los años veinte, con
6. la aparición de las primeras noticias
7. radiofónicas; su evolución a través del
8. tiempo y los líderes de la "época de oro" de
9. la radio.
10. LOCUTORA Recordamos también los inicios de Radio
11. Programas de México y su logro más importante
12. en materia informativa: MONITOR. Sin olvidar
13. a la persona que le ha dado características
14. muy especiales: José Gutiérrez Vivó.
15. OPERADOR ENTRA CORTINA MUSICAL, PERMANECE Y DESAPARECE
16. LOCUTORA La información para la elaboración de este
17. programa fue tomada de las revistas
18. "Radiolandia", "Antena", "Tele-Guía"; de
19. artículos periodísticos firmados por Joaquín
20. Gutiérrez Niño, Alma Rosa Alva de la Selva y
21. Ma. del Carmen Hernández Ibarra, que
22. aparecieron en "El Nacional", "La Jornada" y
23. "Novedades" así como entrevistas a Mario
24. Molina, Rafael Cinta y Enrique González.
25. OPERADOR ENTRA MUSICA PARA CREDITOS QUE SE FUNDE CON
26. RUBRICA

1. LOCUTOR

Participaron en este programa:

2.

3.

Se despiden de ustedes:

4.

5.

DIRECCION: _____

6.

PRODUCCION: _____

7.

GUION: _____

8.

MUSICACION: _____

9.

OPERACION TECNICA: _____

- FIN DE LA MOVENA CINTA -

VII. JOSE GUTIERREZ VIVO: UN LIDER DE COMUNICACION

A lo largo de la investigación se ha mencionado que la personalidad y el estilo del conductor, al comentar los sucesos de actualidad, tienen una función importante en el éxito de un servicio informativo; que José Gutiérrez por su estilo en la lectura y comentarios de las noticias ha logrado la confianza del público y que existe identificación con los problemas expresados por el auditorio.

Todos estos elementos lo han llevado a ser una persona que está "haciendo escuela" en el área informativa por lo que lo consideramos un líder de comunicación.

Para comprobar lo anterior se levantó una encuesta con la finalidad de conocer:

- Quiénes escuchan noticieros.
- Qué tipo de noticieros son los más gustados y por qué.
- Si el estilo y la personalidad del conductor de un noticiero, influye en el auditorio.

ELECCION DE LA MUESTRA

Para la elección de la muestra, se aplicó el muestreo probabilístico, de las 16 delegaciones políticas que conforman el Distrito Federal, resultó seleccionada la Delegación Venustiano Carranza y de ésta se tomó la colonia Jardín Balbuena.

Esta colonia cuenta con todos los servicios públicos y las principales ocupaciones de los habitantes son comerciantes,

oficinistas y maestros, sus ingresos varían de dos a cuatro salarios mínimos.

Los grupos entrevistados fueron: estudiantes, amas de casa y empleados, en la aplicación del cuestionario piloto se observó que estas eran las categorías que se presentaban más frecuentemente por ello, se determinó como población objeto de estudio.

Para dar una visión más amplia del lugar en el que se levantó la muestra daremos su situación geográfica. La colonia Jardín Balbuena está localizada:

Al norte: Sidar y Rovirosa, Calzada Ignacio Zaragoza y las colonias del Parque, 7 de julio y Moctezuma 1era. sección.

Al Sur: Agiabampo, Viaducto Miguel Alemán (límite delegacional) y la colonia Magdalena Mixhuca.

Al Oriente : Galindo y Villa y colonia Ignacio Zaragoza.

Al Poniente: Francisco del Paso y Troncoso, Lázaro Pavia y las colonias Pueblo de la Magdalena Mixhuca, Alvaro Obregón, Aeronáutica Militar, El Parque y 24 de abril (se anexa mapa con la ubicación de la colonia).

La técnica de investigación utilizada fue seleccionada de acuerdo a los objetivos y a las hipótesis trazadas en el trabajo, la más adecuada fue la cédula de entrevista, la cual nos permitió conocer las opiniones y las actitudes de los individuos encuestados sobre los noticieros radiofónicos y José Gutiérrez Vivó.

Para la recopilación de la información se seleccionó el cuestionario ya que se caracteriza por:

- 1) El encuestador llena la cédula.
- 2) Existen más posibilidades de aclarar dudas sobre las preguntas formuladas.
- 3) Es de gran ayuda cuando la gente a entrevistar no sabe leer y/o escribir.
- 4) Es anónimo" (Rojas Soriano, pág. 110).

El ordenamiento de las preguntas es acorde a lo que buscamos, de categorías generales a específicas; existen preguntas cerradas y abiertas, las primeras presentan las alternativas de respuesta a continuación de la pregunta.

En las preguntas abiertas las respuestas no están escritas y expresan la opinión del entrevistado.

Las primeras preguntas del cuestionario se refieren a las preferencias de los radioescuchas de la colonia Jardín Balbuena, por los diversos servicios noticiosos que se captan en la zona metropolitana. Algunas tienen como propósito verificar si la gente identifica los servicios noticiosos por la emisora o por la persona que los conduce.

Con la finalidad de obtener mayores datos sobre el tipo de información y el conductor de Monitor, se eligió a los comentaristas: Nino Canún, Pedro Ferriz de Con y Jorge Martínez Serrano por:

- 1) El horario de transmisión,
- 2) Duración del programa (más de una hora) y
- 3) Tipo de comentarios hechos respecto a las noticias.

Además de las preguntas del cuestionario, obtuvimos datos de los entrevistados como edad, sexo y ocupación para facilitar el agrupamiento e interpretación de los datos.

Una vez realizadas las modificaciones se aplicó el instrumento seleccionado. Para ello se eligió el muestreo sistemático...

"este tipo de muestreo es de suma utilidad cuando el tamaño de la población es muy grande y es difícil elaborar un marco de la muestra..." (Rojas Soriano, pág. 127).

A continuación se procedió a sacar el tamaño de la muestra basándonos en que:

- "a) La población objeto de estudio es grande.
- b) El cuestionario que se aplica es reducido y las preguntas son preferentemente cerradas.
- c) Las alternativas de respuesta son mutuamente excluyentes" (Rojas Soriano, pág. 130).

La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$N = \frac{Z^2 Pq}{E^2}$$

Donde:

N= Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza, es el grado de confiabilidad que se desea para poder generalizar los resultados. Comúnmente se emplea el 95 y el 99 por ciento (que se obtiene de la tabla titulada "Áreas bajo la curva normal tipificada" del libro de Raúl Rojas Soriano).

La utilización de un determinado nivel de confianza obedece, básicamente, a los objetivos del estudio "ya que si se desea probar hipótesis y obtener elementos de juicio, es mejor elevar el nivel de confianza" (Rojas Soriano, Pág. 125).

pq = Variabilidad del fenómeno

Mediante un estudio piloto en una muestra reducida, se hacen preguntas sobre temas de la investigación, las respuestas posibles serán únicamente sí o no. En este caso p significa porcentaje de respuestas afirmativas y q representa las respuestas negativas; en el cuestionario piloto, la situación se presentó así:

p es igual a 60% y q es igual a 40%

E = Nivel de precisión, es la exactitud con la que se generalizarán los resultados. Este valor permite calcular el intervalo en donde se encuentran los verdaderos valores de la población.

En este caso se trabajó con un nivel de confianza de 96% que se dividió entre 2 (según la fórmula) esto nos da 48.0 lo que es igual en la tabla del Area Bajo la Curva Normal Tipificada a 2.05.

$$N = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

$$N = \frac{(2.05)^2 (.6) (.4)}{(.05)^2}$$

$$N = \frac{1.0086}{0.0025} = 403.44$$

0.0025

MUESTRA INICIAL= 403.44

En la encuesta se tomó como unidad de análisis un habitante por vivienda. Se aplicó un cuestionario en cada casa, a pesar de que se sabía el número total de habitantes de la colonia Jardín Balbuena (7102) no se tenía:

- El número de habitantes por casa.
- El número total de personas menores de 15 años a los que no se entrevistaría.
- Si se encuestaba a más de un miembro por casa las respuestas podrían ser influidas por la opinión del primero que contestara. En casi todos los hogares, se encontraban al menos dos de los tres sujetos con el perfil a encuestar, (estudiantes, amas de casa, empleados) pero en ocasiones tenían que irse a trabajar, a la escuela o hacer labores en el hogar por lo que se aplicaba el cuestionario a la persona que tuviera tiempo.

Una vez que se tuvo el tamaño de la muestra inicial se procedió a corregir el tamaño de la misma, mediante la siguiente fórmula:

$$\frac{n - 1}{1 + 0 - 1} = N$$

Donde:

n = Es el tamaño de la muestra inicial.

N= Es el número de viviendas.

Sustituyendo:

N= 403.44

N= $\frac{1 + 403.44 - 1}{$

7102

n= 381.80

Redondeando es igual a **382** encuestas a aplicar.

"El procedimiento para calcular el intervalo (...):

- a) Conocer el tamaño de la población (...) de la muestra.
- b) Dividir el tamaño de la población entre la muestra (...)
- c) Sortear los números del 1 al 9 para determinar la vivienda a partir de la cual se iniciará el conteo de nueve en nueve" (Rojas Soriano, 1979, pág. 128).

La división entre el número de viviendas y el tamaño de la muestra nos dio por resultado 9.4 lo que significa que el intervalo es igual a 9. Entonces, cada nueve viviendas se aplicó un cuestionario, se sortearon los número del 1 al 9 para determinar la vivienda a partir de la cual se iniciaría el conteo.

Los periodos de levantamiento de la muestra estuvieron comprendidos del 21 al 24 de marzo y del 28 de marzo al 1 de abril de 1988.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De las 382 encuestas aplicadas:

147 personas son amas de casa

125 personas son empleados

110 personas son estudiantes

A continuación presentamos los porcentajes que ocuparon cada uno de los estratos en relación al total de la muestra.

CUADRO A

CATEGORIAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Amas de casa	147	38%
Empleados	125	33%
Estudiantes	110	29%

INTERPRETACION

Del total de encuestados tenemos que el 38% fueron amas de casa mientras que el 33% fueron empleados y el 29% estudiantes (Gráfica A).

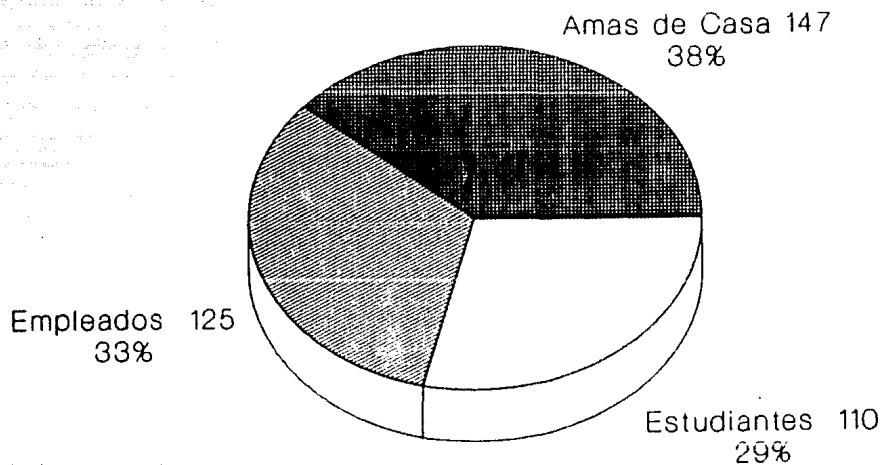
Los porcentajes de la gente que escucha noticieros y de la que no escucha del total de la muestra son:

Escucha noticieros 290= 76%

No escucha noticieros 92= 24%

Como vemos el 76% de los encuestados escucha noticieros mientras que el 24% no lo hacen.

GRAFICA A



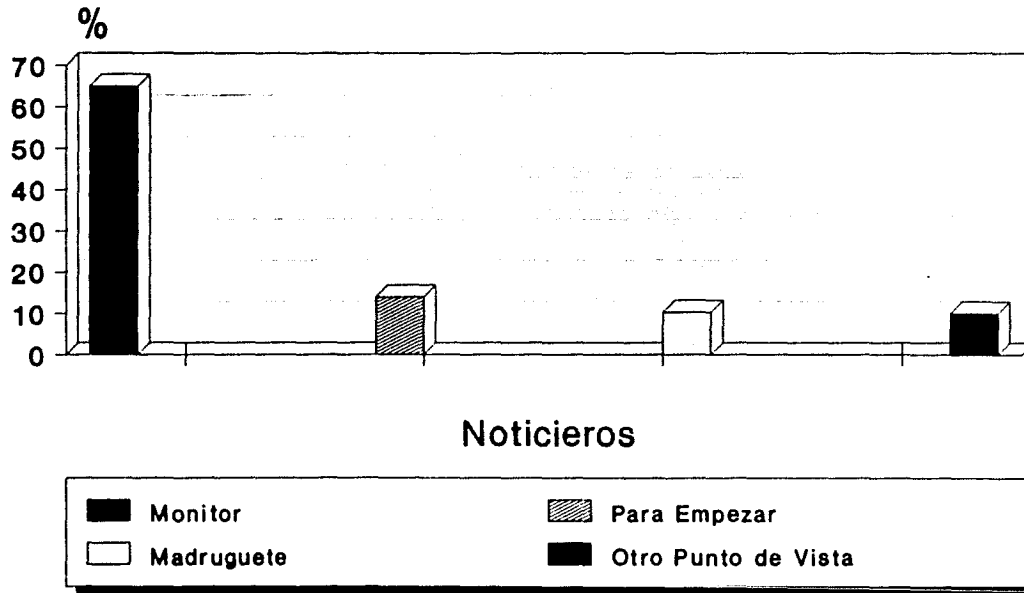
A continuación presentamos los porcentajes que ocuparon cada uno de los noticieros contemplados en las preguntas 2, 3, 4 y 5 en relación al total de la gente que escucha noticieros (Gráfica B).

CUADRO B

MONITOR	65%
PARA EMPEZAR	14%
MADRUGUETE	10%
OTRO PUNTO DE VISTA	10%

GRAFICA B

Resultados de la Muestra



INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS POR PREGUNTA

1. ¿Escucha noticieros de radio?

CATEGORIAS	SI	NO	TOTAL
Amas de Casa	72%	28%	100%
Empleados	82%	18%	100%
Estudiantes	74%	26%	100%

SIMILITUDES OBSERVADAS ENTRE LOS GRUPOS

La mayor parte de la población encuestada escucha noticieros radiofónicos.

OBJETIVO CUBIERTO

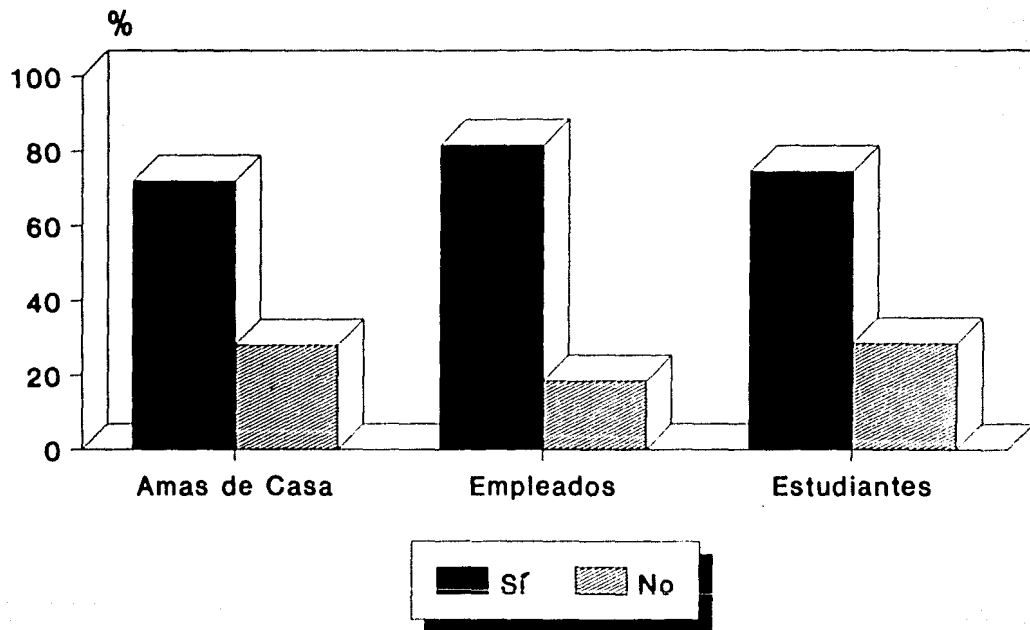
Saber quiénes escuchan noticieros de radio.

COMENTARIO

Como podemos observar, la mayoría de los encuestados escucha noticieros de radio ya que los porcentajes más altos fueron afirmativos en esta pregunta, mientras que los que dan respuesta negativa, presentan porcentajes bajos.

GRAFICA 1

¿Escucha Noticieros?



De las Preguntas 2, 3, 4 y 5 obtuvimos los siguientes datos (¿De estos noticieros cuál es el que usted escucha?).

CATEGORIAS	MONITOR	PARA EMPEZAR	MADRUGUETE	OTRO P.V.
Amas de Casa	65%	16%	13%	11%
Empleados	65%	17%	13%	14%
Estudiantes	73%	10%	12%	7%

SIMILITUDES OBSERVADAS ENTRE LOS GRUPOS

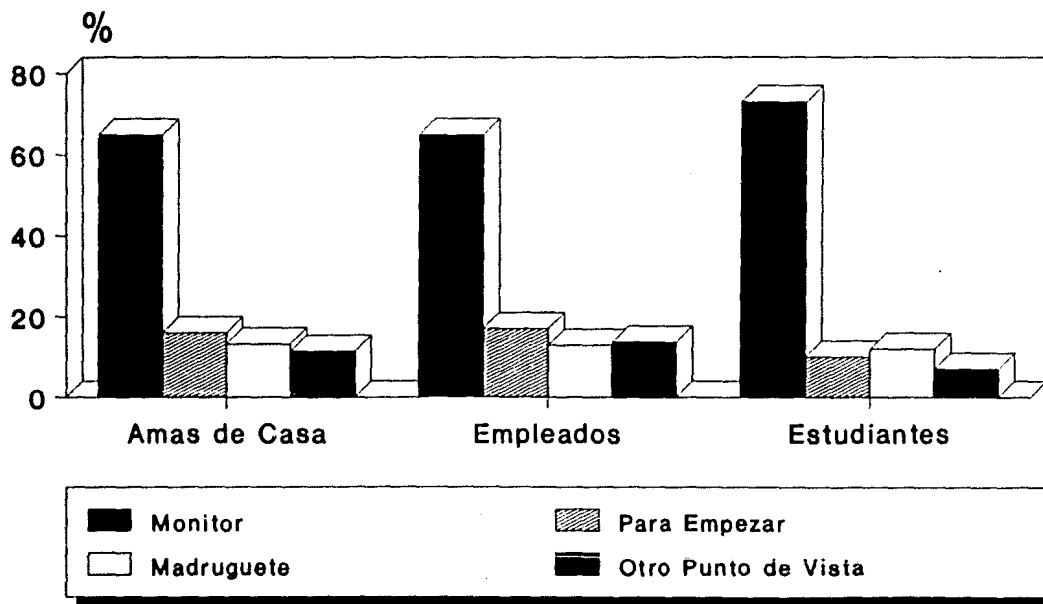
Los tres sectores prefieren el noticiero Monitor pues en los tres se presentan porcentajes elevados.

OBJETIVO CUBIERTO

Saber cuál de los noticieros anteriores es el más escuchado.

GRAFICA 2

De estos noticieros ¿cuál escucha?



6. ¿Qué otros noticieros escucha?

CATEGORIAS	NOTICENTRO	OTROS
Amas de Casa	8%	5%
Empleados	6%	14%
Estudiantes	8%	28%

SIMILITUDES OBSERVADAS

Los tres sectores escuchan Noticentro más que cualquier otro noticiero de los diversos grupos radiofónicos.

OBJETIVO CUBIERTO

Saber qué otros noticieros escuchan los encuestados además de los mencionados en las preguntas 2, 3, 4 y 5.

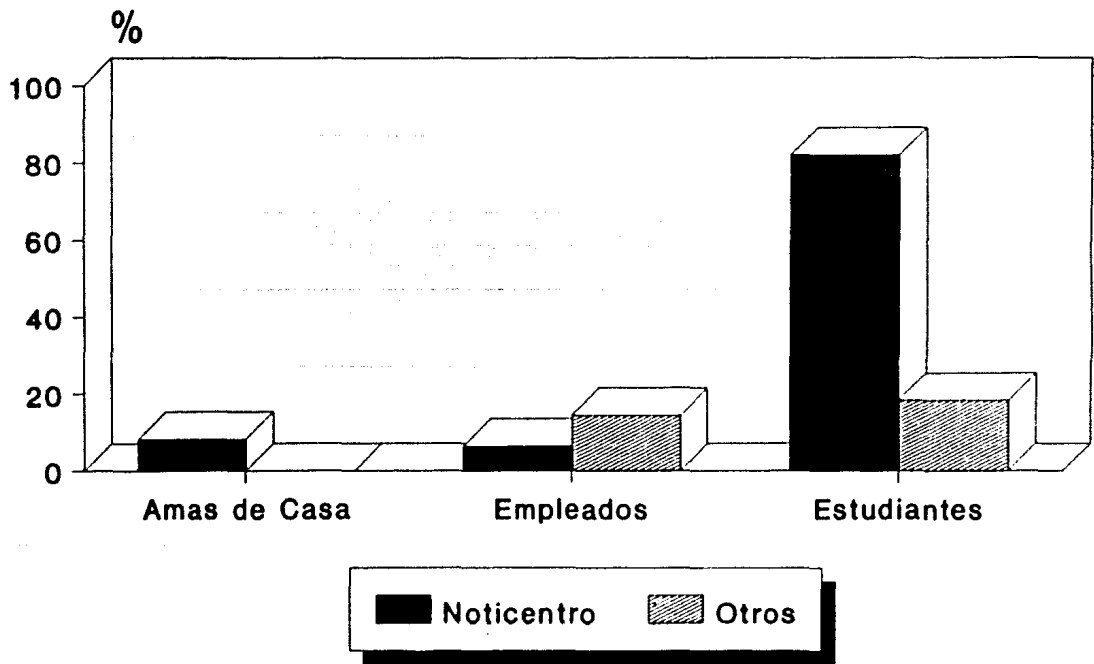
COMENTARIO

De los 290 encuestados que respondieron que sí escuchaban noticieros, muy pocos tienen preferencia por los de corta y mediana duración.

De los "otros noticieros" que escucha la gente tenemos los de Radio Educación, Nuestras noticias, Notifórmula, ACIR y Núcleo Noticias.

GRAFICA 3

¿Qué otros noticieros escucha?



7. ¿Con qué frecuencia escucha Monitor?

CATEGORIA	DIARIO	2 ó 3 VECES POR SEMANA
Amas de Casa	87%	13%
Empleados	85%	15%
Estudiantes	82%	18%

SIMILITUDES OBSERVADAS ENTRE LOS GRUPOS

Los tres grupos presentaron los porcentajes más altos en cuanto a que lo escuchan diariamente.

OBJETIVO CUBIERTO

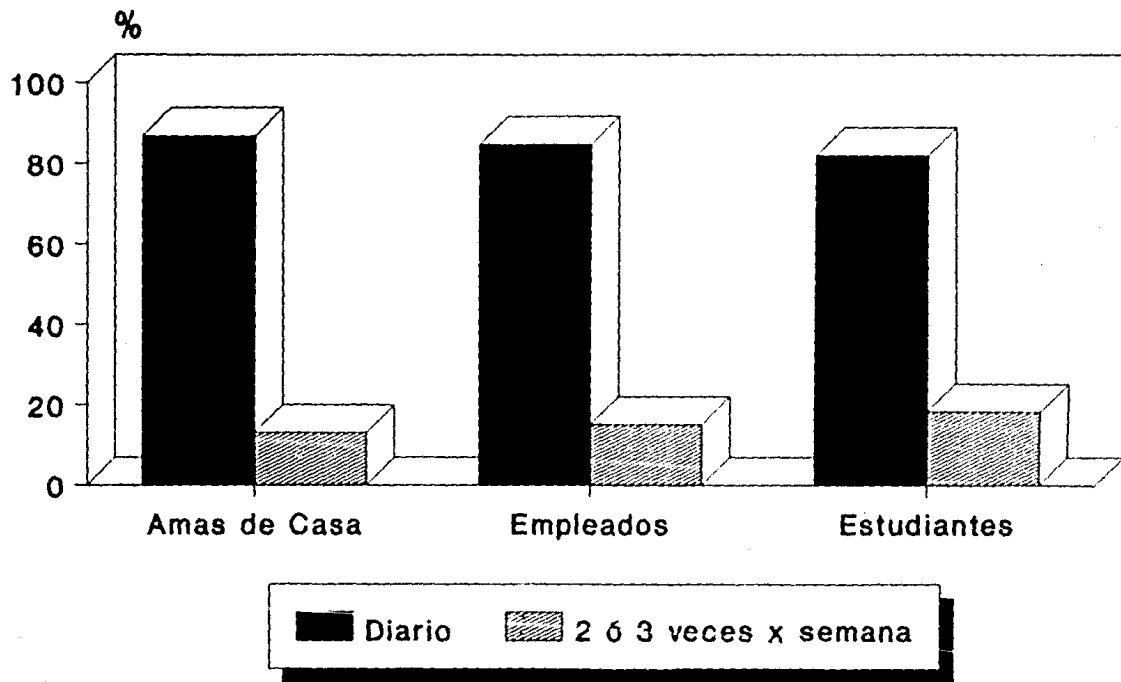
Conocer con qué frecuencia es escuchado el noticiero Monitor.

COMENTARIO

Como podemos apreciar, la mayoría de los encuestados escucha diariamente Monitor, por lo que tienen una idea, posición y opinión clara con respecto al noticiero.

GRAFICA 4

¿Con qué frecuencia escucha Monitor?



8. De las emisiones de Monitor ¿Cuál es la que usted escucha?

CATEGORIAS	MAÑANA	TARDE	NOCHE
Amas de Casa	100%	0	0
Empleados	100%	0	0
Estudiantes	100%	0	0

OBJETIVO CUBIERTO

Saber cuál es la emisión que prefiere la gente.

COMENTARIO

El noticiero Monitor cuenta con tres emisiones, la más escuchada es la matutina (la de mayor duración) y que precisamente, conduce José Gutiérrez Vivó, las otras dos tienen locutor diferente.

9. ¿Qué opina del noticiero Monitor?

CATEGORIAS	BUENO	REGULAR	MALO
Amas de Casa	99%	1%	0
Empleados	100%	0	0
Estudiantes	97%	3%	0

SIMILITUDES ENTRE LOS GRUPOS

La mayoría de los encuestados opinó que el noticiero Monitor era bueno y precisamente por esa característica lo escuchaban, prueba de ello fueron los resultados.

COMENTARIO

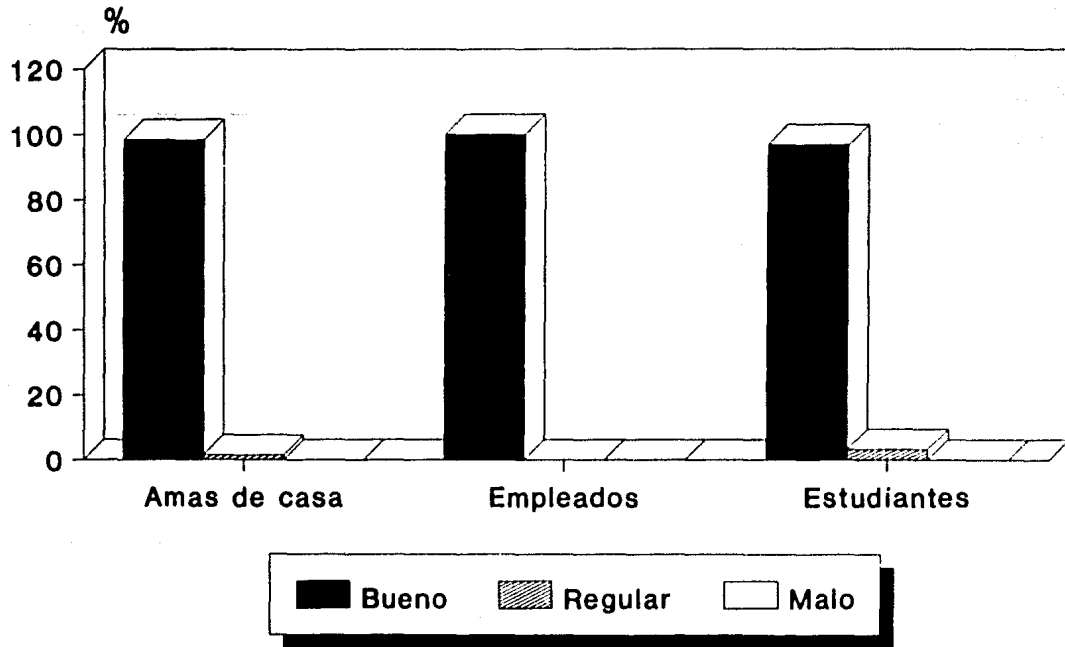
Las opiniones más frecuentes fueron: "es bueno", "interesante", "actual", "bien balanceado", "el mejor", "dice lo que otros no comentan", etc.

Estas fueron algunas de las respuestas dadas por los encuestados y con base en ello notamos que el noticiero Monitor es considerado por los tres sectores como "el más bueno", "el mejor" y "el más completo de los noticieros matutinos".

Esto nos lleva a pensar en la totalidad del programa que cubre áreas muy diversas y que es un factor importante en la aceptación del noticiero.

GRAFICA 5

¿Qué Opina de Monitor?



10. ¿Qué le parece la forma en que José Gutiérrez Vivó conduce Monitor?

CATEGORIAS	BUENA	REGULAR	MALA
Amas de Casa	100%	0	0
Empleados	100%	0	0
Estudiantes	93%	4%	3%

SIMILITUDES ENTRE LOS GRUPOS

Se siguen presentando porcentajes altos para la primera opción que toma como buena la conducción de Monitor.

HIPOTESIS CUBIERTA

El alto nivel de audiencia de un noticiero radiofónico es resultado del estilo del conductor.

COMENTARIO

Al igual que en la pregunta anterior los encuestados siguen considerando al noticiero y a la forma en que es conducido por José Gutiérrez Vivó como buenas.

Las respuestas más usuales entre los tres sectores fueron: "es amena", "clara", "tiene vida", "es serio", "profesional", etc. La mayoría de los encuestados opinaron que la amenidad y la claridad en la conducción del noticiero Monitor se debe al

tipo de lenguaje coloquial (común, cotidiano) utilizado por José Gutiérrez como frases cortas, sencillas, toque cálido y humano. Esto se refleja en cada noticia que da y como alguien mencionó "es como si platicara".

Las preguntas 9 y 10 están relacionadas ya que tanto la conducción como la imagen que ofrece el noticiero van ligadas, pues no se puede dar una sin la otra. Para la conducción de un programa es primordial tener la aceptación del público.

Para dejar clara esta afirmación, a continuación se presenta un fragmento sobre el tipo de comentarios hechos por José Gutiérrez, sobre un suceso que se da en otro lugar del mundo y que compara con lo que se está viviendo en México.

"... Aquí en México con motivo de la crisis todos los días observamos en las calles el incremento de la gente que pide, los limosneros están proliferando y los vendedores ambulantes. Es algo que sentimos es una tendencia creciente y será irreversible, por lo menos a corto plazo.

"Para muchos manejadores el llegar a las esquinas se ha convertido en una especie de, de tensión nerviosa porque tienen que estar pendientes de que no le caiga del cielo o de un árbol, un muchachito con un bote o una botella de plástico, y con una esponja y le limpie el parabrisas.

"Inclusive, ya pasaron aquellas épocas en las cuales aquel que encuentra esto como una forma de vida, le pedía permiso 'Oiga ¿le puedo lavar?', '¿no quiere que le lave el parabrisas?'

"Estamos llegando a un grupo de jóvenes que van entre los 10, 12 hasta los 18, 20 años que su principal característica es la agresividad.

"Ellos le limpian el parabrisas (GOLPES EN EL ESCRITORIO) porque se lo limpian (GOLPES EN EL ESCRITORIO) y el chiste es pescarlo a usted distraído, pero si usted lo pesca antes y le dice 'no' pues para qué le cuento las cosas que le dicen algunos, y pues han tenido técnicas ahora ya muy especiales.

"Son parvadas de jóvenes que están en muchísimas esquinas de la zona metropolitana. Inclusive, a una distancia prudente, le arrojan el chorro de agua, le avientan el esponjazo y esto lo comento porque le voy a decir a usted lo que los brasileños están haciendo, que también están en crisis y que ya pues, este, nos llevan una delantera.

"Hay dos sistemas que están de moda en Río de Janeiro y en Sao Paulo; uno, los muchachos estos de 10, 8, 9, 11, 12 años lo que hacen es que se encueran, eso. Entonces salen a la calle sin ropa y le tocan en la ventana del coche (GOLPES EN EL ESCRITORIO). Usted se siente compungido por ellos o quizás no quiere que se acerquen a su coche porque va usted con la familia o porque simplemente le desagrada la escena y entonces pues le da usted ahí algún dinero.

"Y esto es lo último que está de moda en Río de Janeiro y Sao Paulo que los muchachos ya no limpian vidrios, se encueran y con esto le presionan para que usted dé dinero. Y la segunda técnica que posiblemente sea más utilizada, creo yo en este caso, se ha convertido en 'correo del amor'.

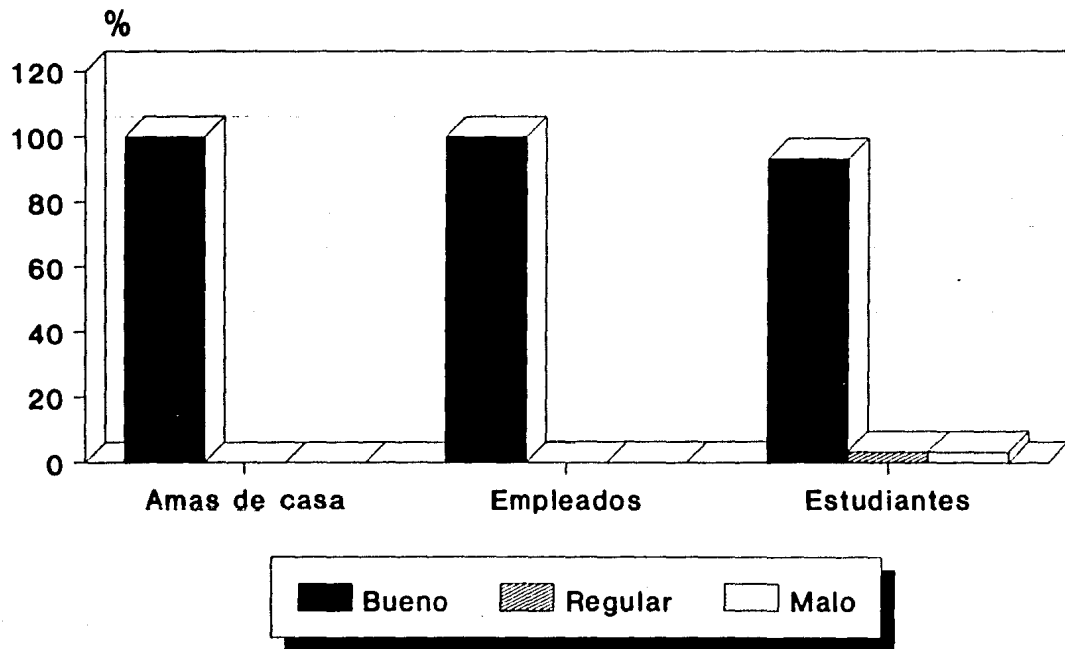
"Esto es, eh, por ejemplo en las playas o en los cafés o en las zonas donde hay mucha gente, comprando o tomando café, andan unos jóvenes que, este, usted lo llama y le dice 'a ver Luis, ven para acá, este, mira ¿ves aquella pelirroja que está por ahí? mira...' le anota usted un recadito, el que usted quiera, y se lo lleva. Le da usted al muchacho una cantidad y pues, se queda usted esperando a que le contesten.

"Normalmente le salen telarañas, pero el hecho es que esta es la otra técnica que están utilizando los jóvenes, le andan haciendo de 'cupidos de banqueta'..."*.

* GUTIERREZ Vivó, José. Monitor de la mañana. (Noticiero). 8 de abril de 1987. 8:36 a.m.

GRAFICA 6

¿Qué opina de la conducción de Monitor?



11. ¿Le gustan los comentarios que él hace?

CATEGORIAS	SI	NO
Amas de casa	94%	6%
Empleados	99%	1%
Estudiantes	88%	12%

SIMILITUDES ENTRE LOS GRUPOS

Los porcentajes más altos se siguen presentando en las respuestas afirmativas.

HIPOTESIS CUBIERTA

José Gutiérrez Vivó por el estilo que imprime al noticiero Monitor tiene un público amplio.

COMENTARIO

Los adjetivos para calificar los comentarios que hace José Gutiérrez Vivó son los siguientes: "son reales", "positivos", "productivos", "atinados", "ceteros", "objetivos", "realistas", "atrevidos", "francos", "audaces", etc.

Los adjetivos mencionados por los encuestados reflejan la personalidad que José Gutiérrez Vivó transmite a su auditorio valiéndose únicamente de la voz y los sonidos a su disposición.

El representa la imagen de un hombre franco, sincero, que habla con la verdad, se nota la gran dosis de confianza que tiene el auditorio para con Gutiérrez Vivó.

En ocasiones Gutiérrez Vivó, parece que retoma el sentir de las opiniones del público y las da a conocer, esto con la finalidad de hacer notar que existe indignación acerca de un hecho. A continuación se presenta una muestra de lo dicho.

"... Todavía no sabemos qué pasó con el señor capitán piloto-aviador de un avión de Mexicana que presuntamente lo pilotó en estado de ebriedad y de una sobrecarga que fue detenida y se le comprobó el estado de ebriedad.

"Yo no sé, pero en México normalmente las investigaciones tardan, son tardaditas, yo no creo que la investigación en sí sea tardada. Lo que pienso es que esto es producto de la negociación cuando se sabe algo, yo puedo investigar que Raúl Frías acaba de llevarse mi pluma que tengo aquí, y en dos minutos me entero, a través de los testigos, que Raúl se guardó la pluma en la bolsa de su saco y él la tiene.

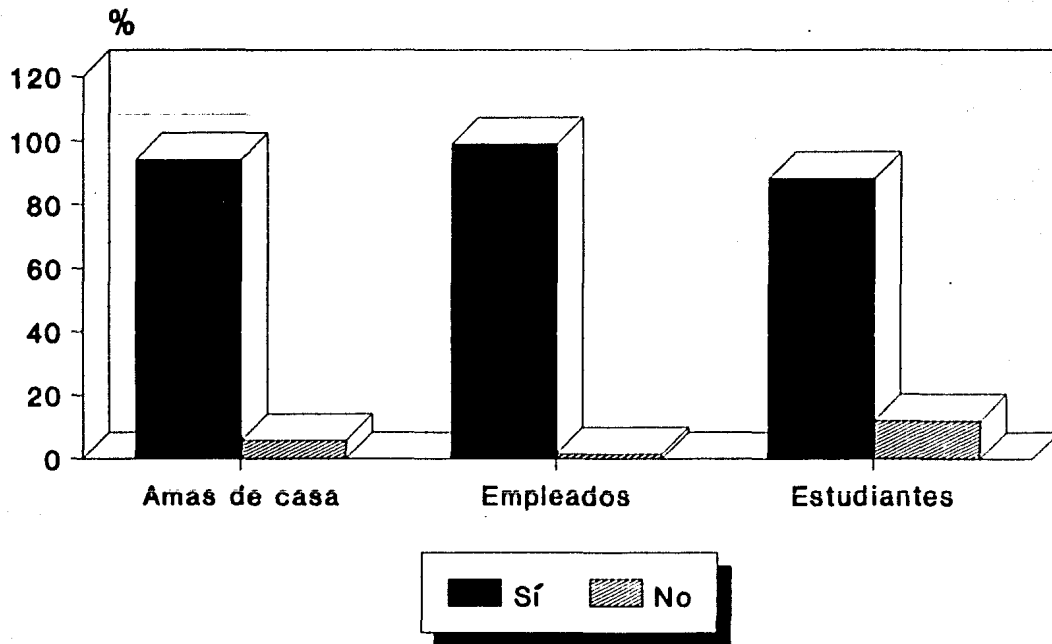
"Eso no me cuesta mucho trabajo, pero si el acusar yo a Raúl implica que posiblemente tenga yo problemas y que sus compañeros de trabajo lo apoyen a él, a pesar de que lo vieron robándose la pluma, es que entonces también, este, a través de unas defensas Raúl pueda salir más victorioso que perdido por robarse la pluma. Pues entonces, lo que tarda no es la investigación, lo que tarda es la negociación sobre el resultado de la investigación.

"Mientras tanto, la opinión pública que somos tan pacientes, cruzamos los brazos y aquí estamos espera y espera a ver si tienen la amabilidad de infomar a la opinión pública de lo que pasó..."*.

* GUTIERREZ Vivó, José. Monitor de la mañana. (Noticiero). 8 de abril de 1987. 8:28 a.m.

GRAFICA 7

¿Le gustan sus comentarios?



12. ¿Considera que José Gutiérrez Vivó da información completa?

CATEGORIAS	SI	NO
Amas de Casa	93%	7%
Empleados	83%	17%
Estudiantes	88%	12%

SIMILITUDES ENTRE LOS GRUPOS

Los tres sectores concuerdan en que da información completa, sin embargo, se notó lo siguiente: a pesar de que decían que la información era completa, algunos contestaron que hasta donde le era permitido o hasta donde era posible.

Algo muy curioso fue que ninguno de los entrevistados se expresó en contra de él, sino contra el sistema que no deja expresar las ideas con libertad por ello, "José Gutiérrez Vivó no puede decir todo lo que desea ya que no hay libertad de expresión".

COMENTARIO

Los que dijeron que la información era incompleta hablaron del poco tiempo disponible para dar una noticia a pesar de las 4 horas que dura el noticiero, esto quizá se debe a la actitud de José Gutiérrez Vivó, diciendo que nunca le alcanza el tiempo para comentar los sucesos, además la mayoría de los

encuestados mencionó que no existe la libertad de expresión, por ello él no dice lo que quisiera.

Aquí se puede notar que los encuestados no perciben que José Gutiérrez Vivó tiene una posición ideológica que sirve a la empresa que lo puso ahí.

Una vez más, ejemplificaremos como José Gutiérrez Vivó hace uso del lenguaje y del medio en que se encuentra para expresar el "sentir de la opinión pública", además de dar voz a las partes implicadas en el asunto, mostrando indignación, buscando un culpable.

"... Bueno, pasamos ahora a otro caso que hace pues, un día exactamente se presentó. Un pobre hombre enfermo con su hermana, fue al hospital Juárez a pedir ayuda. Se sentía muy mal y ahí unos porteros que se encontraban no lo atendieron y le dijeron que la consulta empezaba más tarde y el pobre hombre, el pobre hombre murió ahí en la banqueta.

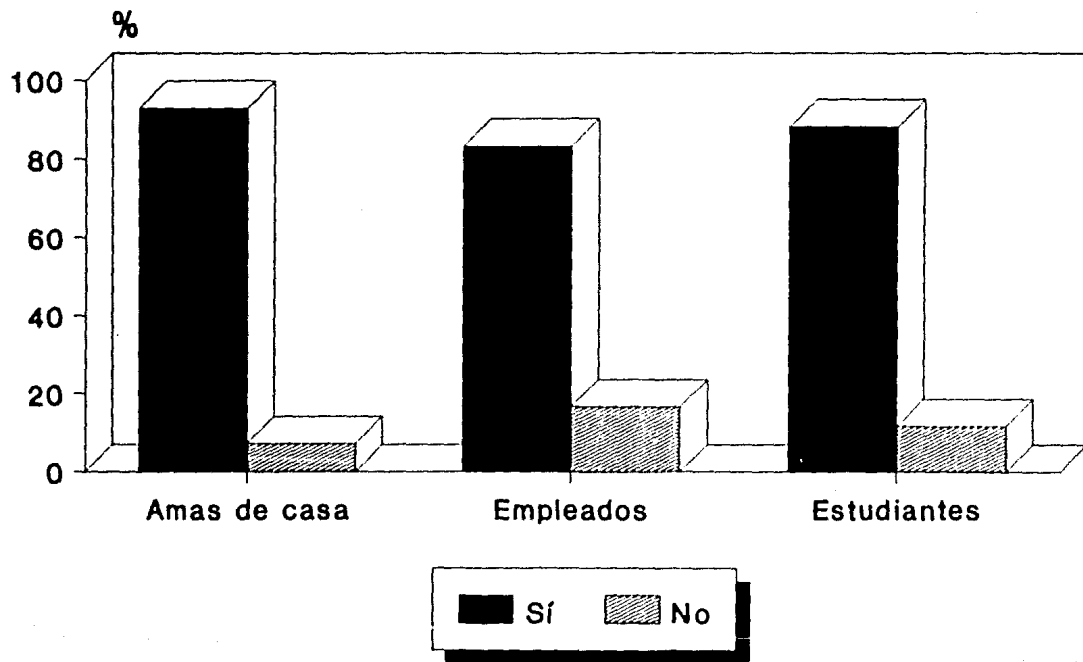
"Habían pasado dos horas y 'pico', no llegaba el agente del 'Misterio' Público y Jorge Olea llegó antes, llegó antes como es costumbre y ahí se encontró con la escena y platicó con la hermana de este señor (...).

"Explicaciones, explicaciones, explicaciones y más explicaciones. El hecho es que cuando salieron los señores de la ambulancia pues claro, con razón dijeron que el señor había muerto, pues ya había muerto. No salieron a tiempo (PAUSA). Bueno, oyó usted a la pobre hermana con la pena de que su hermano murió en la banqueta porque nadie le hizo caso..."*.

* GUTIERREZ Vivó, José. Monitor de la mañana. (Noticiero). 8 de abril de 1987. 9:13 a.m.

GRAFICA 8

¿Gutiérrez Vivó da información completa?



13. ¿Considera que las críticas que hace José Gutiérrez Vivó son comprometidas?

CATEGORIAS	SI	NO
Amas de casa	93%	7%
Empleados	83%	17%
Estudiantes	88%	12%

SIMILITUDES ENTRE LOS GRUPOS

Los tres sectores opinaron que sí se compromete ya que da la información como es. Se repite lo que en las respuestas anteriores se viene presentando: José Gutiérrez Vivó es escuchado por la mayoría de los encuestados porque "es un conductor que satisface a su auditorio".

En general, los tres sectores están de acuerdo en que Vivó se compromete con lo que dice, alguno de los encuestados dijo "desde el momento en que se dice algo se está comprometiendo".

A simple vista pudiera afirmarse, que en comparación a otras preguntas esta fue la que mayor cantidad de respuestas negativas tuvo, pero al analizarlas encontramos que en muchas de ellas contestaron que "no se compromete porque dice las cosas como son, como las siente y no se queda callado ante nada".

A partir de esto se deduce que la mayoría de las personas que se entrevistaron confían en José Gutiérrez Vivó pues dice la verdad e incluso llegaron a comentar que "un día le va a pasar algo", ninguno de los encuestados contestó que sus comentarios eran superficiales.

En esta pregunta se esperaba que los estudiantes contestaran de manera crítica o atacando a los medios de comunicación o al sistema, debido a la formación que están adquiriendo, sin embargo no fue así.

A continuación un ejemplo del estilo utilizado por José Gutiérrez Vivó al comentar un suceso.

"... El lunes por la mañana dimos a conocer el asesinato de un joven, un joven de 16 años, si mal no recuerdo, que fue asesinado por unos policías y esto porque lo confundieron con un raterillo que andaban en un tianguís de la colonia Buenos Aires.

"La madre, la madre de este joven, cuando vio lo que le estaban haciendo a su, a su hijo le gritó a los policías y, y los policías le contestaron. Uno de ellos le dijo a la señora este, 'está usted loca', salieron corriendo cobardamente.

"Se quitaron las placas, gorras la señora logró detectar un número y un nombre, y hasta el momento a tres días de distancia, cuatro días porque fue el domingo, no se sabe quién le quitó la vida al hijo de esta señora.

"Escuchemos lo que dice esta madre en conversación con Jorge A. Olea (...)

"Pregunto ¿Acaso una persona cuando huye, huye caminando para atrás? ¿Por qué el disparo que este inocente muchacho de 16 años, que su pecado fue ser curioso como somos todos, el disparo muestra que le dieron de frente? ¿Acaso estaba huyendo? ¿Acaso estaba huyendo en reversa? Cuando aparte, públicamente se sabe, que el ratero que buscaban pues sepa Dios dónde está ¿verdad?

"Dos ¿qué, cuando un policía detiene a alguien no debe quedarse en el lugar, reportar a sus jefes, que se levante una acta y se dé una explicación de por qué se actuó así?

"Número tres ¿Que la solución para un raterillo, que no era el hijo de esta señora, como ya se sabe, era que cuatro policías con las pistolas en la mano le estuvieran disparando en medio de un tianguis? ¿qué no hay, eh, causales diferentes para acciones diferentes? o sea, ¿tengo que matar a alguien en función de que se robó a la mejor no sé que cosa en un tianguis?

"¿Qué, qué es lo que hubiera hecho usted? ¿qué es lo que hubiera hecho yo ante un caso como este? Ahí está la madre, ahí está el muerto tres metros bajo tierra, una vida segada, una familia traumatizada.

"¿Qué hubiera hecho yo si fuera el responsable superior de estos señores policías? Lo primero, me hubiera presentado en la casa de esta señora, me hubiera presentado para ofrecerle mis condolencias y mi pena porque un elemento de mi cuerpo, un elemento, por supuesto, sucio e inservible, pero al fin de

cuentas, del cuerpo que yo comando, cometió este acto presuntamente.

"Dos, inmediatamente porque los métodos existen, hubiera detenido a estos señores policías. Quizás uno de ellos haya escapado, quizás sí se presentó en su cuartel o como se llame, pero cuando se quiere se puede, y por lo menos hubiera hecho un acto de presencia en el funeral de esta familia y estar informando a la opinión pública de que este desventurado anda huyendo, pero, la señora aparte de su tragedia personal de perder un hijo, tiene todavía que estar mendigando (sic) justicia porque la traen para arriba y para abajo.

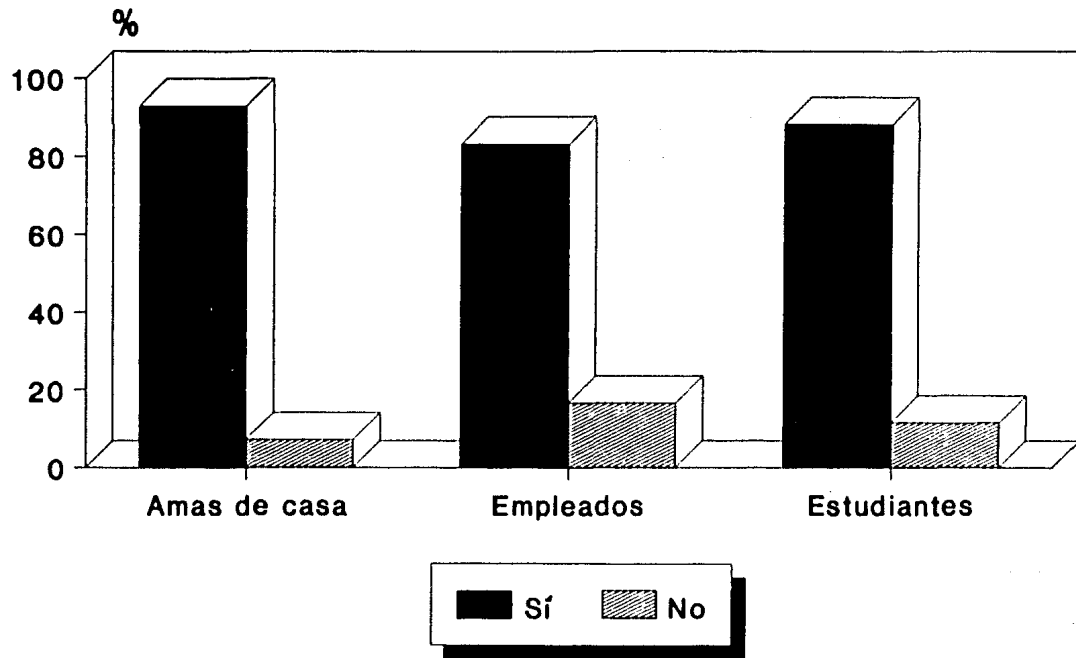
"Algún día creceremos, algún día maduraremos como sociedad, estamos en el proceso..."*.

Estos fueron los resultados obtenidos en la encuesta, una vez que se cuantificaron y analizaron presentamos las conclusiones a las que se ha llegado.

* GUTIERREZ Vivó, José. Monitor de la mañana. (Noticiero). 8 de abril de 1987. 8:42.

GRAFICA 9

¿Son sus comentarios comprometidos?



CONCLUSIONES

La radio ha tenido diversos cambios en su desarrollo, tanto en aspectos de programación (entretenimiento, orientación, etc.); de contenido (musicales, deportivos, informativos, etc.); de fines (campanas políticas, publicidad, etc.) e incluso de la gente que está frente al micrófono.

Los noticieros radiofónicos también se han modificado en duración y enfoque de la noticia; estas transformaciones han originado que los servicios noticiosos amplíen su tiempo de transmisión y cuenten con un conductor titular.

A continuación se detallan las conclusiones a las que se llegó en esta investigación y las cuales se concentraron en tres áreas: noticieros radiofónicos, Monitor y líderes de comunicación.

NOTICIEROS RADIOFONICOS

Las primeras transmisiones radiofónicas en México fueron de noticias, sin embargo, no se les reconoce como tales. Este hecho ha provocado que a la radio se le considere básicamente un medio cuyas funciones son de entretenimiento y diversión.

Los radioaficionados fueron importantes porque eran quienes daban a conocer las noticias a los periódicos en cuanto las captaban.

Esto trajo la lucha por la exclusividad de la noticia y la competitividad entre los periódicos de la época, principalmente entre El Universal y El Mundo, los cuales instalaron plantas de transmisión.

Las plantas transmisoras de estos periódicos tenían un objetivo claramente definido: **captar y difundir noticias**; las características de este medio, como la instantaneidad y el largo alcance, posibilitaron este uso.

La participación de otras empresas en el campo radiofónico dio por resultado que los **objetivos de información se delegaran**, transmitiéndose programas musicales y de entretenimiento además de la comercialización de diversos productos.

Los noticieros de larga duración tienen su antecedente en el periódico de Félix F. Palavicini, que tiempo después sirvió de modelo para organizar estos servicios.

Después de varios intentos fallidos, en los 70's se retoma el proyecto de noticieros de larga duración, estos "nuevos noticieros" lograron mayor auditorio, publicidad y mejores ingresos, consolidándose definitivamente en los 80's.

MONITOR

El hecho de que Radio Programas de México (RPM) fuera la primera empresa radiofónica que distribuyera programas grabados le dio la posibilidad de experimentar en diversas áreas hasta llegar al campo noticioso, donde actualmente tiene su éxito más importante.

A través de Radio Red, RPM le da otro enfoque a la radio al transmitir programación hablada en lugar de dedicar toda su programación a los noticieros o a la música.

De las características que hacen diferente a Monitor de otros servicios informativos son las transmisiones, vía satélite, fuera de México y que ha sido difícil de implementar por otras emisoras.

La infraestructura técnica de Monitor le ha permitido cubrir la información a nivel terrestre y aéreo.

La infraestructura económica le posibilita anunciarse en casi toda la ciudad a través de anuncios en la vía pública y en los periódicos.

Otros noticieros han seguido su ejemplo, sin embargo el sistema de organización de Radio Programas de México es tan sólido que es difícil que tengan la misma audiencia, por ello seguirá ocupando un lugar destacado en el terreno de la comunicación.

Monitor ha logrado que Radio Programas de México obtenga prestigio y presencia informativa. Esto ha ocasionado que los costos para anunciarse dentro del noticiero sean altos, lo que ha dado mayores ganancias a RPM.

LIDERES DE COMUNICACION

Los llamados líderes de comunicación surgieron en la radio durante los 30's aunque manejaban otro estilo tanto en voz como en tipo de comentarios.

Es necesario hacer notar que a los líderes de la época dorada de la radio no se les llama así y mucho menos líderes de comunicación, aunque ya existían como tales.

El hecho de tipificar bajo este rubro a aquellas personas que están constantemente frente a un medio de comunicación, además de definirlo, precisa la función que juega en el medio, el mensaje a transmitir y el público al que llega.

Al estar frente a un medio (radio, televisión, prensa, etc.) se convierte en un punto constante de atención y permanencia en el auditorio.

En la actualidad estos líderes son un elemento constante en los noticieros radiofónicos de larga duración donde han pasado de los comentarios fríos y serenos a aquellos llenos de apasionamiento que atraen a la gente.

Por las características del medio, donde la gente no le conoce el rostro pero sí la voz, el líder de comunicación utiliza un lenguaje sencillo y claro para darse a entender sin dificultades, además del estilo que imprime; el cual va acompañado de figuras retóricas, pausas, repeticiones, tartamudeos, sonidos y efectos.

A pesar de que los noticieros se conforman de las mismas noticias, son diferentes por el tratamiento que se les da, la personalidad que transmite el titular del programa y el grado de confiabilidad que le tenga el auditorio.

La hipótesis que manejamos de que el conductor de los servicios noticiosos a través de sus comentarios influye en la gente es cierta, ejemplo de ello es José Gutiérrez Vivó,

conductor de Monitor, quien ha logrado darle una imagen diferente al noticiero actual, la gente ya no escucha Monitor, lo escucha a él.

La hipótesis de que el alto índice de auditorio de un noticiero radiofónico es resultado de la forma y del lenguaje del conductor se cumplió, ya que lo que más llama la atención de José Gutiérrez Vivó, es su modo de expresarse.

Aunque los comunicadores elegidos tienen como característica común el criticar y opinar sobre los sucesos, cada uno tiene elementos que lo hacen diferente y tal es el caso del conductor de Monitor como se notó en los resultados.

La gente dice que le gusta la manera en que da las noticias, por el lenguaje que utiliza. Otro aspecto que nos lleva a reafirmar esto es que de las tres emisiones, la más escuchada es la de la mañana, precisamente la que conduce José Gutiérrez Vivó.

Lo anterior nos ha llevado a definir a José Gutiérrez Vivó como un líder de comunicación que tiene fuerza e impacto en los radicescuchas porque sienten que son ellos los que hablan y expresan sus pensamientos, a través de él.

Sin embargo, para el auditorio no es visible el proceso de selección del conductor, quien además de contar con las características ya mencionadas, debe tener un perfil acorde con el público al que desean llegar

Este perfil corresponde a los intereses ideológicos y económicos de los concesionarios, el líder reproduce la

ideología de los grupos que sustentan el poder. (Veáse capítulo II).

El líder sirve de filtro entre la posición ideológica de los dueños de los medios, la información y el público al que se están dirigiendo; es un mediador que a veces "toma la voz del público" e incluso llega "a pensar y a sentir como él" y en otras, tiene que conservar su posición y la del grupo que lo mantiene en ese lugar.

No es casual que el líder de comunicación critique, muestre indignación, dé una noticia en tono alegre o triste, golpee el escritorio o se comporte de acuerdo a la nota que esté dando.

Señalaremos finalmente que el líder de comunicación existe en todos los medios de comunicación y dependiendo de las características de éstos, manejarán ciertos elementos que provocarán diferentes reacciones en el público.

ANEXOS

CUESTIONARIO

OCUPACION: _____
 COLONIA: _____

SEXO: F ___ M ___
 EDAD: _____

1. ¿Escucha noticieros de radio?

SI _____ NO _____

2. De estos noticieros ¿cuál es el que usted escucha?

Para Empezar con Pedro Ferriz de Con

SI _____ NO _____

3. Otro punto de Vista con Nino Canún

SI _____ NO _____

4. Madrugete con Jorge Martínez Serrano

SI _____ NO _____

5. Monitor con José Gutiérrez Vivó

SI _____ NO _____

6. ¿Qué otros noticieros ha escuchado?

7. ¿Con qué frecuencia escucha Monitor?

DIARIO _____ 2 ó 3 VECES POR SEMANA _____

8. De las emisiones de Monitor ¿cuál es la que usted escucha?

MAÑANA _____ TARDE _____ NOCHE _____

9. ¿Qué opina del noticiero Monitor?

BUENO _____ REGULAR _____ MALO _____

¿Por qué?

10. ¿Qué le parece la forma en que José Gutiérrez Vivó conduce Monitor?

BUENA _____ REGULAR _____ MALA _____

¿Por qué?

11. ¿Le gustan los comentarios que él hace?

SI _____ NO _____

12. ¿Considera que José Gutiérrez Vivó da información completa?

SI _____ NO _____

¿Por qué?

13. ¿Considera que las críticas que hace José Gutiérrez Vivó son comprometidas?

SI _____ NO _____

¿Por qué?

GLOSARIO**"AL AIRE":**

Expresión que indica que un programa se está transmitiendo en directo.

ARTICULO:

Es un escrito en el que el autor habla sobre diversos temas. Un artículo por sus características puede ser de fondo o de opinión.

ARTICULO DE FONDO:

Es un escrito donde se analiza, se valora y se emite una opinión sobre un hecho.

ARTICULO DE OPINION:

El contenido del artículo es la opinión del firmante acerca de un hecho o declaración, ya sea en favor, en contra o neutral.

COLUMNA:

En ella se expresa la opinión del columnista esté o no de acuerdo con la del periódico (emisora en nuestro caso). Aparece en el mismo espacio y con un nombre característico.

COMENTARIO:

Es la opinión o punto de vista acerca de un suceso, la única diferencia con el editorial es que éste está firmado y es responsabilidad del que escribe.

COMENTARISTA:

Es una persona especializada en cierto tema y cubre un espacio limitado dentro del programa.

COMUNICACION:

Poceso a través del cual se transmiten pensamientos, ideas, comportamientos y actitudes por medio de diversos canales oral, escrita, mímica, imagen, etc. La retroalimentación puede ser oculta o manifiesta, mediata o inmediata.

CONDUCTOR:

Persona encargada de un programa presenta, opina, comenta sobre lo que dicen sus entrevistados o el público que llama.

CORTINA MUSICAL:

Separa un acto de otro, un tema de otro o un lugar de otro. Puede indicar transcurso de tiempo, su duración varía de 15 a 20 segundos.

CRITICA:

Es una valoración sobre algún acontecimiento de interés general.

EDITORIAL:

Es la opinión o punto de vista del periódico, en nuestro caso de la emisora, con respecto a un suceso.

EFEECTO:

Ruidos o sonidos que ayudan a crear un ambiente o situación. Pueden ser grabados o producidos en el estudio.

EMISOR:

Es el que transmite un mensaje con un fin u objetivo específico (informar, criticar, analizar, etc.).

ENSAYO:

Es un escrito en el que el autor expone o desarrolla sus hipótesis respecto a un tema. No tiene la profundidad y extensión de un tratado científico.

ENTREVISTA:

Es una conversación con el protagonista de un suceso o con quien tiene algo que decir respecto a un hecho.

FLASH:

Interrumpe cualquier programa (radiofónico o televisivo) para dar aviso de lo ocurrido o acontecido. Por lo común es una noticia lo que transmite y da la información del acontecimiento. Brinda una perspectiva general del suceso.

FONDO MUSICAL:

Sirve como ambiente, cuando la música forma parte de una escena.

INFORMACION:

Proceso mediante el cual se da a conocer algún hecho, a través de ella se amplían o precisan los datos.

LIDER DE COMUNICACION:

Es aquel que además de contar con las características del líder de opinión, lee las noticias o da pie a ellas, las comenta, da su opinión; entrevista a los funcionarios o representantes que tienen que ver con un suceso de actualidad. Dice y comenta las llamadas del auditorio y en ocasiones puede hablar de aspectos que interesan al público como son contaminación, vivienda o de los sitios donde ocurre un suceso. La diferencia básica con el líder de opinión es el medio de comunicación (llámese prensa, cine, televisión o radio, como en este caso) que le da una presencia constante ante el público.

LIDER DE OPINION:

Es una persona con facilidad de palabra, carisma, estilo, etc. que dirige a un grupo hacia determinada dirección; puede ser elegido o impuesto y se da en diferentes niveles: un sindicato, una escuela, una oficina, etc.

LOCUTOR:

Persona que cubre un turno y puede estar en varios programas. Dice la hora, el nombre de las melodías, el estado del tiempo, presenta al conductor de un programa, envía saludos y cuenta datos curiosos.

LUP:

Es un sonido corto que puede estar caracterizado por una campanilla o un timbre, sirve para separar una nota de otra, párrafos o textos.

MUSICACION:

Es la selección de composiciones de acuerdo a las características del programa.

MUSICALIZACION:

Es la composición expresa de temas musicales de acuerdo a las características del programa.

NOTICIA:

Es un hecho o suceso que interesa a una serie o grupo de personas, mientras más cerca suceda y/o afecte a la familia, comunidad o país; por lo regular responde a las preguntas ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? y ¿Dónde?

NOTICIARIO:

Programa cuyo material son las noticias, complementadas con imágenes, de ellas se parte para hacer reportajes, entrevistas, comentarios y críticas.

NOTICIERO:

Programa radiofónico cuyo material básico son las noticias, de ellas se parte para hacer reportajes, entrevistas, comentarios y críticas.

NOTICIERO CONDUCTOR, DE:

Es quien lee las noticias tal y como las escribe el redactor, da pie a los reporteros para que den su información.

NOTICIERO DE CORTA DURACION:

Tiene una duración de 3 a 15 minutos, contiene las noticias de las últimas horas y los principales aspectos de ellas. En ocasiones la emisión está dedicada a un tema solamente como deportes, espectáculos, nota roja, etc. Los reporteros proporcionan la información, ejemplo de estos programas son: Noticentro de Radio Centro, Metropolitano de Radio Red y Núcleo Noticias de Radio Mil.

NOTICIERO DE MEDIAMA DURACION:

Tiene una duración de 15 a 30 minutos, además de presentar las noticias, existe mayor variedad en la información y hay un mayor número de notas. Algunas informaciones son comentadas, a diferencia de los de corta duración que no contemplan los aspectos de críticas y comentarios. La noticia es presentada por los reporteros y en ocasiones es comentada por un "Líder de Comunicación". Ejemplo de estos noticieros

son: "15 a las 2" de Núcleo Radio Mil; "Comunicación Humana" de Grupo Acir y "Red-Acción Dominical", de Radio Red.

NOTICIERO DE LARGA DURACION O RADIOPERIODICOS:

Tienen una duración de 1 a 4 hrs. Hay más noticias, con mayores detalles. Los reporteros presentan la información en sus diversos aspectos, hay un tiempo y un orden para cada sección como economía, deportes, policía, existe diversificación en la información. En este tipo de programas se pueden pasar directamente "al aire" los comentarios del público o dar lectura a las llamadas. Al noticiero de larga duración se le llama también radioperiódico pues en él existen artículos de fondo y editoriales (como en los diarios), ya sea en voz del líder de comunicación o de alguien reconocido en cierta área. Estos programas pueden tener 2 ó 3 emisiones (mañana, tarde y noche). Ejemplo de estos son: "Para Empezar" de Estéreo Rey; "Otro Punto de Vista" de Radio Fórmula y "Monitor" de Radio Red.

OPERADOR:

Persona encargada de manejar los controles técnicos de la cabina, inserta la rúbrica, salida, puentes musicales, da señal a las personas que se encuentran en cabina para que entren "al aire".

PUNTE MUSICAL:

Une actos, acciones, ideas, lugares; es más breve que la cortina. Su duración es de 6 a 14 segundos.

RAFAGA:

Inserción rápida y ágil, se emplea para hacer énfasis. Su duración es de 3 a 5 segundos.

RECEPTOR:

Es aquel que recibe un mensaje y de quien se espera reaccione favorable o desfavorablemente según el mensaje enviado.

REDACTOR:

Es el encargado de redactar las noticias de las últimas horas para que sean transmitidos en los noticieros de corta, mediana y larga duración. En ocasiones puede leerlas él mismo.

REPORTAJE:

De los géneros informativos es el más profundo, no sólo proporciona información sobresaliente, busca el detalle del hecho y se vale de la entrevista y la crítica para hacerlo más completo.

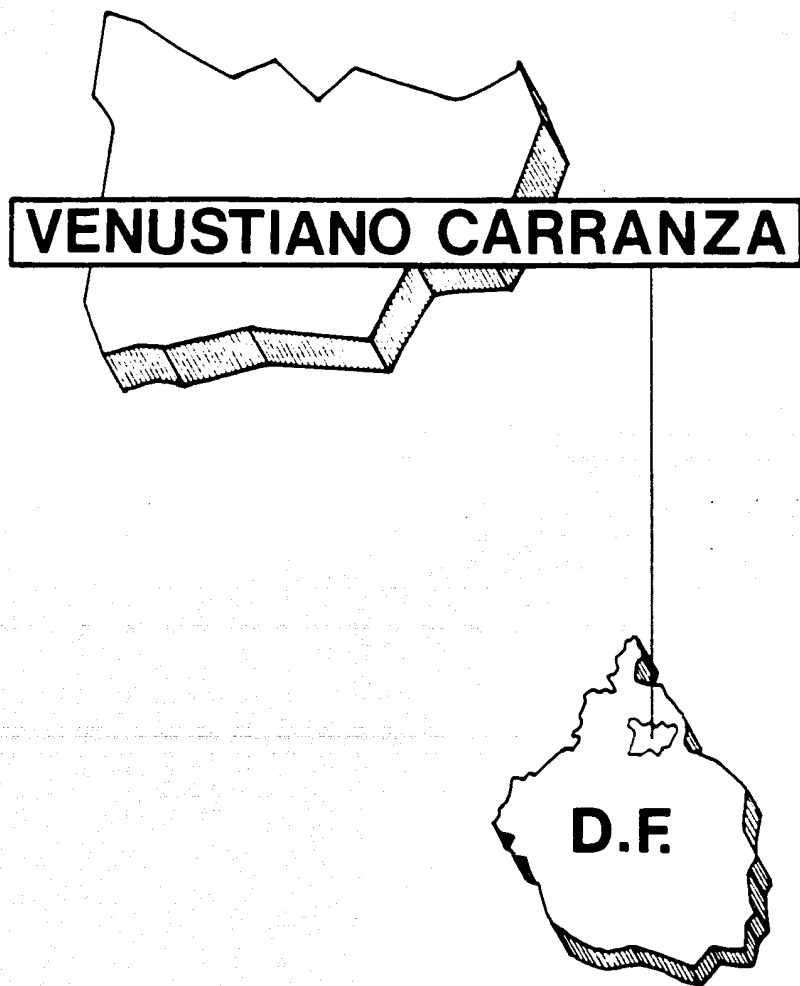
RUBRICA:

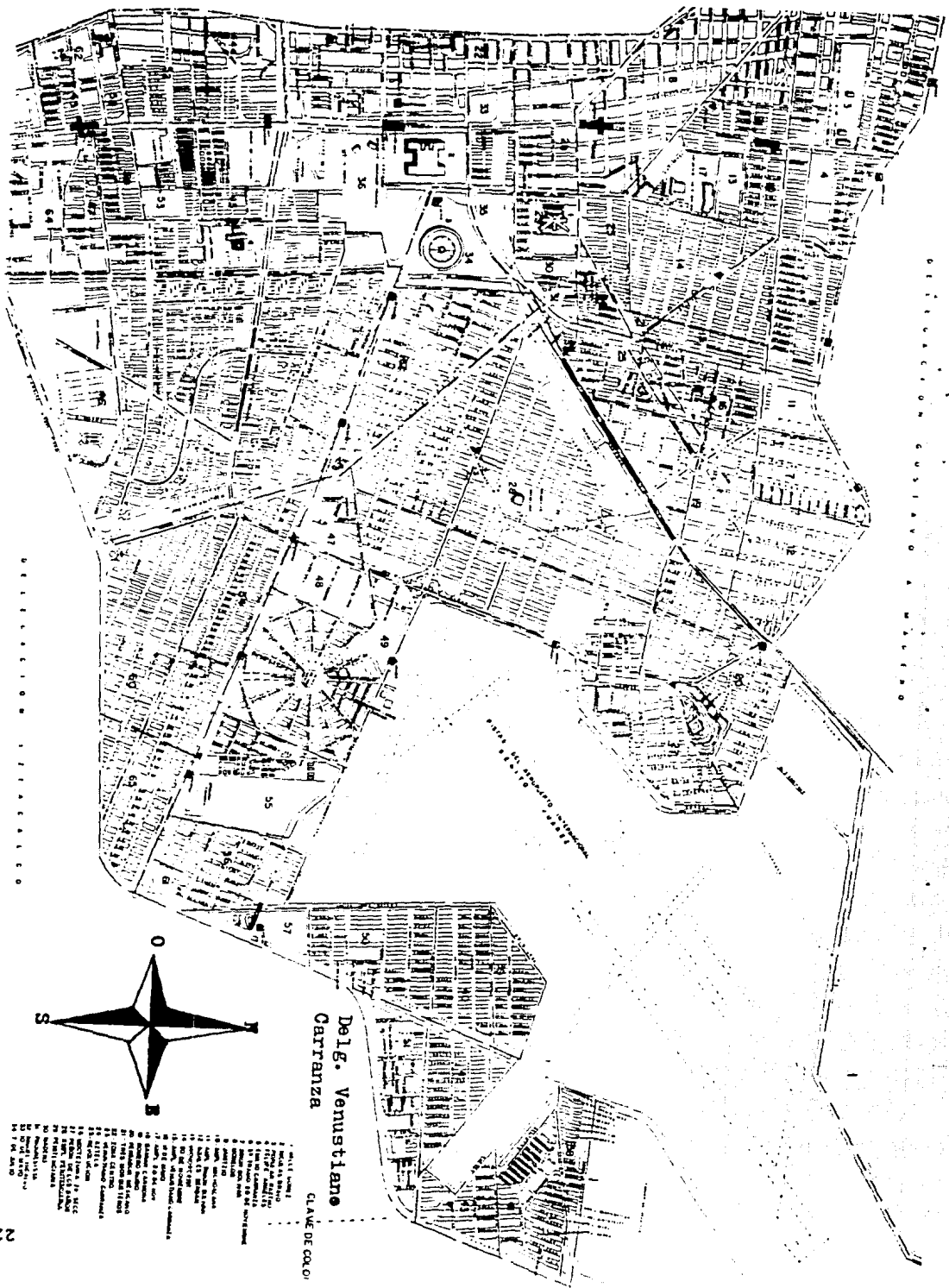
Pieza musical acompañada de frases que se utilizan en la entrada de un programa, sirve como identificación, en ocasiones también cierra el programa. Puede estar grabada o el locutor la da en ese momento, y su duración depende del criterio del productor.

SECCION:

Es un espacio dedicado a un tema en específico y es permanente.

ЖАРҒА



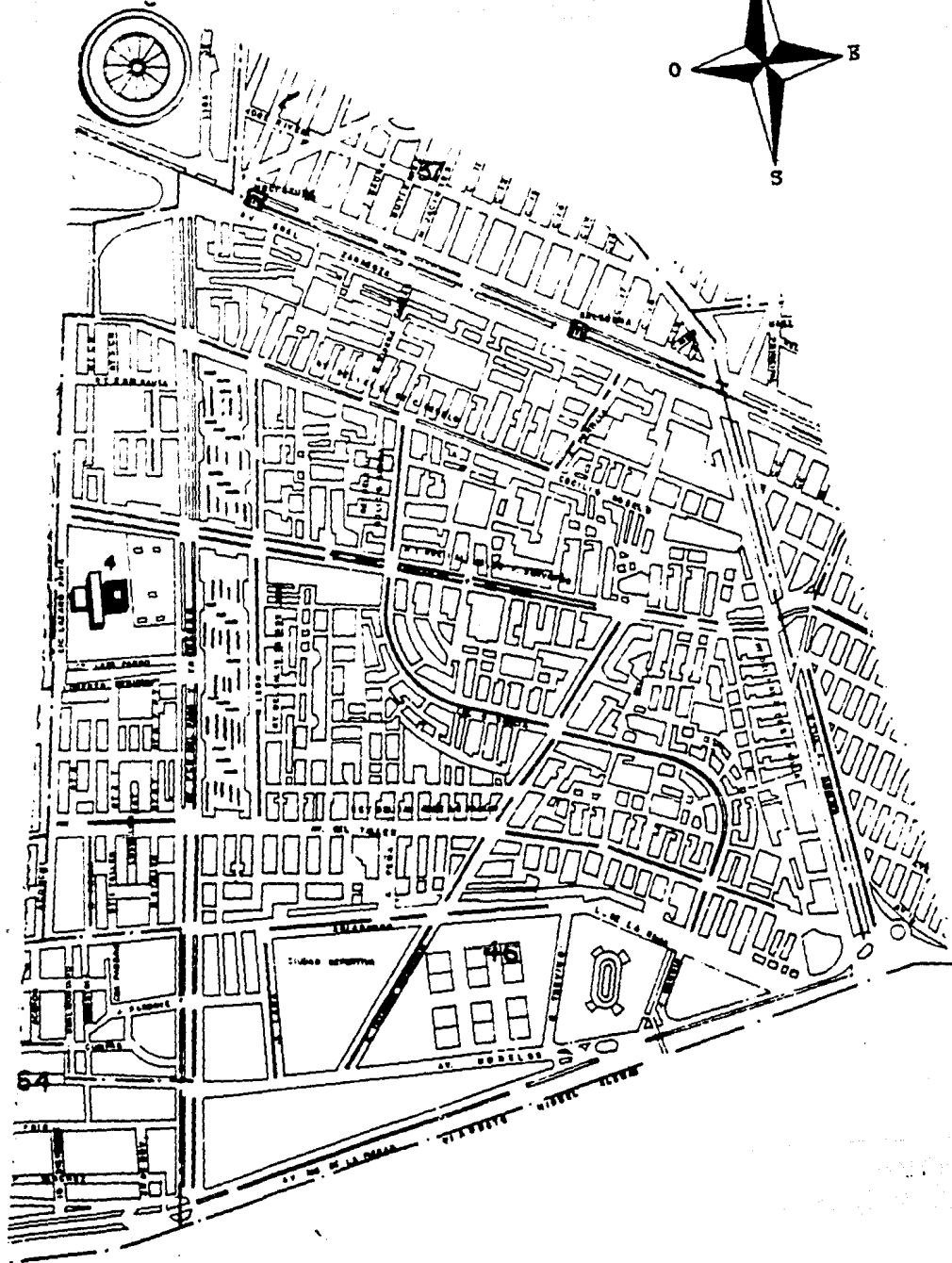
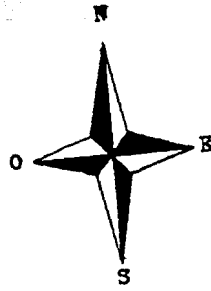


Dele. Venustiano
Carranza

CLAVE DE COLO.

- 1. Calle principal
- 2. Calle secundaria
- 3. Calle terciaria
- 4. Calle cuaternaria
- 5. Calle quaternaria
- 6. Calle quinary
- 7. Calle sextaria
- 8. Calle septaria
- 9. Calle octaria
- 10. Calle nonaria
- 11. Calle decaria
- 12. Calle undecaria
- 13. Calle duodecaria
- 14. Calle tredecaria
- 15. Calle quidecaria
- 16. Calle quindecaria
- 17. Calle sexdecaria
- 18. Calle septdecaria
- 19. Calle octodecaria
- 20. Calle novdecaria
- 21. Calle vigintaria
- 22. Calle vigintaria
- 23. Calle vigintaria
- 24. Calle vigintaria
- 25. Calle vigintaria
- 26. Calle vigintaria
- 27. Calle vigintaria
- 28. Calle vigintaria
- 29. Calle vigintaria
- 30. Calle vigintaria
- 31. Calle vigintaria
- 32. Calle vigintaria
- 33. Calle vigintaria
- 34. Calle vigintaria
- 35. Calle vigintaria
- 36. Calle vigintaria
- 37. Calle vigintaria
- 38. Calle vigintaria
- 39. Calle vigintaria
- 40. Calle vigintaria
- 41. Calle vigintaria
- 42. Calle vigintaria
- 43. Calle vigintaria
- 44. Calle vigintaria
- 45. Calle vigintaria
- 46. Calle vigintaria
- 47. Calle vigintaria
- 48. Calle vigintaria
- 49. Calle vigintaria
- 50. Calle vigintaria
- 51. Calle vigintaria
- 52. Calle vigintaria
- 53. Calle vigintaria
- 54. Calle vigintaria
- 55. Calle vigintaria
- 56. Calle vigintaria
- 57. Calle vigintaria
- 58. Calle vigintaria
- 59. Calle vigintaria
- 60. Calle vigintaria
- 61. Calle vigintaria
- 62. Calle vigintaria
- 63. Calle vigintaria
- 64. Calle vigintaria
- 65. Calle vigintaria
- 66. Calle vigintaria
- 67. Calle vigintaria
- 68. Calle vigintaria
- 69. Calle vigintaria
- 70. Calle vigintaria
- 71. Calle vigintaria
- 72. Calle vigintaria
- 73. Calle vigintaria
- 74. Calle vigintaria
- 75. Calle vigintaria
- 76. Calle vigintaria
- 77. Calle vigintaria
- 78. Calle vigintaria
- 79. Calle vigintaria
- 80. Calle vigintaria
- 81. Calle vigintaria
- 82. Calle vigintaria
- 83. Calle vigintaria
- 84. Calle vigintaria
- 85. Calle vigintaria
- 86. Calle vigintaria
- 87. Calle vigintaria
- 88. Calle vigintaria
- 89. Calle vigintaria
- 90. Calle vigintaria
- 91. Calle vigintaria
- 92. Calle vigintaria
- 93. Calle vigintaria
- 94. Calle vigintaria
- 95. Calle vigintaria
- 96. Calle vigintaria
- 97. Calle vigintaria
- 98. Calle vigintaria
- 99. Calle vigintaria
- 100. Calle vigintaria

COL. JARDIN BALBUENA



BIBLIOGRAFIA

- ALVA de la Selva, Alma Rosa. Radio e ideología. México. El caballito. 1982. 137 pp.
- BERELSON, Bernard. Análisis de contenido. México. UNAM-ENEP Acatlán. 198 pp.
- BROWN, J. A. C. Técnicas de persuasión. Madrid. Alianza Editorial. 1978. 303 pp.
- COLLIN, Claude. Radio poder. México. Folios ediciones. 1984. 223 pp.
- CORRAL CORRAL, Manuel. La ciencia de la comunicación en México: origen, desarrollo y situación actual. México. Cuadernos del TICOM, UAM Xochimilco. Julio de 1982. Núm. 15. 127 pp.
- CURIEL, Fernando. La escritura radiofónica. México. UNAM. 1984. 267 pp.
- CURIEL, Fernando. La telaraña magnética o el lenguaje de la radio. Editorial Oasis. 1984. 140 pp.
- DARY, David. Manual de noticias radiofónicas. México. Diana. 1970. 190 pp.
- DE MARIA Y CAMPOS, Armando. Periodismo en micrófono. México. Editorial Botas. 1938. 226 pp.
- DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL. Historia de los sismos de 1985. México. 1988. 420 pp.
- ENGELS, Federico. El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre. México. Publicaciones Cruz. 1977. 13 pp.

- GALVEZ CANCINO, Felipe.** Los felices del alba, la primera década de la radiodifusión. México. UNAM. F.C.P.y S. 1975. 363 pp.
- GARZA MERCADO, Ario.** Manual de Técnicas de investigación. El Colegio de México. 1972. 187 pp.
- GORTARI, Eli de.** El método dialéctico. México. Editorial Grijalbo. 1970. 158 pp.
- GORZ, André.** Historia y enajenación. México. 1964. F.C.E. 350 pp.
- ISLAS HUIDOBRO, María del Carmen.** Monitor, el noticiario ¿confiable de la radio? análisis del noticiario vespertino de XERED. Radio Red. México, San Juan de Aragón, UNAM. 1986. 182 pp.
- KAPLUM, Mario.** Producción de programas de radio. El guión-la realización. Quito. Ciespal. 1978. 461 pp.
- KLINEBERG, Otto.** Psicología social. México. F.C.E. 1963. 582 pp.
- KURSANOV, G.** Materialismo dialéctico. Ediciones de Cultura Popular. 1975. 349 PP.
- MEJIA PRIETO, Jorge.** Historia de la radio y la televisión en México. México. Octavio Colmenares Editor. 1972. 322 pp.
- MONTMOLLIN, Germaine de et al.** Psicología social. Buenos Aires. Paidós. 1965. 343 pp.
- MUNGUÍA ZATARAIN, Irma y José Manuel Salcedo Aquino.** Manual de técnicas de investigación documental. México. S.E.P. U.P.N. 1985. 233 pp.

- PAOLI BOLIO, J. Antonio. Comunicación e información: perspectivas teóricas. México. Trillas. 1986. 138 pp.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. Retórica y manipulación masiva. México. Edicol. 1979. 189 pp.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl. La opinión pública. México. Editorial Trillas. 1984. 223 pp.
- ROJAS SORIANO, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México. UNAM. 1982. 274 pp.
- SECORD, Paul F. Psicología social. México. McGraw-Hill. 618 pp.
- SILLER, Bob. Noticias por radio y televisión. México. Limusa. 1965. 227 pp.
- TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. México, Editorial Nueva Imagen. 1977. 215 pp.
- TECLA JIMENEZ, Alfredo y Alberto Garza Ramos O. Teoría, métodos y técnicas en la investigación social. México. Ediciones Taller Abierto. 1985. 161 pp.
- TOUSSAINT, Florence. Crítica de la información de masas. México. Trillas. 1982. 94 pp.
- TUCHMAN, Gaye. La producción de la noticia. México. Gustavo Gily. 1983. 291 pp.
- VELASCO VALDES, Miguel. Historia del periodismo en México. México. Manuel Porrúa. 1953. 225 pp.
- WHELDALL, Kevin. Conducta social. México. CECSA. 1982. 139 pp.

YOUNG, Kimbal. La opinión pública y la propaganda. Buenos Aires. Abril. 1962.

YOUNG, Kimbal. Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación. Buenos Aires. Paidós. 240 pp.

FONOTECA

GUTIERREZ Vivó, José. Monitor de la mañana. (noticiero)
XERED, Radio Red. México, D.F. 20 de marzo de
1987. 6-10 a.m.

GUTIERREZ Vivó, José. Monitor de la mañana. (noticiero)
XERED, Radio Red. México, D.F. 8 de abril de 1987.
6-10 a.m.

GUIONES

NUÑEZ PELAEZ, María de Jesús. La comunicación. (Guión
elaborado por una alumna del Taller de Radiodifusión
"Quinta Colorada") México, julio-septiembre de 1989.

HEMEROGRAFIA

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. "De la industria de lo instantáneo". La Jornada. México 21 de noviembre de 1984, p. 27.

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. "El reportero de radio". La Jornada México 27 de noviembre de 1984, p.27.

BAENA PAZ, Guillermina. Formas, Medios y Lenguajes en la radio popular. Ponencia leída en el Teatro Ciudadela, México, D.F. 30 de septiembre de 1988.

BRAVO MONROY, Juan José. Las noticias y los medios electrónicos. Comunicación Social Tomo 4, VOL. I julio 1983. Información, Cultura y Recreación. Ponencia leída en Monterrey Nuevo León, el 8 de mayo de 1983. Representante del núcleo Radio Mil.

Boletín Radiofónico. El semanario de la Industria de la Radio y la televisión. México. Director Fernández Aldana. 1954.

"Escuchar a Pepe Gutiérrez Vivó: un comunicador con vida" Tele Guía. México, #1849, 16-22 enero de 1988. p. 26-27.

GALVEZ CANCINO, Felipe. "Balbuceos de la radiodifusión" entrevista inédita a Raúl Azcárraga en Información Científica y Tecnológica. CONACYT. México, #89, febrero de 1984. p. 8 y 15.

- GALVEZ** CANCINO, Felipe. "Los albores de la radio". El centenario de la Independencia en Información Científica y Tecnológica. México. CONACYT. #89, febrero de 1984 p. 6 y 8.
- GUTIERREZ** NIÑO, Joaquín. "Cuadrante (Nuevas posibilidades para el periodismo radiofónico)". El Nacional. México. 12 de noviembre de 1984. año LVI, Núm. 20,023. p. 8.
- GUTIERREZ** NIÑO, Joaquín. "Cuadrante (Crónica de viajes)". El Nacional. México, 14 de marzo de 1985, 2ª sección año LVI. Tomo X. Núm. 20,142.
- GUTIERREZ** NIÑO, Joaquín. "Cuadrante (España vista por Radio Red)". El Nacional. México, 12 de junio de 1985. Año LVII. Tomo I. Núm. 20,231.
- GUTIERREZ** NIÑO, Joaquín. "Cuadrante (Media mañana con Gutiérrez Vivó)" en El Nacional. México. 25 de enero de 1988. Año LIX. Tomo VIII. Núm. 21,174.
- GUTIERREZ** NIÑO, Joaquín. El Nacional. "Cuadrante". México. 1 de junio de 1988. Año LX, Tomo I. Núm. 21,301.
- HERNANDEZ** IBARRA, María del Carmen. "Hertz en radio" (Historia emocionante: Radio Red). Novedades. México. 14 de abril de 1986.
- "La radio, parte fundamental de la vida cotidiana". El Nacional. México 9 de julio de 1988. Sección de espectáculos. p. 5.

MORENO, Amparo. "Medios de Comunicación social: violencia e incomunicación". El viejo topo. Madrid. Núm. 4 Enero de 1977. p. 20-22.

"Nueva Red Nacional de Noticias". Revista Antena. México. Abril de 1974. p. 8-9.

PANTOJA, Jorge Los servicios informativos de la radio. Ponencia leída en el Teatro Ciudadela, México, D.F. 9 de septiembre de 1988.

REYES NEVAREZ, Beatriz. "La visión y audacia de don Emilio Azcárraga puso a México en el mapa mundial del aire. Hace 40 años nació la cursi y respetable W". Siempre. México 30 de septiembre de 1970. págs. 58, 59 y 70.

"Radio Programas de México: una institución que honra la industria radiofónica del país". Radiolandia. México 21 de enero de 1944.

Radiograma. Radio (R.C.N.) Publicación mensual de Radio Cadena Nacional. México D.F. Director Héctor Manuel Romero. Años consultados 1951-1958.

Radiolandia. Semanario de radio, y televisión, teatro, cine, música, grabaciones. México. Publicaciones Montaña. Director Juan Antonio Montaña Pérez. Años consultados: 1942-1943, 1945, 1947, 1950, 1952 y 1969.

Radio Voz, Oído y Expresión de la Industria. México D.F. Mensual. Alfredo Mejía. Años consultados 1954-1955.

TOSCANO, Guillermo. El programa noticioso como alternativa del noticiero tradicional. Comunicación Social. Tomo 4, julio 1983. Información Cultura y Recreación. Ponencia leída en Hermosillo Sonora, el 2 de mayo de 1983.

ZAMORANO GUDIÑO, Rolando. "Gran importancia cobran los servicios informativos de la radio". El Nacional. México 24 de julio de 1988. Sección de espectáculos. p.3.