



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
" A R A G O N "

LAS RADIONOVELAS CON MAS FUERZA QUE
NUNCA UNA TRADICION QUE REAPARECE EN LOS
90'S EN LA XEW

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
PERIODISMO Y COMUNICACION
COLECTIVA

P R E S E N T A N :
IRMA IRASEMA ORTEGA HERNANDEZ
ISIDRO CESAR VALVERDE PEREZ



SAN JUAN DE ARAGON, ESTADO DE MEXICO

1993

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.

"LAS RADIONOVELAS: CON MAS FUERZA QUE NUNCA.
UNA TRADICION QUE REAPARECE EN LOS 90's EN LA XEW"

INDICE

	INTRODUCCION	1
1	Las radionovelas desde la óptica de la teoría de la comunicación	6
1.1	Definición de comunicación	6
1.1.1	Comunicación de masas y comunicación colectiva	6
1.2	El emisor	8
1.2.1	El mensaje	8
1.2.2	Los receptores	8
1.2.3	El código	9
1.2.4	Los canales	9
1.3	El radiodrama	11
1.4	Esquema en el proceso de la comunicación	12
1.4.1	Óptica de Schramm	14
1.4.2	Esquema del proceso de comunicación colectiva	15
1.5	Disfunción y funciones en la comunicación según Lazarsfeld	18
1.5.1	Las pautas normativas y fáticas	20
1.6	La técnica	21
1.6.1	La técnica según Berelson	21
1.6.2	La sustancia	22
1.6.3	La forma	22
1.6.4	Opinión pública	23
1.6.5	Unidades de análisis de contenido	23
2	Bosquejo histórico de la radionovela	26
2.1	Inventos precursores de los medios electrónicos	26
2.1.1	La revolución industrial	26
2.1.2	Consecuencias y auge de la revolución industrial	27
2.1.3	Inicios de la comunicación electrónica	28
2.1.4	Presencia de la comunicación inalámbrica	29
2.1.5	Expansión radiofónica	30
2.2	México ante la radiodifusión experimental	34
2.2.1	Una fuerte empresa iniciaba	36
2.2.2	La radionovela	37

2.3	La consolidación radiofónica	40
2.3.1	La radio: un buen negocio	41
2.3.2	La creación del CIR	42
2.4	Cambiando de frecuencia después de los 50's	43
2.5	Situación actual	47
3	La caracterización de la radionovela	51
3.1	La radionovela antes del cue	51
3.1.1	De los conceptos al trabajo	53
3.1.2	Las pautas de conducta	56
3.2	Arribando a la Amarga ciudad	57
3.2.1	La delimitación de las pautas	59
3.3	La frecuencia y el tiempo en Amarga ciudad	88
3.3.1	Interpretación de la frecuencia por orden de aparición en Amarga ciudad	91
3.3.2	Interpretación del tiempo por orden de aparición en Amarga ciudad	95
3.3.3	Interpretación de la frecuencia de datos agrupados en Amarga ciudad	101
3.3.4	Interpretación del tiempo por datos agrupados en la radionovela Amarga ciudad	106
3.4	Violeta inocente o perversa?	109
3.4.1	La delimitación de las pautas	111
3.5	La frecuencia y el tiempo en Violeta	133
3.5.1	Interpretación de las frecuencias por orden de aparición en Violeta	136
3.5.2	Interpretación del tiempo por orden de aparición en Violeta	140
3.5.3	Interpretación de la frecuencia de datos agrupados en la radionovela Violeta	145
3.5.4	Interpretación del tiempo por datos agrupados en la radionovela Violeta	150
3.6	De la radio a la casa	152
	CONCLUSIONES	155
	BIBLIOGRAFIA	163

I N T R O D U C C I O N

La radio en México ha resultado llamativa desde su llegada, por la década de los 20's, y más aún en los 30's, cuando se estableció con programas: musicales, cómicos, de concurso, de escenificaciones radiofónicas, entre otros.

Este último género se constituyó sin duda alguna como uno de los mayores atractivos en sus diversas modalidades -radioteatros, sketch cómicos, radiocuento, folletín y las radionovelas-, las cuales marcaron un alto rating durante varias décadas.

La razón de su éxito ha consistido en que a través de la conjugación de: música, efectos, sonidos, voces, personajes ficticios o tomados de la realidad han hecho que el público radicescucha deje a su imaginación volar y se integre a las emociones que se dramatizan en el momento.

Mario Kaplún, en su libro Producción de programas de radio, define las escenificaciones radiofónicas o radiodramas "como el medio noble de expresión que pedagógicamente es de gran utilidad".

Este teórico distingue tres tipos de programas realizados con radiodramas: el primero se refiere al unitario, cuando la acción comienza y termina en esa única emisión. El segundo, seriado, que como en el caso anterior, cada capítulo presenta una trama independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores. A lo sumo si la historia es muy extensa se le presenta excepcionalmente en dos o tres capítulos, la diferencia es que hay un personaje central que es fijo, permanente y de continuidad en la serie.

Y el tercer programa es la radionovela, que es la clásica novela en muchos capítulos con una trama continuada.

A este último se refiere el estudio, ya que se deriva del radioteatro y según el mismo autor: esta forma, bien utilizada, activa la fantasía e inteligencia de los oyentes, porque el diálogo es siempre más atractivo que el discurso y no dice las cosas directamente, sino que las sugiere, lo cual constituye una auténtica forma de comunicación.

Esta atracción de los oyentes se dejó sentir de los años 40's a los 60's, cuando éste género mantenía pegados a los escuchas a los aparatos receptores. Las series como: La comedia nescafé, El monje loco, entre otras, tuvieron tanto éxito que fueron patrocinados por Protector and Gamble y Colgate Palmolive, haciendo de este género un negocio redituable, para los patrocinadores y un trampolín a la fama para los actores.

Tiempo después, el número de radionovelas disminuyó, por ende la mayor parte de radionovelas, las cuales desaparecieron en varias estaciones después de los 70's y definitivamente en la XEW a partir de 1982, dejando de transmitir su barra matutina.

Unido a este decrecimiento se encuentra la aparición de la televisión en los años 50's, que afectó la captación de oyentes, además de la limitación de situaciones y figuras imaginativas que la radio y sus géneros nos proporcionaba.

Diez años después de la desaparición de esta barra matutina de radionovelas en la XEW, estación que fuera semillero de famosas radionovelas. El 24 de febrero de 1992, reabre su transmisión matutina con cuatro radionovelas.

Esto, nos lleva a preguntarnos ¿cuál es la intencionalidad

de este género y en particular de las transmitidas en la XEW en nuestros días?, pues, siendo una emisora que en un tiempo tuvo éxito produciéndolas, las dejó de transmitir y después las revive.

Para caracterizar la intencionalidad de estas se realizará un análisis de contenido a las radionovelas: Amarca ciudad y Vinleta.

Estas dos radionovelas mencionadas sobresalen de una barra de cuatro, al tener mayor rating.

Por otra parte la opinión de quienes eligen los temas de radionovelas son un punto de apoyo para la investigación, pues varios de ellos han sido testigos del desarrollo de este género.

Otra razón importante para retomar su opinión, es que no existe una bibliografía y hemerografía amplia que sustente el tema.

Cabe destacar que las opiniones de los productores serán sustituto parcial de las fuentes escritas, más no se sujetarán a un análisis de contenido, pero sí serán material de apoyo durante la investigación.

En el primer capítulo de este trabajo se utiliza la teoría funcionalista para definir los conceptos que componen nuestra investigación y describe la técnica que se utilizará como herramienta para saber el contenido manifiesto de las radionovelas, y así inferir las pautas de conducta.

En el segundo capítulo se habla acerca del desarrollo de la radiodifusión en el mundo, para después incursionar en el ámbito mexicano y en particular en nuestro tema de estudio, situando el auge de este género radiofónico, en los 40's y 60's.

En el tercer capítulo se realiza el análisis de contenido para conocer las pautas de conducta de ambas emisiones. En este apartado se consideraron los siguientes aspectos:

Saber cuáles eran las pautas de conducta de cada radionovela, para después cuantificarlas, y así inferir si realmente el engaño y la ambición son preponderantes en Amarra ciudad y Violeta respectivamente.

Conocer el tiempo de transmisión de estas pautas con el fin de complementarlo lo cuantificado.

Por último, demilitar los indicadores que nos dieron las pautas y unificar un criterio para no caer en subjetividades.

Estas pautas se determinaron de acuerdo a las acciones que transcurrían en la trama.

No se consideraron a los receptores de las radionovelas, debido a que nuestro objetivo se cumple sin necesidad de recurrir a las respuestas de este sector.

Cabe aclarar que al final de cada capítulo, aunque nominalmente no está identificado como conclusión cumple este cometido.

A lo largo de este trabajo se observará el auge de las radionovelas ocurrido ya hace algunos años y se percibirá que gracias a la combinación magistral de música, efectos de sonido y voces de actores hábiles, se llegó a una atractiva manera de hacer radio que sedujo a los escuchas. Estas series quedan actualmente al aire como para que no se diga que la radio no nos tiene nada atractivo que decir.

CAPÍTULO UNO

No hay nada más difícil de emprender,
más peligroso de dirigir, o más incierto
en su éxito, que la introducción de un
nuevo orden de cosas.

NICOLAS MAQUIAVELLO.

1. LAS RADIONOVELAS DESDE LA ÓPTICA DE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.

1.1 Definición de comunicación

El presente capítulo expone a través de la corriente funcionalista los conceptos que respaldan nuestra investigación. Además, presenta la técnica que sugiere Bernard Berelson para demostrar el contenido manifiesto de las radionovelas.

Para empezar a definir teóricamente aspectos generales de la radionovela con base en esta escuela, es menester iniciar por explicar los conceptos de un fenómeno comunicativo.

La manera sencilla de definir la comunicación es como lo hace Paoli, quien se refiere a ésta como: "el acto de relación entre dos o más sujetos mediante el cual se evoca en común un significado." (1) En esta definición podemos observar que se habló concretamente de la comunicación interpersonal, sin llegar a la complejidad del proceso masivo de comunicación, al cual, nos referiremos a continuación.

1.1.1 Comunicación de masas y comunicación colectiva.

Pedro Orive Riva, en su libro Estructura de la información, hace una diferencia entre comunicación colectiva y comunicación de masas. De esta última, considera la opinión de Vid Feldmann, quien señala que es: "... la transmisión de noticias informativas, regulatorias y estimulantes, a una masa anónima de hombres que conviven, pero sin relaciones anímicas, unión social o relación directa con el comunicante." (2) Lo anterior no contempla

-
1. Paoli, La comunicación, p. 15.
 2. Feldmann, cit. pos., Orive, Estructura de la información, p.193.

una relación de los medios de transmisión con la masa anónima.

Y así lo advierte Orive, al confrontar este concepto con la posición de Wricht, quien sostiene que:

Si bien la tecnología moderna es esencial para este proceso, su presencia no siempre significa comunicación de masas. No son elementos técnicos de los modernos sistemas de comunicación los que los distinguen como medios masivos, sino que la comunicación de masas es un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintas, principalmente acerca de cuál es la naturaleza del auditorio, de la experiencia de comunicación y del comunicador. (3)

De lo anterior podemos decir que estos modernos sistemas de comunicación, corresponden directamente a la comunicación colectiva, aunque varios autores no hagan diferencia directa entre un concepto y otro.

Para Giner, la comunicación colectiva es aquella que: "va dirigida a una multitud de individuos a través de los medios de transmisión de sonido y de la imagen: radio, televisión, cinematógrafo, periódico." (4) Aquí se introducen los medios electrónicos, siendo estos la diferencia entre una y otra comunicación.

Considerando los conceptos anteriores de comunicación se dice que esta es el acto en que se transmiten mensajes de un emisor a un receptor.

Una vez aclarado el concepto donde se encuentra ubicado el problema de estudio -la comunicación colectiva- se procederá a definir sus componentes.

3. Wricht, cit. pos., Idem.

4. Morris, cit. pos., Ibidem, p. 79.

1.2 El emisor

En primer instancia se encuentra el emisor, quien según Morris "es un órgano que produce un signo que sirve de estímulo para otros organismos (receptores)." (5) Por su parte, Prieto Castilla, complementa este concepto al decir que el emisor en un proceso de comunicación, es "todo individuo, grupo o institución que elabora un mensaje con determinada intención." (6) De lo que podemos argu- mentar que el emisor no es sólo un órgano aislado que produce un signo, más bien, en la actualidad, gracias a los medios masivos de comunicación, es toda una institución que transmite mensajes con una tendencia.

1.2.1 El mensaje.

Este mensaje enviado a un grupo de perceptores, contiene signifi- ficados que en nuestro tema de estudio se representa a través de la dramatización radiofónica y que contiene una determinada inten- ción implícita en sus argumentos. Para Prieto Castilla el mensaje significa: un momento en el que se plasma y se expresa la inten- cionalidad del emisor hacia sus receptores. (7) Cabe agregar que el mensaje en la comunicación colectiva, se adecua a las necesida- des del medio que lo transmite para que sea captado por la audien- cia.

1.2.2 Los receptores.

Esta audiencia se representa en nuestro estudio por una masa

5. Morris, cit. pos., Drive, Idem.

6. Prieto, Elementos para el análisis de mensajes, p. 18.

7. Ibidem, p. 19.

heterogénea, que forma parte medular del estudio, las amas de casa, las cuales son un grupo que interpreta un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia, mediante un conocimiento del código utilizado. (8) Este conjunto se ve influido por la intención que el emisor le dio al mensaje.

Dentro de la comunicación colectiva, este sector no podrá realizar la comunicación de regreso (feed back), debido a que ésta se encuentra sujeta al medio electrónico. La retroalimentación sólo se podrá realizar a través de llamadas telefónicas, cartas y sondeos de opinión realizados por las mismas emisoras o empresas de mercadotecnia.

1.2.3 El código.

El marco de referencia para las radionovelas no se puede pasar por alto, pues este es el que conforma el contexto para que las amas de casa asimilen las situaciones ahí presentadas. Para este fin, se requiere que tanto el emisor como el receptor se rijan bajo un código que se define como: "las reglas de elaboración y de combinación de los elementos de un mensaje." (9) Este código, además, debe presentarse al receptor en la comunicación colectiva con las características propias de cada canal, con el fin de facilitar la percepción.

1.2.4 Los canales.

El canal, además de facilitar dicha percepción de acuerdo a sus características: vehicula el mensaje desde un emisor a un

8. Ibidem, p. 20.

9. Ibidem, p. 18.

receptor a través del espacio y tiempo. (10) Complementándose así, la comunicación colectiva, que es el fenómeno comunicacional que ha preocupado a los estudiosos en los últimos años por el impacto que tiene entre las masas.

Shibutam va más allá, al adjetivar a un canal como formal "que tiene como característica distintiva la de ser un ser autorizado." (11) Entendiéndose éste como patrón, para que las fuentes lo retomen como la guía a seguir. En nuestro caso las emisoras en cuestión, llevan a cabo esta vehiculización de sus mensajes, sin salirse de los cánones establecidos por las emisoras puntales XEW y XERED.

La primera determinada por el prestigio que le confiere ser la pionera en la radio mexicana y por poseer fuerza como organización, no sólo radiofónica, sino televisiva que establece estereotipos en la sociedad, a través de sus programas. Y la segunda por surgir de la misma organización, partiendo con una línea afin. Ambas hasta llegar a consolidarse como canales formales de peso en la radiodifusión de México.

Reed por su parte, además de aceptar que el canal es el medio utilizado para transmitir un mensaje, también le confiere otra función, la canalización: "que es la capacidad de los medios masivos, para encausar las pautas de conducta o actitud de un individuo." (12) Esto último apoya la posición de Lazarsfeld, cuando éste se refiere a la función de los medios masivos de reforzar normas sociales, que más adelante se explicará.

10. Moles, cit. pos., Orive Riva, p. 14.

11. Shibutam, cit. pos., Reed Blake, Una taxonomía de conceptos de comunicación, p. 22.

12. Ibidem, p. 102.

1.3 El radiodrama.

Ya habiendo citado el concepto de radionovela en todo lo que va del escrito, cabe puntualizar sobre su definición que para nuestro estudio tendrá efecto.

Mario Kaplún, primeramente considera a la radionovela como parte de un género más amplio, que lo denomina el radiodrama o escenificación radiofónica, y lo define como: "el medio noble de expresión que pedagógicamente es de gran utilidad." (13) A este, le adjudica características como: conjugación de música, efectos, sonidos y personajes.

Después distingue tres tipos de programas realizados con radiodramas:

- a) Unitario. Cuando la acción comienza y termina en esa única emisión.
- b) Seriado. Como el caso anterior, cada capítulo presenta una trama independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores, a lo sumo, si la historia es muy extensa se le presenta excepcionalmente en dos o tres capítulos, pero hay un personaje central que es fijo, permanente y de continuidad en la serie. exempli gratia, Kalimán.
- c) Radionovela. Que es la clásica novela en muchos capítulos con una trama continuada.

A esto último se refiere el estudio, ya que se deriva del radioteatro y según el mismo autor: "esta forma, bien utilizada, activa la fantasía e inteligencia de los oyentes, porque el diálogo es siempre más atractivo que el discurso y no dice las co-

13. Kaplún, Producción de programas de radio, p. 148-149.

sas directamente, sino que las sugiere, lo cual constituye una auténtica forma de comunicación." (14) Una vez abordados los conceptos que explican parcialmente nuestro problema, nos da remos a la tarea de integrar el esquema que hará aprehensible la comunicación colectiva en nuestro trabajo.

1.4 Esquemas en el proceso de la comunicación.

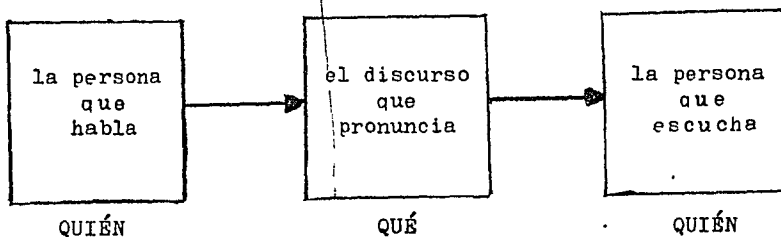
El esquema, es parte fundamental en todo trabajo de investigación, y además de una guía, que junto con los conceptos teóricos, ayudan a comprender el problema de estudio.

Existen diversos esquemas que explican el proceso de comunicación, desde su más simple expresión, hasta modelos más elaborados, que se presentaran a continuación y que son comunes en el fenómeno comunicativo.

Entre los modelos sencillos, consideramos al de Aristóteles, quien propone la comunicación en tres puntos basándola en la "búsqueda de todos los medios posibles de persuasión." (15)

A saber:

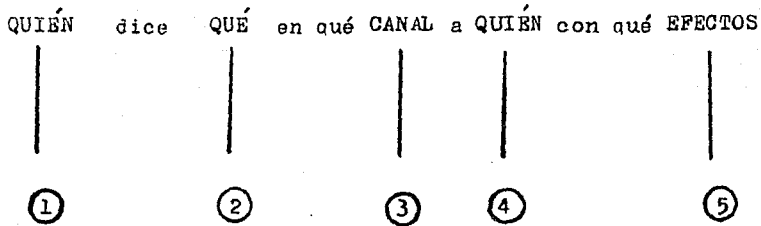
1. La persona que habla -Quién
2. El discurso que pronuncia -Qué
3. La persona que escucha -Quién



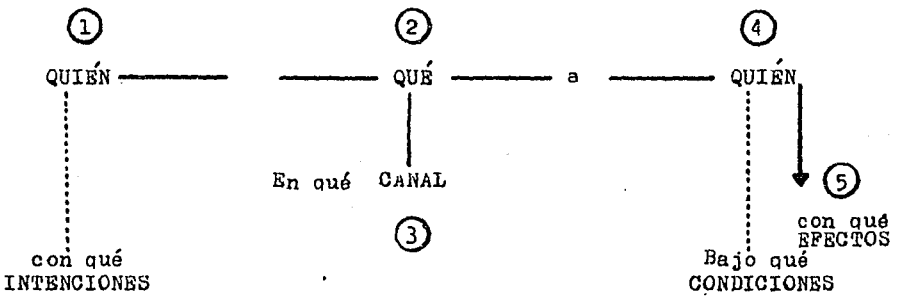
14. Ibidem, p. 152.

15. CIESPAL, "Esquemas del proceso de la comunicación" en Benassini (comp.), Teorías de la comunicación en Estados Unidos y Europa, pp. 27, 28 y 34.

Llama la atención de este esquema, que los elementos, que ahí se presentan, continúan vigentes en modelos como el de Lasswell (1948), en el que además se anexan dos aspectos más: el canal y los efectos.



Este último esquema ha sido la base para desarrollar y encontrar más elementos que forman parte del proceso de comunicación de grupo. Tal es el caso de Nixon quien realiza modificaciones a éste diagrama de Lasswell:



En un momento de nuestro estudio se llegó a considerar este esquema para explicar nuestra investigación, debido a que el emisor trabaja con una intención hacia el receptor y este para recibir el mensaje, debe ubicarse bajo determinadas condiciones.

Lo anterior llenaría las expectativas de nuestra explicación, sino fuera porque este modelo no contempla tácitamente a los medios electrónicos, aspecto medular en nuestro problema. Sin embargo, esto no significa que dicho modelo quede excluido para otros estudios que trabajen medios masivos.

Además de estos esquemas, nos dimos a la tarea de revisar otros como el de Maletzke, Berlo, Dumazedier quienes explican el proceso de comunicación, con otros elementos que no se acomodaban para abordar nuestro estudio.

Encontramos, por último, que dentro de los modelos de la comunicación revisados el que más se acercaba a nuestros fines expresivos fue el esquema y teoría de Schramm, que cubre nuestras perspectivas, con determinadas salvedades que se aclararan en su momento.

1.4.1 Óptica de Schramm.

Siendo Schramm un reconocido teórico de la escuela funcionalista, acepta que existen abusos en la utilización de la comunicación de masas y busca para cada uno de ellos una explicación coyuntural, que no choque directamente con el sistema.

Durante su búsqueda, Schramm, involucra otras propuestas, las cuales resultan ser de las más importantes en la investigación de los medios de comunicación, la de Lasswell y Shannon.

El esquema de Laswell tiene mayor carácter sociológico, y el de Shannon, físico-matemático porque: "extrae la primera fórmula, la extraída del universo de la cibernética, para elaborar una síntesis gráfica de la complejidad de la comunicación humana." (16) Por lo cual, ambas propuestas separadas no podrán servir para nuestro estudio, sólo hasta cuando Schramm las fusiona en sus conceptos.

Este teórico, se remite a elementos fundamentales de la comunicación -comunicación interpersonal- para llegar a un proceso complejo, como lo es la comunicación colectiva.

Sin embargo, nosotros no analizaremos cada paso de la primera, pues, no explica nuestro problema y sería vano citarlas, por lo tanto; nos remitiremos a la comunicación colectiva que habla éste autor.

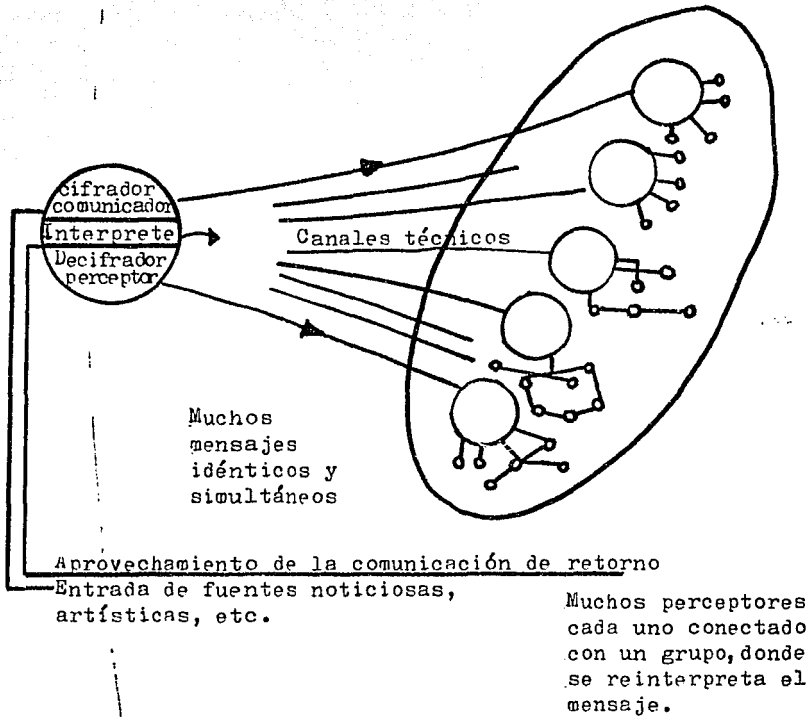
1.4.2 Esquema del proceso de comunicación colectiva.

La principal fuente en la comunicación colectiva para Schramm "es un órgano de comunicación o persona institucionalizada." (17) En el primer caso se refiere a un periódico, red radiodifusora o televisión, unos estudios cinematográficos o una casa editorial. Y en la persona institucionalizada, se refiere a los representantes de los órganos de comunicación.

El siguiente esquema ilustra la comunicación colectiva de acuerdo a Schramm:

16. Moragas, Teorías de la comunicación, p. 68.

17. CIESPAL, op. cit., p. 35.



Como podemos observar en el proceso de comunicación descrito por éste técnico, existe un grupo reducido que elabora el mensaje a un conjunto grande de receptores a través de diferentes canales. La disparidad entre emisor y receptor provoca que la comunicación de retorno no se realice por completo. La única

forma de conocer la respuesta del público en este tipo de comunicación es por medio de cartas y llamadas telefónicas.

Aplicándolo a nuestro problema, en este esquema podemos ubicar a la radio del lado izquierdo donde se encuentra el comunicador, quien emite un mensaje, en este caso la radionovela, para que llegue a muchos receptores que la interpretan. Estos están conectados entre sí.

Asimismo, se da una retroalimentación no inmediata, que como mencionábamos se realiza a través de llamadas telefónicas y cartas. En el caso particular de la radionovela se puede llevar a cabo por medio de sondeos de opinión, efectuados por las emisoras.

Schramm opina de este esquema que de una variedad de mensajes, el receptor sólo selecciona aquellos que le sean atractivos, "los que más despiertan necesidades de su personalidad, y los que mejor respetan el conjunto de normas del grupo y valores, ya que el receptor es parte de un grupo social determinado." (18) Aquí se resume la asimilación que los perceptores tienen ante un fenómeno de comunicación colectiva.

Este último aspecto, se relaciona con nuestro tema, debido a que la radionovela "es un género de la radio que no dice directamente lo que el oyente tiene que pensar, sino que lo sugiere." (19) Además, como sabemos, este género tiene características que son familiares al sujeto, las cuales hacen que éste las asimile rápido.

18. Ibidem, p. 33.

19. Kaplún, op. cit., p. 77.

1.5 Disfunción y funciones en la comunicación según Lazarsfeld.

A continuación se puntualiza sobre el problema de estudio a través de la caracterización funcionalista de los medios de comunicación según Lazarsfeld, quien resume dos funciones y una disfunción de los medios de comunicación. Dicha caracterización permitirá explicar dentro de éste contexto, el fenómeno de la radionovela.

Como primer función tenemos la de conferir prestigio, en el cual, según Lazarsfeld y Merton (1948) "los medios masivos pueden conferir estatus a asuntos, personas, organizaciones y movimientos sociales al considerarlos dignos de atención." (20) Esta función, para el caso específico de la radionovela es muy ilustrativa, pues en su tiempo, este género confirió prestigio a grupos de actores que trabajaban en el radioteatro y no solo a ellos, sino a la empresa.

Actualmente esta institución disfruta de las glorias vividas y continúa en expansión con diversos generos radiofónicos.

En la segunda función de los medios de comunicación, el autor hace alusión: al reforzamiento de las normas sociales, que según él, consiste en dar publicidad a las conductas desviadas acortandose la distancia entre la moral pública y las actitudes privadas, ejerciendo a su vez presión para que se establezca una moral única. (21) En el caso de las radionovelas, estas difunden determinadas conductas que provocan en las masas una moralidad más o menos homogénea, que rechaza todo aquello que no se apega a ese canon.

Un ejemplo de éste fenómeno es el estudio de Herzog (1944),

20. Lazarsfeld y Merton, cit. pos., Reed, p. 93.

21. Lazarsfeld, cit. pos., Toussaint, Crítica de la información de masas, p. 15.

sobre mujeres que escuchaban series en la radio, "se demostró que estas mujeres obtenían gratificaciones que eran distintas a sus propias circunstancias y problemas individuales." (22) Según Macquail los oyentes se reencontraban en las series "con un modo de vida más gratificante y atractivo." (23) Creando así consejos para resolver problemas del oyente.

Años después De Fleur en su libro Teorías de la comunicación masiva, en el apartado referido a la teoría de las normas culturales corrobora la investigación realizada por Lazarsfeld, y sostiene que "el contenido de la comunicación masiva puede reforzar las normas de pautas existentes y conducir a la gente a creer que determinadas normas sociales son apoyadas por la sociedad." (24)

Y no solo eso, también arguye que los medios pueden crear nuevas convicciones compartidas y cambiar normas preexistentes.

Acerca del segundo caso, de crear nuevas convicciones, manifiesta la no familiarización del público receptor respecto a los tópicos. Lo que lleva, a que este sea influenciado. En el último punto de esta teoría de las normas culturales, se refiere a llevar a la gente de un comportamiento a otro.

Por último, la disfunción de los medios masivos que cita Lazarsfeld, es la narcotizante que: se inicia cuando un individuo entra en contacto con los medios masivos y se considera informado, pero no ha advertido que durante todo ese tiempo se ha abstenido de toda decisión y acción. (25) Sobre este orden de ideas las radionovelas se presentan como el medio idóneo para entretener al oyente por las características naturales de este género, con esto el receptor cree ser participe de lo que se presen

22. Macquail, Sociología de los medios masivos de comunicación, p. 97.

23. Ibidem, p. 98.

24. De Fleur, op. cit., p. 193.

25. Reed, op. cit., p. 94.

ta, pero se queda en un rezago al no desarrollar alguna acción a favor de los problemas sociales que le incumben.

Estas son las teorías que explican parte de nuestro problema en la actualidad a través de una óptica funcionalista.

1.5.1 Las pautas normativas y fáticas.

A lo largo del escrito nos hemos referido a pautas de conducta, como aquel comportamiento que se buscará en el mensaje transmitido por el emisor que llega a los receptores y que los primeros crean a partir de estereotipos propios de la sociedad, para darles un tratamiento en el que se encaucen conductas.

Estas pautas de conducta están relacionadas con la moral que: "es un conjunto de normas aceptadas, libres y conscientemente, regulan la conducta individual y social del hombre." (26) Estas pueden ser adoptadas o no, por el individuo. A su vez se dividen en normativas y fáticas.

Las primeras están "constituidas por las normas o reglas de acción e imperativos que enuncian algo que deben ser." (27) y las segundas conformadas por ciertos actos humanos que se dan altruistamente. Ambas pueden ser calificadas de buenas o malas por la sociedad.

Sobre esta base se inferirán las pautas definidas en nuestro trabajo sin calificar el comportamiento de bueno o malo, para no caer en subjetividades.

26. Sánchez, Ética, p. 49.

27. ídem.

1.6 La técnica.

Como herramienta para conocer la intencionalidad del mensaje se consultó inicialmente la corriente estructuralista, que conceptualiza el estudio de la sociología aplicada a la comunicación, como una técnica para conocer la intencionalidad del mensaje en cualquier medio a través del estudio semiológico. Sin embargo, dicha técnica no cubre las expectativas de nuestro trabajo, pues se ubica principalmente en los medios audiovisuales y publicitarios, explicando las frases e imágenes, hasta llegar a su mínima connotación.

1.6.1 La técnica según Berelson.

Por las razones antes citadas abordaremos el análisis de contenido propuesto por Bernard Berelson, que lo define como: "la técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones." (28) A través de ella podemos interpretar datos, para conocer el mensaje implícito en diversas modalidades de la comunicación como son: los discursos políticos, argumentos cinematográficos y medios impresos, entre otros.

En términos generales esta técnica consiste en revelar datos que demuestran la tendencia, el tema, los símbolos, las frases y otros elementos, que al cuantificarlos sirven para conocer la actitud que tiene el receptor ante el discurso. Por su parte, del emisor se sabe, el manejo que le da al asunto.

28. Casasús Josep, Ideología y análisis de medios de comunicación.
p. 33.

1.6.2 La sustancia.

En la exposición teórica de Berelson, se propone un análisis fundamentado en la sustancia y la forma.

El primer aspecto señala las tendencias comprendidas en la comunicación "...detectando el sentido de su orientación a los cambios que el contenido sufre de un determinado período a otro." (29) Este aspecto, para nuestro estudio, no se abordará porque propone realizar una comparación entre un período temporal y otro del tema tratado, para conocer los cambios históricos.

1.6.3 La forma.

Otro factor que se integra al contenido es la forma, basada en la técnica de propaganda; pero que aplicado a nuestro tema busca la característica del estilo o mejor dicho los diferentes temas que existen. Ya que de acuerdo a éste tendrá una mayor o menor atracción ante el receptor heterogéneo que busca lo atractivo en el mensaje.

En virtud de que la forma es significativa para conocer el contenido manifiesto. El autor, no descarta la participación de los emisores y receptores del contenido, ya que pueden desligarse, los emisores elaborando mensajes, y los perceptores permitiéndonos conocer las actividades, intereses, los valores y las costumbres de la población a partir de los cuales se infieren temas de interés público. Aspecto que nos lleva a referirnos a la opinión pública.

29. Toussaint, op. cit., p. 28.

1.6.4 Opinión pública.

Esta última es utilizada por esta técnica, pues representa "la adhesión opinión implícita o explícita de la mayor parte de los miembros de una clase social..." (30) En el análisis de contenido la opinión pública es un recurso para conocer las actitudes y conductas de los grupos sociales con base en las encuestas, estadísticas y muestreos que se aplican a la masa y que ayudan al emisor a elaborar un mensaje hacia ésta, para saber su respuesta.

Nosotros no retomaremos la opinión de las amas de casa que de acuerdo a instituciones dedicadas al estudio de audiencias son el público que más gusta de las radionovelas, más bien, nos daremos a la tarea de conocer la intencionalidad del mensaje de las las radionovelas de más alto rating de la emisora XEW, que se dirigen a éste sector de la población.

De todo lo anteriormente expuesto se puede argüir en nuestro tema, que los mensajes de las radionovelas contienen un mensaje de sustancia, que como ya dijimos no se investigará, y otro de forma.

1.6.5 Unidades de análisis de contenido.

Esto puede llegar a saberse a través de las unidades de contenido, propuestas por Berelson.

1. La palabra: unidad más pequeña del análisis.
2. Tema: oración simple.
3. Personajes: individuos centrales de la narración.
4. El ítem: unidad natural (libros, reportajes o discursos).
5. Medidas de espacio-tiempo: se refiere a las divisiones físicas del contenido.

30. González Llaca, La opinión, p. 69.

Para nuestro estudio existe la opción de considerar las categorías de análisis (asunto, tendencia, pauta, valores entre otras), las cuales se definirán en función de la investigación y teniendo conocimiento material del tema. Ya que como lo señala Holsti: el análisis de contenido puede dar características generales de un contenido manifiesto a través de una muestra representativa. (33) Que en nuestro caso serían dos radionovelas de más alto rating de la barra de cuatro, que se transmiten en la XEW de 11:00 a 13:00 horas,

Estos fueron los elementos que se integraron a nuestra investigación para asentar las bases teóricas. Ahora se procederá a visualizar el contexto histórico en el que se desarrolla nuestro medio electrónico, la radio, y en particular el género propio de nuestro estudio.

31. Holsti, "Una introducción al análisis de contenido" en Centro de Estudios Interdisciplinarios...ENEP Acatlán (comp.) Análisis de contenido, p. 19.

CAPÍTULO DOS

De alguna manera el hombre siempre está creando, a través de su deseo se está creando, independientemente de que esté o no esté inserto en un proceso revolucionario. A través de su deseo el hombre está inventando, se está inventando así mismo, está inventando la realidad. Vive así dentro de su invento.

VERONICA VOLKOW.

2. BOSQUEJO HISTORICO DE LA RADIONOVELA.

2.1 Inventos precursores de los medios electrónicos.

Este apartado desarrolla los hechos radiofónicos acaecidos en el mundo, para compenetrarnos en la situación mexicana y distinguir la aparición de la radionovela, que tuvo lugar en las décadas de los 40's a los 60's.

Cabe aclarar que al explicar el tópico de la radionovela, nos encontramos con el problema de que existía poca bibliografía, por lo que recurrimos a fuentes hemerográficas que subsanaron parcialmente nuestra investigación.

Para empezar a hablar de la radiodifusión, es menester conocer los inventos que dieron pie a esta empresa, que actualmente al igual que la prensa, el cine y la televisión son considerados como medios de comunicación masiva de penetración ideológica en la sociedad de masas. El hecho de conformarse así, se le atribuyó a la revolución industrial en el siglo XVIII, que dio pauta para crear y perfeccionar a la maquinaria existente, utilizando la nueva tecnología a la industria y a lo que después serían los medios de comunicación.

2.1.1 La revolución industrial.

A fines del siblo XVIII en Inglaterra se iniciaron cambios en el aspecto socioeconómico de esta región. En el año de 1764, James Watt, descubrió la máquina de vapor. Inglaterra, teniendo como única vía de correspondencia, la navegación, aplicó este invento

para perfeccionar y tener un transporte marítimo eficaz en aquella época.

Inglaterra empezó a comerciar y transportar productos, acumulando riquezas. En esta misma zona, los pequeños talleres de familias dedicadas a varios oficios, comenzaron a desaparecer, pues el viejo sistema manual se afectó por los nuevos descubrimientos científicos.

Se crearon así, las fábricas, donde se produjo más, pero se sustituyó la mano de obra y se redujeron los costos en la producción para obtener mayores ganancias. Contratando a hombres, mujeres y niños, quienes laboraron largas jornadas y no contaron con prestaciones y derechos laborales.

Inglaterra se convirtió en el primer país industrial. Así, se originó una concentración de la población en las ciudades.

La revolución industrial, también "condujo a un cambio en las pautas de estratificación social." (1) Entre ellas, la clase media, que se convertiría en el público cautivo de los futuros medios de comunicación masiva.

2.1.2 Consecuencias y auge de la revolución industrial.

El crecimiento industrial inglés, además de que dió prestigio y capital a su país, motivó a otros países vecinos a adquirir la nueva tecnología e industria. Francia, Bélgica y Alemania paulatinamente se integraron a la transformación del modo de producción que impulsó Inglaterra.

Europa se convirtió en un bloque de países donde fue factible continuar con las innovaciones tecno-científicas y su perfeccionamiento.

1. De Fleur, Teorías de la comunicación masiva, p. 33.

namiento, debido a su avance económico.

Un ejemplo de este avance, fue el uso de la energía eléctrica y la mecanización en beneficio de la industria y la comunicación, que tuvo su máxima expresión hasta el siglo XIX.

En 1814 el impreso, Times de Londres, contaba con una rotativa que aplicaba la fuerza mecánica a la imprenta, un paso favorable en la tecnología, que con el tiempo "aceleró su ritmo, gracias a los progresos mecánicos ocurridos al comenzar la revolución industrial." (2) Esto ayudó a imprimir innumerables ejemplares, para dar pie a lo que hoy conocemos como la prensa.

Fue hasta 1891, cuando después de varios intentos, el fonoscopio de Demey permitió realizar la síntesis de movimientos fotográficos. Al año siguiente, Edison con el cinetoscopio, complementó el trabajo, compactando las fotografías en una banda. Pero fueron los hermanos Lumière quienes concibieron la perfección de la proyección de imágenes, a través del cinematógrafo, patentado en 1895.

2.1.3 Inicios de la comunicación electrónica.

En el ámbito de la comunicación, estos inventos no hicieron extensivos a toda la población los mensajes que se intentaron comunicar.

Fue hasta 1837, cuando la comunicación electrónica hizo su aparición con inventos como: el telégrafo, perfeccionado por Samuel Morse, quien envió mensajes a través de señales producidas con impulsos eléctricos cortos o largos, recibidas en tierra y completándose al circuito cerrado de comunica-

2. De Fleur, op. cit., pp. 33 y 34.

ción, sentando las bases para otras invenciones como el teletipo, los teleimpresores y el radar.

Otra novedad fue el teléfono, patentado en 1876, por Graham Bell, que tuvo la ventaja, a diferencia del telégrafo, de transmitir la voz y sonidos a largas distancias. Este funcionaba a través de un delgado diafragma de hierro sobre un electroimán. Al hablar se producían vibraciones y se transmitía la voz del hombre hasta el receptor. Hoy en día, éste funciona con la alta tecnología del satélite, haciendo a un lado el alambre.

Estos descubrimientos no lograron una comunicación que llegara a sectores sociales diversos. Sin embargo, son el enlace para dar pie a la radiodifusión. Y no es hasta finales del siglo XIX cuando un grupo de investigadores como: Morse, Wheatstone, Maxwell entre otros, iniciaron las bases para la invención de la radio, aparato que más adelante incursionaría en la comunicación de masas.

2.1.4 Presencia de la comunicación inalámbrica.

Para 1887, el alemán Heinrich Hertz retomó los puntos iniciales de la teoría electromagnética de Maxwell y "logra producir e identificar ondas eléctricas a corta distancia de una parte a otra de su laboratorio." (3) Con esto indujo una corriente en el circuito resonador, que propagó en el espacio energía electromagnética. Esta experiencia se consideró como el primer paso de la telegrafía sin hilos.

Fue el italiano Guglielmo Marconi, que para 1898, experimentó una primera transmisión de la Isla Wight, a Inglaterra, desde

3. El desarrollo técnico e histórico de los diferentes investigadores que intervinieron en las bases para la invención de la radio como Hertz, se encuentra en: Chapman, La radiotelefonía al día, pp. 9-79.

donde emitió la letra "S" del alfabeto Morse. Con este conocimiento y los principios de sintonía preestablecidos por Lodge, Blandel y Braun, se consiguió la primera transmisión de la voz, en lo que hoy conocemos como la radio, que fue un avance técnico-científico y también el principio de las industrias radiofónicas.

Guglielmo Marconi, logró sintetizar los trabajos de sus antecesores y fue el primero que realizó a través del canal de la Mancha, la primera comunicación hertziana a distancia. En enero de 1901 transmitió desde la Metropolitan Opera de Nueva York, la voz de Caruso a una distancia de 20 km.

Esta primera difusión de la telegrafía sin hilos, Marconi, la realizó gracias a que hizo: más potente el tubo lleno de limaduras metálicas (cohesor), y colocó un largo hilo vertical en el excitador de Hertz (generador de ondas eléctricas). Así, con una antena, comunicaba a uno de los polos de la chispa activa, estando el otro polo, en tierra, y con un segundo hilo, recibía la onda y la transportaba desde el receptor al cohesor. (4) Así, Marconi inició la comunicación inalámbrica que con el tiempo se perfeccionaría.

2.1.5 Expansión radiofónica.

En un principio, la telegrafía sin hilos, años antes de la Primera Guerra Mundial, "era una técnica ampliamente difundida y comercialmente sólida." (5) Aún no se convertía en un medio de comunicación masiva, y se limitó sólo al uso de información confidencial entre grupos gubernamentales y militares. (6)

-
4. El contenido técnico, específico del funcionamiento de la telegrafía sin hilos, está explicado en: Chapman, op. cit., pp. 20-23.
 5. De Fleur, op. cit., pp. 142-147.
 6. Otro ejemplo del uso de la telegrafía sin hilos, fue en el transporte marítimo como el Titanic. Para más información en la aplicación de este invento, remitirse a la obra de: Albert y Tudesq, Historia de la radio y la televisión, pp. 17-18.

No fue hasta 1920 cuando se fundó la primera estación: KDKA de Pittsburg en Estados Unidos. Anterior a ésta, la empresa "Marconi" en Inglaterra, experimentó: transmitir programas musicales del 23 de febrero al 6 de marzo de ese mismo año. Emisiones que llegaban a barcos que se encontraban a una distancia de 1,200 millas (7) Gran avance en la propagación de las ondas hertzianas.

España, transmitió en 1921 conciertos de ópera. Y tres años después, se instaló la emisora Radio-Barcelona. Alemania a mediados de estas fechas, obtuvo la autorización para emisoras al público y con ello, el de ocho emisoras establecidas en otras ciudades del mismo país.

Otra región que experimentó con la radio desde 1914, fue la Belga, que en 1923, creó Radio-Bélgica. Holanda por su parte en Amsterdam en 1920, utilizó este aparato para informar entorno a la Bolsa y en 1924, gracias a la compañía de material eléctrico Philips, fundaron la emisora Hilversom.

Francia, no ajena a este desarrollo radiofónico en 1922, estableció la estación Radiola, que tiempo después se convertiría en Radio-París.

Para 1925, entraron a este ámbito de la radio: Hungría, Polonia y Japón. Por su parte Austria, en ese mismo año, creó una emisora sindical.

Un país que siguió los pasos de la radiodifusión, es Rusia, nación socialista que en aquel tiempo, reactivaba sus transmisiones en 1918, y antes de diez años organizaba y creaba una estación para obreros conocida como "Fundación de la Internacional de Radios Obreras".

7. Después de la revolución industrial, Inglaterra continuó a la cabeza en el desarrollo de la comunicación inalámbrica, un ejemplo de ello es el ya citado, y otros que aparecen en el libro de Chapman, op. cit., pp. 240.

La rápida expansión de emisoras en Europa provocó la necesidad de una distribución de longitud de ondas entre las naciones de este continente. Por esto en 1925, en Ginebra, se creó la Unión Internacional de Radiodifusión (UIR) (8) Que con excepción de la URSS y Luxemburgo, se unieron a esta organización.

El progreso de la radio fue paulatino entre las décadas de los 20's y principios de los 30's, tanto en el territorio europeo como americano. Sin embargo en este último, en Estados Unidos, la radiodifusión creció aceleradamente. Aunque parezca extraño entre 1920 y 1922 se originó un sobrecupo en la banda radial de emisoras, pues llegó a registrar "para finales de 1922, la existencia de 666 estaciones." (9) Lo que exigió un acuerdo legislativo inmediato.

La explicación al crecimiento radiofónico en Estados Unidos se debe a que: "desde el comienzo contó con una gigantesca infraestructura comercial, técnica y financiera, con las compañías de G.E., A.T.T., Westinhouse y United Fruit Co." (10) Un apoyo para esta difusión, pero que no podía limitarse a la explotación comercial,

Al igual que otros países con una radio comercial o controlada por el gobierno, las personas encargadas o dueñas de las estaciones, debían pensar ¿en qué se les transmitiría a su público, además de música e información?

Mientras se buscaba hacer una radio atractiva para el público, se acercaba la Segunda Guerra Mundial, donde este aparato receptor se desempeñó en Alemania e Italia como el medio ideal de propaganda política e ideológica.

En ese entonces, se realizaron programas para influir en

-
8. El desarrollo de la radio en Europa está explicado en Albert y Tudesq, op. cit., pp. 39-45.
 9. Barnow, cit. pos., Pareja, "El nacimiento de la radio", en rev. Comunicación y Cultura, No. 8, julio de 1982, p. 8.
 10. Pareja, op. cit., p. 7.

las masas, exaltando los valores nacionales. En Alemania, la radio se acentuó como instrumento manipulador, debido a la habilidad de Goebbels, ministro de propaganda de Adolfo Hitler, quien influyó en las masas a través de ese medio.

Goebbels, decía que "la radio debe permitir fundir el pueblo alemán entero en una voluntad única penetrando hasta la más modesta choza." (11) Y no sólo logró llegar hasta el último rincón de Alemania, sino que conformó una sola ideología nacional.

La radio, no sólo se usó con fines ideológicos o políticos durante este período de la Segunda Guerra Mundial, también se usó con fines militares. Con el perfeccionamiento del radar inventado en 1928, se facilitó la tarea de detectar la presencia de aviones y submarinos en ese tiempo. También el dispositivo de telemando y el servicio de radiotransmisiones, fueron otro ejemplo de su uso.

Estas invenciones se perfeccionaron con el tiempo, y la radio formó parte de esos progresos tecno-científicos. En 1948 después de la Segunda Guerra Mundial, se inventó el transistor que transformó la técnica de radio, permitiendo el uso menor de energía, que la requerida por los tubos de vacío o cohesor.

Esto es grosso modo el desarrollo de la radio a nivel mundial (12), una innovación que llegó y se estableció poco a poco tanto en Europa como en América. Y, al igual que otros inventos, se fue adaptando a las necesidades demandadas por la sociedad de estas regiones.

México, tampoco se quedó atrás en esta materia, e inició sus transmisiones dentro de un marco político y social difícil que a continuación se explicará.

11. Albert, op. cit., p. 47.

12. Para conocer el desarrollo cronológico de la radio a nivel mundial hasta principios de los 80's, consultar la obra de Basset, De las ondas rojas a las radios libres, pp. 265-276.

2.2 México ante la radiodifusión experimental

El inicio del siglo XX, después de la dictadura porfirista, fue para México, un constante juego de poderes.

Francisco I. Madero, después de proclamar el Plan de San Luis (1910), en rebelión contra Porfirio Díaz, fue elegido presidente de la República Mexicana (1911) y hace que el exgobernador abandone el país en ese mismo año.

En 1913 Madero fue depuesto por el general Victoriano Huerta y muere posteriormente a manos de sus carceleros. El gobierno de Estados Unidos se negó a reconocer al general Huerta como presidente, y Venustiano Carranza inició un movimiento en su contra.

En 1915, E.E.U.U. y otras naciones de América reconocieron al gobierno de Carranza para que éste convoque al Congreso que ha de proclamar la Constitución de Querétaro en 1917.

Bajo este orden de acontecimientos políticos elementales para México, se dieron las primeras transmisiones radiofónicas hacia el año de 1919, mismas que sólo fueron precedidas por transmisiones aisladas efectuadas en México en el año de 1908, pero de las que no se conocen todos los datos.

Fue el ingeniero Constatino Tárnava responsable de que en este año (1919), se instalará una estación experimental en Monterrey, pero sólo hasta 1921, consiguió transmitir el primer programa de radio con destino a la capital de la República. En ese entonces, en la ciudad de México, el general Fernando Ramírez y José de la Herrán, montaron una estación experimental, la J-H, bajo los auspicios de la sección de guerra.

A partir de 1922 la radiodifusión se convirtió en una actividad profesional, pero estructurada, y con amplias posibilidades de desarrollo.

En fin que esta empresa inició con paso firme, lanzándose al aire las radiodifusoras: CYA, CYL y CYZ (1923), así como dos estaciones del gobierno: la CYA y la CZZ. Además se instaló la emisora de la compañía de cigarros El Buen Tono: la CYB, que impulsó el ingeniero José J. Raynoso, gerente de la mencionada fábrica.

Para incrementar el número de radioescuchas la directiva de El Buen Tono, dispuso regalar radioreceptores a los escuchas; sin embargo, a mediados de 1941 la gente empezó a perder el interés por este medio. Muchos empezaron a opinar que lo que se recibía en esa caja de sonido, no eran más que ruidos, debido a que continuamente se mezclaba una frecuencia con otra.

Esto no lleva al ocaso a la radio en México, más bien, hizo lenta su evolución, prueba de ello fue que para 1925, operaron en el país 11 radiodifusoras: 7 en la capital de la República y 4 en provincia (Mazatlán, Monterrey, Oaxaca y Mérida).

Por lo que se refiere a las emisoras del estado, la Secretaría de Educación Pública (SEP), a cargo del licenciado José Vag concelos, obtuvo el permiso para instalar la emisora CZE, cuya primera transmisión fue la toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles (1924), ésta operó hasta las postrimerías del régimen cardenista. Sin embargo, de acuerdo a Cristina Romo, la estación, nunca logró competir con emisoras privadas (13), las cuales para 1926 ya sumaban 16.

13. Romo, La otra radio, p. 63.

En 1929, México se adhirió a los acuerdos de la Confederación Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Washington, en la que se adjudicó a éste, el uso de los indicativos nominales XE y XF para radiodifusión. En ese entonces la estación más escuchada fue la CYB que con su nuevo indicativo se convertiría en la XEB, perteneciente a la cigarrera el Buen Tono.

Según nos comenta Mejía Prieto en su libro Historia de la radio y la televisión en México, esta emisora realizaba programas en vivo con artistas tanto nacionales como extranjeros, a los cuales dio fama y con lo que llegó a tener aceptación en el público.

2.2.1 Una fuerte empresa iniciaba.

En ese entonces, otra emisora comercial joven surgió con fuerza a principios de los años 30's. Era la XEW, que con óptica empresarial eregía el señor Emilio Azcárraga.

El 18 de septiembre de 1930, el locutor, Leopoldo de Samaniego pronunció ante los micrófonos de la XEW las siguientes palabras: "Amigos esta es la XEW la voz de la América Latina desde México". A partir de ese momento dió inicio la historia de lo que más tarde fue, un enorme consorcio que llega hasta nuestros días como una empresa de peso ideológico y económico.

Tal vez el mérito de Azcárraga consistió en que aprovechó los progresos técnicos de aquel tiempo y tuvo la visión negociadora de que estaba faltando una estación de alcance nacional y estructura moderna. Además su experiencia como gerente general de la compañía México Música, S.A., distribidora de radioreceptores

R.C.A. le hizo observar la necesidad de promover la venta de sus aparatos a través de la emisora.

¿Estar en el momento preciso? ¿Suerte empresarial? ¿Inteligencia? ¿El rodearse de colaboradores hábiles? alguna de estas características, o tal vez todas, lo llevaron a iniciar esta empresa al señor Azcárraga.

Para 1937, Emilio Azcárraga fundó con Enrique Contel otra emisora que también tuvo relevancia en la radio comercial, fue la XEQ, que con programas como: El monje loco, Semáforo musical, La banda de Huapanquillo, Varietades Panseco y Noche de gala, tuvo buena aceptación.

2.2.2 La radionovela.

De esa miscelánea programática que iba desde programas de concurso, hasta programas de variedades, destacaron las escenificaciones radiofónicas, que en sus diversas modalidades -radionovelas, sketch cómico, radiocuento, folletín o series de episodios- eran las delicias de los oyentes que se congregaban ante su aparato a escuchar con atención día tras día series como: Anita de Montemar, Chucho el Roto, El derecho de nacer, La tremenda corte, entre otras. Programas que han resistido el paso de los años y todavía son recordados.

En México, las escenificaciones radiofónicas empezaron a realizarse, aunque de modo intermitente, en 1930. Tomás Borrás presentó en radio la obra titulada: "Todos los ruidos de aquel día". En 1931 Carlos Chacón Jr. creó el programa: Las mejores escenas de radioteatro, transmitido por la XEW. El mismo, escribió en

1934 para la "W", la que se consideró la primera radionovela hecha en México: El proceso de Mary Dugan, que constó de 20 capítulos de 15 minutos cada uno.

En los años 30's, la Secretaría de Educación Pública, operaba la estación XEX, donde las escenificaciones radiofónicas empezaron a ocupar un espacio permanente. En 1933 el dramaturgo Rodolfo Usigli se dio a la tarea de presentar cada semana obras de teatro adaptadas para radio que duraban entre 30 y 90 minutos. En 1935 esta estación tenía el programa titulado: Teatro Socialista, donde se difundían obras de Elmer Rice, Sinclair Lewis, entre otros.

Hasta ese momento las escenificaciones radiofónicas sólo se presentaban de esta manera, haciendo adaptaciones de las obras originales para radio, predominando siempre el diálogo como elemento central, sin introducir fondos musicales, efectos de sonido o ruidos ambientales.

Fue hasta el año de 1936, cuando en un programa llamado: El teatro del aire, producido por Armando de María Campos, se desarrollaron técnicas modernas propias del medio, aprendidas por correspondencia de los principales autores y productores de este género en Europa, en especial del francés Paul Castan.

De María, empezó a manejar cámaras de eco, sonidos ambientales, efectos, planos sonoros que dieron la impresión de cercanía o lejanía y disolución de sonido.

De María y Campos y el francés Castan coincidían en que: el radioteatro era una forma de arte nuevo, totalmente ajeno al cine y al teatro representando en un escenario, y debía, por lo tanto, tener su propio lenguaje." (14) Este consistía en la mez

14. Mejía Fernando, "Las escenificaciones radiofónicas desde 1930", en diario El Nacional (suplemento en domingo), 4 de marzo de 1990, p. 6.

cla perfecta entre la voz de los actores, los silencios, la música de ambientación, sonidos y efectos especiales.

A través de estas técnicas, María y Campos, logró una serie atractiva, presentando obras de autores extranjeros y mexicanos como: Jaime Torres Bodet, Antonio Helú, Carlos Rivas Larrauri. También se presentaron decenas de autores como: Mimi Bechelany (quien más adelante sería escritora de radio novela), Rosario Muñoz Ledo, Fany Shiller, entre otras.

A mediados de los años 30's el radioteatro europeo de Armando María y Campos se sustituyó por la escenificación radiofónica perteneciente a Estados Unidos y empezó a subordinarse a las exigencias de las firmas comerciales. Con esto se hicieron a un lado muchas de las obras clásicas de la literatura y obras de teatro que se dramatizaban.

La mayoría de los programas transmitidos en aquel entonces, requerían de una amplia habilidad mental de parte de los locutores, en el caso de programas de concurso o variedad, y de los actores, en el caso de las escenificaciones radiofónicas, en las que en ocasiones los efectos ahí presentados, tenían su origen gutural o corporal de los mismos ejecutantes.

La radiodifusión en sus inicios, se desarrolló en México, en períodos políticamente conflictivos, pues se empezaban a sentar las bases del actual sistema político mexicano. Lo anterior podría explicar la casi nula participación del estado en el medio radiofónico, en aquel tiempo, y su escasa presencia actual que se observará más adelante.

Cabe puntualizar que la década de los 30's para México, fue de reformas en el ámbito político y económico, durante el cual,

como ya vimos, la radiodifusión asume el carácter de un auténtico medio de difusión masiva.

El sexenio cardenista para la radio se caracterizó: "por su utilización en escala por parte del gobierno para controlar, organizar y guiar las acciones de las masas y enmarcar sus luchas y su fuerza política dentro del proyecto estatal." (15) El milagro mexicano empezaba a tener forma.

2.3 La consolidación radiofónica.

Tanto para los industriales de la radiodifusión, como para todos los empresarios, la nueva sustitución económica y política del país era halagadora.

Gracias al régimen cardenista se habían aumentado las condiciones para la industrialización, y Ávila Camacho, aprovechaba la coyuntura de la Segunda Guerra Mundial, sentaba las bases para una estabilidad económica que duraría años.

La política avilacamachista, favoreció a las radiodifusoras, sobre todo en lo relativo a las facilidades para la importación de equipo y en la creación de un régimen jurídico que protegió el desarrollo de esta industria.

En 1942, había radiodifusoras en todo el territorio nacional, las destacadas comercialmente eran la XEW, XEQ y la XEFO. En ese mismo año, también se iniciaban la XEQY, que resultó buena competidora de las estaciones Azcárraga, quien en 1941 ya había fundado la primera cadena a lo largo del territorio nacional: la de Radio Programas de México.

15. Mejía Fernando, La industria de la radio y la televisión, p. 62.

2.3.1 La radio: un buen negocio.

Un programa que gozó de gran prestigio en los años 40's fue el transmitido por la XEQ, que estaba considerado como de gran auditorio en la República, y que se llamaba: La comedia Nescafé, en la cual actuaba la señora Pura de Córdova a quien se calificaba como una artista con dominio de la voz.

Otra serie radiofónica que tuvo popularidad entre 1942 y 1948 fue la historia del Minnie Loco, que gracias a su creador Salvador Carrasco Lemus, alcanzó popularidad a través de la radio.

Quienes conocieron a Salvador Carrasco afirman que tenía facilidad para modular su voz y producir sonidos guturales que se acompañaban con algunas láminas y fierros arrastrándose, lo cual, creaba un ambiente escalofriante, ideal para esta serie.

Sin duda alguna, fueron muchas las series que se transmitieron en aquellos años en la radio, muchas también, las glorias que disfrutaron las emisoras con esos programas. Tanto que serían interminable describir cada una. Lo cierto es que las escenificaciones radiofónicas dieron fama y dinero durante mucho tiempo a actores e instituciones que trabajaron en ellas.

Creando una manera atractiva de hacer radio, al explotar al máximo sus características (voz, efectos y música), haciendo de ello un redituable negocio.

Como muestra basta la opinión de Azcarraga sobre la radiinovelas, quien dice que: "El mayor auditorio con que cuenta la radio es femenino. Mientras la señora de la casa está dedicada a sus tareas domésticas, el receptor es un compañero que le ayuda a hacer menos pesadas sus labores... Ella también es la que sugiere

al marido la necesidad de hacer ciertas compras." (16) Se puede deducir de esta declaración, la orientación cien por ciento comercial de la radio y en especial la de este género radionóvico.

Por su parte, José Luis Gutiérrez Espíndola, en su investigación "La radionovela comercial: ¿Un género en decadencia?", afirma que: "las empresas transnacionales estadounidenses veían a América Latina como territorio natural de conquista y explotación para sus productos. La radionovela, en este contexto, tenían como principal objetivo vender productos fabricados por aquellas empresas. Y aclara que no era sino el pretexto para insertar comerciales." (17) Así, las principales transnacionales crearon sus departamentos de radionovelas con sus propios escritores, actores, directores y técnicos, que ganaron renombre como: Caridad Bravo Adams, Delia Fiallo, Inés Rodena, Fernanda Villeli y Feliz B. Caignet, entre otros.

Patrocinadores por excelencia de la radionovela, fueron las transnacionales Protector and Gamble y Colgate Palmolive.

2.3.2 La creación del CIR.

Resulta interesante resaltar que en esta década de los 40's, se consolidó un nuevo bloque económicamente dominante, el cual en esencia persiste hasta nuestros días y se compone de la siguiente manera:

1. "La fracción burguesa ubicada al norte del país.
2. Otro asentado desde el Maximato en el Distrito Federal.
3. Otro formado por banqueros localizados en el Valle de México.
4. Alta burocracia política y la relación gobierno-estado." (18)

16. Vera Rodrigo, "Con la complacencia oficial, la radiodifusión es propiedad de un grupo cerrado", en rev. Proceso, No. 756, 29 de abril de 1991, p. 10.

17. idem.

18. Concheiro, cit. pos., Mejía Fernando, pp. 98-100.

En el ámbito radiofónico, también hubo un grupo de industriales que en el mismo año 1940, intentaron poner en práctica la idea de formar una cámara industrial autónoma, exclusiva para los radiodifusores, que permitiera a sus dirigentes dedicar sus fuerzas para defender y promover intereses de esta industria.

Pero no fue hasta el 14 de diciembre de 1941, cuando se aprobó legalmente la constitución de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR después CIRT), la cual tuvo como primer presidente a Emilio Azcárraga y como miembro del comité directivo a los señores Luis de la Rosa, José Fernández y el ingeniero Juan Cross Buchanan.

Siendo presidente de esta cámara, Azcárraga, se benefició con la política de Miguel Alemán Valdés (1942-1952), pues se contactó con las altas esferas del gobierno, otorgando al grupo radiofónico una posición inmejorable.

2.4 Cambiando de frecuencia después de los 50's.

La política de apoyo de Miguel Alemán hacia la radiodifusión, se manifestó con la libre importación del equipo y material para esta empresa; además de la legislación favorable a la misma. Estas mejoras también se dirigieron a la empresa televisiva que en ese entonces iniciaba su desarrollo.

Al surgimiento de la televisión en los años 50's, sobrevino una crisis en la radio que se manifestó con el cierre de algunas emisoras de no mucho renombre, esto debido a que los dueños de éstas, sintieron que el público preferiría ver lo que antes sólo se escuchaba.

Se vaticinaba la caída de la radio, pero no fue así, pues con los presidentes: Ruiz Cortines, López Mateos y Díaz Ordaz, se concentró aún más la propiedad y el control de radiodifusoras en un conjunto de agrupaciones de la capital.

Por esos mismos años se empezó a introducir en México un sistema de hacer radio proveniente de Estados Unidos que consistió en la sucesión ininterrumpida de anuncios-locución y piezas musicales, las cuales no debían exceder de tres minutos. A esta manera de hacer radio se le conoce actualmente como Sistema California. Dicho término según nos dice Fernando Mejía, investigador de la UNAM: "ha surgido de la observación de los investigadores, pero no existe la bibliografía que hable de él." (19)

Como se puede observar, este modelo corresponde 100 por ciento a una manera comercial de hacer radio y según Fernando Mejía, prevalece hasta nuestros días, con sus respectivas modificaciones que más adelante se anotarán.

También en estos cambiantes años 50's, se instaló la Frecuencia Modulada (FM), que técnicamente consiste en variar la frecuencia de onda portadora en una cantidad proporcional a la amplitud de la señal de información a transmitir. En términos prácticos la FM, permitió una recepción casi perfecta de la señal proveniente de la emisora.

Esta la constituyó en sus principios como una banda idónea para escuchar música y no para la participación hablada de Amplitud Modulada (AM).

En corto tiempo ambas frecuencias se empezaron a distinguir. En la AM se llegó al abuso de rutinas promocionales no renovadas, como fue radio Variedades en 1958-1959, creación de Ramiro

19. Mejía, información vía telefónica, 28 de mayo de 1991.

Garza. Más adelante se buscó el ángulo social y político que no dió resultado, pues no era atractivo en ese tiempo. Y la FM como una banda con un sonido nítido se prestaba para la transmisión de música

Para finales de los 60's, el gusto por la radionovela decayó. Los empresarios se dieron cuenta de que los ingresos por publicidad eran los mismos en horas que transmitían música grabada y en las que pasaban las radionovelas, pero el costo de producción de ésta última era más alto.

En ese mismo inicio de década, durante la presidencia de Adolfo López Mateos, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el 19 de enero de 1960, la ley Federal de Radio y Televisión, en la cual llamaba la atención el artículo 16, que habla acerca de que "el término de concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrenada al mismo concesionario, que tendrá preferencia sobre terceros." (20) Lo que habla de un proteccionismo de parte del gobierno hacia los dueños de emisoras.

Cabe puntualizar sobre la diferencia legal entre permisos y concesiones de las emisoras, que viene contenido en el capítulo primero, artículo treceavo de esta ley, la cual refiere a las estaciones comerciales, como las que requerirán concesión para operar. Y las oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radifónicas, como las que necesitarán permiso. Siendo concesionadas y permisionadas respectivamente.

Dos años después de esta promulgación, había en el país 435 estaciones: 422 comerciales y 13 culturales. Para entonces, muchas de las empresas que habían estado operando también en onda corta (Frecuencias Internacionales) suprimieron o descuidaron su trans

20. Diario Oficial de la Federación, martes 19 de enero de 1960.
p. 3.

misión debido a que era incostruable.

El 31 de diciembre de 1968, se creó el impuesto del 25 por ciento sobre los ingresos que recibían las empresas en pago de servicios prestados al amparo de concesiones federales de radio y televisión, pero el primero de julio de 1969, un acuerdo presidencial autorizó a los concesionarios pagar ese gravamen en efectivo o con el 12.5 por ciento del tiempo de su producción diaria.

En 1973, entró en vigor el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, con el objeto de normar las facultades, obligaciones y responsabilidades de los concesionarios en todo el territorio nacional.

Diez años después había 875 radiodifusoras en AM, 631 comerciales y 26 culturales, en FM, 181 de la primeras y 8 de las segundas. Lo cual indicaba que la industria de la radiodifusión se había extendido a pasos agigantados y las estaciones culturales prácticamente estaban borradas del cuadrante.

El 25 de marzo de 1963, se creó por decreto presidencial el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), de la televisión (IMEVISION), y del cine (IMCINE), como respuesta al plan básico preparado por el Instituto de Estudios Políticos y Sociales del PRI (IEPES), para la campaña presidencial de Miguel de la Madrid. (21)

Dentro de los objetivos del IMER se encuentran uno administrativo y dos políticos: "operar integralmente las entidades de radio pertenecientes al Poder Ejecutivo Federal y contribuir al proceso de integración nacional y al esfuerzo por desconcentrar la difusión de la cultura." (22)

Con el plan de trabajo del IMER, la presencia de la radio

21. Para mayor información acerca de la integración de las emisoras culturales consúltese: Romo, op. cit., pp. 55-93.

22. Ibidem, p. 133.

comercial hizo a un lado la cultura, con contadas excepciones como Stéreo Joven que transmite en el 105.7 de la banda de FM y que parte de su formato se lo debe a Radio Educación.

Esta última transmite en el 1060 de AM y es un órgano descon centrado de la SEP, que tiene como fin difundir cultura.

Tal vez, esta es la estación cultural: más influyente en el país, la más documentada y también la que más ha tenido conflictos laborales, porque su personal no se ha dejado manipular. (23) En resumen, ha sido la emisora puntal de la radio cultural, y ha influido en otras estaciones del interior de la República en la actualidad.

2.5 Situación actual.

Si en este momento preguntamos a un ama de casa, a un joven, o en fin, a la gente que principalmente escucha radio: ¿cómo, e su entender se hace un programa de radio? ellos seguramente nos mencionarían una manera comercial de hacerlo.

Y esto tiene una explicación numérica, pues en la actualidad el 88.7 por ciento de las estaciones son concensionadas: "y tienen como único fin vender bienes y servicios a través de anuncios publicitarios y su propio tiempo." (24)

De lo anterior se puede deducir que la imagen de la radio mexicana es casi en su totalidad comercial, pues utiliza sistemas de hacer radio como el California, ya referido, y se complementa con sistemas como el "payola", esto es, "el pago de empresas disqueras a los productores de radio para que transmitan una canción, un determinado número de veces." (25)

23. Ibidem, p. 62.

24. Ibidem, p. 3.

25. Torres Dora, "Lo que usted no vio en la radio", en rev. Del Consumidor, No. 153, noviembre de 1989, pp. 19-22.

Esta imagen de radio comercial recae en unos cuantos grupos de familias, estas son: en el centro del país, la de Joaquín Vargas, Francisco Ibarra López, Emilio y Rogerio Azcárraga, Clemente Serna Alvear, Guillermo Salas Peiró, la familia Suárez, José Luis Fernández Herrera y María Esther Gómez, viuda de Aguirre. En el sur: Andrés García Lavín, los Arceos Corcuera y José de Jesús Partida Amor. Y en el norte: Francisco Antonio González, Javier Sánchez Campuzano y la familia Boone Menchaca. (26)

Según datos proporcionados por Velasco Ugalde a una revista, asegura que el precio promedio por minuto de publicidad en las 49 emisoras capitalinas es de 267.000 pesos. Y en éstas en su conjunto comercializan 544 horas diarias, por lo que reciben pagos a razón de 8,714 millones 880.000 pesos diarios (27) Lo que habla de la radio, como un negocio redituable.

Este bosquejo histórico de la radio, nos revela un medio de difusión que desde sus inicios fue explotado comercialmente, aprovechando sus características fundamentales como son: la música, sonidos y efectos que, se fusionaban con creatividad y frescura y que podían atraer al escucha.

En la actualidad parecería ser que esta creatividad y frescura se han cambiado por los avances tecnológicos (Frecuencia modulada, sonido dolby y compact disc) que han dejado mayores ganancias a los empresarios, los cuales prefirieron seguir maneras comerciales de hacer radio, como el sistema california o payola, que sólo implican una inversión inicial o de renovación, y no un constante gasto en producción con programas tan elaborados como las radionovelas. Tal vez esto pueda explicar el descenso de este género, durante algunos años.

26. Vera, op. cit., p. 3.

27. Ibidem, p. 11.

Si a esto aunamos el excesivo proteccionismo del estado hacia los concesionados, tanto desde el punto de vista legal, hasta el arancelario, que se manifiesta dando facilidades para ingresar equipos extranjeros, encontramos que no existen restricciones para que estos grupos de empresarios, lo introduzcan a las estaciones.

Como muestra de esta política del gobierno, se tiene el testimonio del locutor Adolfo Hernández Zepeda, quien augura que la FM en un futuro: "tendrá que luchar contra una señal más poderosa: el sonido digital, la cual transmitirá a través de una frecuencia más alta y por vía satélite. La calidad digital tardará 20 años en consolidarse, más el gobierno ya empieza a dar concesiones (28)

Sobre este orden de acontecimientos radiofónicos movidos por el interés comercial para obtener mayores ganancias, se encuentran las radionovelas, que aún en nuestros días siguen sobreviviendo a los embates comercializadores y se mantienen como un género completo de hacer radio al utilizar música, efectos y sonido.

Estas quedan actualmente en el aire, como para que no se diga que la radio no nos tiene nada que decir.

Ahora se conocerá el avance que han tenido las radionovelas respecto a las pautas de conducta que se manejan en estas.

28. Piña Verónica, "La era digital llegó con la Frecuencia Modulada", en diario El Nacional (espectáculos), 29 de mayo de 1991, p. 8.

CAPÍTULO TRES

Las palabras más que instrumentos
de comunicación parecen construir las
murallas de nuestro propio aislamiento.

VERONICA VOLKOW.

3. LA CARACTERIZACION DE LA RADIONOVELA.

3.1 La radionovela antes del cue.

En el presente capítulo se realizará el análisis de contenido a dos radionovelas, para conocer el contenido manifiesto, que transmiten estas. Pero antes de presentar nuestro caso, veremos cuáles son las emisoras que difunden éste género.

EMISORA	RADIONOVELA	HORARIO
XEW	<u>Amarga ciudad</u>	11:00 a 11:30 lun. a vie.
	<u>Violeta</u>	11:30 a 12:00 " "
	<u>Ambición mortal</u>	12:00 a 12:30 " "
	<u>Voces de la noche</u>	12:30 a 13:00 " "
	<u>Doña Bárbara</u>	16:00 a 17:00 " "
XERED	<u>Ojo de vidrio</u>	00:30 a 01:00 mar. y dom.
	<u>La casa roja</u>	07:00 a 08:00 dom.
	<u>Raffles</u>	20:45 a 21:15 sáb.
XCEP	<u>La verdadera historia de la Conquista de México.</u>	10:30 a 11:00 lun. a vie.
XEB	<u>Rocío</u>	13:30 a 14:00 dom.
	<u>Sombras en la tierra</u>	10:30 a 11:00 lun. a vie.

Del cuadro anterior se puede observar que la estación XEW, cuenta con una barra radiofónica matutina, de cuatro radionovelas. Género que había sido descuidado por dicha estación, pero que a partir del 24 de febrero de 1992, reinicia su transmisión bajo el slogan: ¡Con más fuerza que nunca! Estas series reabren la brecha de lo que fue en los años 40's y 60's, un negocio redituable.

Comparando la captación del público de las radionovelas que se encuentran al aire, se eligió la emisora XEW y las radionovelas: Amarga ciudad y Violeta, transmitidas en un horario de 11:00 a 11:30 horas y de 11:30 a 12:00 horas respectivamente, de lunes a viernes. Estas seleccionadas por su alto rating en los meses de marzo y abril de 1992. (1) Como a continuación se muestra:

CD. MEXICO
XEW

EL MEDIÓMETRO-RADIO
RATING DE PERSONAS

TABLA 1
GLOBAL
LUNES-VIERNES
6-24 HRS.

AÑO	MES	11:00	12:00
		12:00	13:00
1991	DICIEMBRE	.61	.50
1992	ENERO	.33	.62
	FEBRERO	.97	.72
	MARZO	.76	.56
	ABRIL	.61	.54
	MAYO	.69	.51

En dichas radionovelas se buscarán las pautas de conducta que contienen, y estas se conocerán a través de la técnica de análisis

1. Mediómetro del Instituto Nacional de Radio Anunciantes (INRA), tabla global No. 1, rating de personas, de lunes a viernes, de 6 a 24 horas, meses: enero a mayo de 1992. Además este aspecto fue confirmado con el Coordinador de radionovelas Laura Alvarado, en entrevista, 25 de agosto de 1992.

de contenido propuesta por Berelson, para que surja el mensaje manifiesto y conocer así la intencionalidad de este género.

El análisis de contenido se aplicó al material grabado durante la semana del 11 al 15 de mayo del corriente, de manera aleatoria. Se utilizó el material que crea el emisor, pues a partir de él, se logra nuestro objetivo, sin necesidad de recurrir a las respuestas que pudieran proporcionarnos los receptores.

Lo anterior no nos limita a que el análisis de contenido se complemente con la entrevista, para obtener otro punto de vista en la investigación.

En este trabajo, de acuerdo a las acciones que transcurrirán en la trama, se conocerán las pautas de conducta contenidas en cada radionovela. Cuantificando las veces que aparecen con su respectivo tiempo de transmisión.

También se delimitaron los indicadores que como se dijo se obtendrán del argumento, para no caer en subjetividades y cumplir el objetivo de investigación. Por lo que no nos interesan las características propias de cada personaje (físicas y psicológicas), sino su conducta. Por ende no se registrarán los nombres de cada actor.

3.1.1 De los conceptos al trabajo.

Como ya se mencionó la técnica de análisis de contenido que utilizaremos en el presente apartado es la de Bernard Berelson, quien define a esta como: "la técnica de investigación que sirve para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación." (2) Misma que será

-
2. Selección de lecturas del Centro de Estudios Interdisciplinarios de Apoyo a la Docencia, ENEP Acatlán, Análisis de contenido, p. 3.

una herramienta útil para alcanzar nuestros objetivos.

En esta definición podemos observar que el análisis de contenido requiere de la cuantificación. Para ello se utilizan subdivisiones estandarizadas como son: la unidad de registro y unidad de contexto.

La unidad de registro es la porción más completa del contenido dentro de la cual se cuantifica la aparición de una referencia (aparición única de un elemento del contenido). (3)

En nuestro caso, la unidad de registro es la secuencia que definimos como: "el conjunto de acciones que ocurren dentro de la trama de una dramatización radiofónica, con un grupo de personajes, antes de pasar a otro orden de acontecimientos." (4) Para fines didácticos en nuestro estudio ubicaremos el inicio de la secuencia, donde comienza el capítulo o en su defecto donde le precede la anterior. Y el final, antes de cada corte comercial o en ocasiones cuando existe una transición musical, pero siempre bajo el criterio antes descrito.

Otras unidades de registro utilizadas son: la palabra o frases aisladas cuya unidad es la más pequeña y es idéntica al símbolo o unidad del símbolo. Donde se obtendrá una lista de frecuencias relativas de palabras seleccionadas de acuerdo al contenido manifiesto, que indique pautas de conducta en las radionovelas que se analizarán.

El tema que es la más amplia del análisis, se expresa a través de una oración simple o sea: sujeto-predicado. En nuestro tema es

3. Ibidem, p. 73.

4. Cabe aclarar que la definición que aquí se presentó se traslapa del cine a la radio. También se encontró otro concepto de secuencia en el libro de: Kennet, Cobelt, Técnicas de televisión educativa, p. 36.

la pauta de conducta manifestada por medio de una afirmación acerca de un asunto determinado.

Las medidas de espacio-tiempo son las divisiones físicas que se contienen en el medio trabajado. En el estudio será la grabación de cinco capítulos de cada radionovela, transmitidas del 11 al 15 de mayo de 1992, con un tiempo aproximado de 200 minutos en ambas radionovelas.

La unidad de contexto para nosotros es el capítulo, es decir la porción más grande del contenido que se pueda analizar para caracterizarla. En esta unidad contiene las secuencias y estas a su vez, las pautas de conducta que representarán la intencionalidad de las radionovelas analizadas.

Respecto a las categorías de análisis que propone Berelson, nosotros seleccionamos las que se requerirán en nuestro estudio, que son:

El asunto: responde a la pregunta ¿De qué se trata el tema? y para nuestro estudio será útil, pues, para definir las pautas de conducta nos formularemos este cuestionamiento, de acuerdo a los comportamientos que aparezcan en las radionovelas Amarra ciudad y Violeta.

La pauta es un comportamiento más o menos constante. En nuestro caso, a través de éste se determinarán los parámetros que los actores tienen para ejecutar o no una acción.

Estas son las categorías y unidades de contenido que se utilizarán en nuestro trabajo de investigación.

Cabe especificar, que en las grabaciones de las radionovelas se unifican los componentes esenciales de las escenificaciones radiofónicas: el diálogo, la música y los efectos, los cuales,

para fines de identificar las pautas de conducta se tomarán en cuenta de manera conjunta y no independiente.

3.1.2 Las pautas de conducta.

Una vez determinadas las unidades de registro y categorías que se utilizarán en nuestro análisis, procederemos a concretar el estudio del caso, enfocándonos a las pautas de conducta.

A lo largo del escrito nos hemos referido a pautas de conducta, como aquel comportamiento que se buscará en el mensaje transmitido por el emisor, que llega a los receptores y que los primeros crean a partir de estereotipos propios de la sociedad, para darles un tratamiento en el que se encaucen conductas.

Estas pautas de conducta están relacionadas con la moral que es: "un conjunto de normas aceptadas libre y conscientemente, que regulan la conducta individual y social del hombre." (5)

Estas pueden ser adoptadas o no, por el individuo. A su vez se dividen en normativas y fácticas.

Las primeras están "constituidas por las normas o reglas de acción e imperativos que enuncian algo que debe ser." (6) Y las segundas conformadas por ciertos actos humanos que se dan altruistamente. Ambas pueden ser calificadas de buenas o malas por la sociedad.

Sobre esta base se inferirán las pautas definidas en nuestro trabajo, sin calificar el comportamiento de bueno o malo, para no caer en subjetividades.

5. Sánchez, *Ética*, p. 49.

6. idem.

3.2. Arribando a la Amarga ciudad.

Para iniciar la presentación del caso es necesario exponer la ficha de datos, de la primera radionovela.

EMISORA: XEW La voz de la América Latina.

RADIONOVELA: Amarga ciudad.

HORARIO DE TRANSMISION: De lunes a viernes
De 11:00 a 11:30 horas.

CAPITULOS GRABADOS: Del 56 al 60.

TRANSMITIDOS: Del 11 al 15 de mayo de 1992.

Amarga ciudad:

El apasionante retrato de una familia, que abandonó su lugar de origen en busca de una oportunidad para sobrevivir. Y sólo encontró desdichas, sufrimientos y una: Amarga ciudad.

Con las actuaciones estelares de:

Hermila Barragón interpretando a Carmen.

Humberto Espinoza en el papel de Don Pancho.

René García caracterizando a Francisco.

María Fernanda Morales como Toña.

(Los actores participantes variaban según el capítulo, por lo que anotamos los principales)

Historia original: de Isabel Rodríguez.

Amarga ciudad:

Una lucha diaria por sobrevivir, una esperanza que se resiste a la muerte, un espejismo de penurias y tragedia.

Dirección: Esteban Siller.

Música original: Alberto Torres G.

Edición literaria: Carmen Muñoz de Crote.

Operación técnica: Rubén Rojas, Jorge Gavira
y Jorge Larín.

Asistente de producción: Marín Cervantes L.

Coordinación general: Lauro Alvarado.

Producida en: Grupo Radiópolis.

DURACION: 30 minutos.

SINOPSIS:

Amarra ciudad, relata la historia de una familia provinciana que viene a la ciudad a probar fortuna.

Francisco el padre de familia, trabaja en la central de abastos, para mantener a sus hijos; dos hombres y dos mujeres, además de su esposa doña Carmen quien vive siempre añorando regresar a su rancho.

Uno de los varones, que lleva el nombre de su padre estudia leyes en la Universidad, y en sus ratos libres se dedica al boxeo, teniendo aptitudes para esta actividad.

Las otras dos hermanas: Chelo y Pascuala inician su actividad de domésticas en algunas casas ricas, no teniendo tanta fortuna como su hermano, pues la más chica, Chelo, es violada por el patrón. Un joven hijo de familia, que tiempo después quedara liciado de por vida a causa de un accidente en motocicleta.

Después de pasar difíciles problemas psicológicos Chelo regresa a su pueblo para casarse con su novio, que la comprende en su problema.

Panchó, el hijo, hace fortuna en el boxeo y saca a su familia de la pobreza, para regresar a su rancho y vivir con su familia y con Antonia, el amor de su vida.

3.2.1 La delimitación de las pautas.

Las pautas de conducta encontradas a lo largo del análisis de contenido de la radionovela Amarra ciudad, fueron determinadas a través de las siguientes definiciones, que surgieron de la observación en la trama.

Aclaración: comportamiento que despeja incógnita.

Amabilidad: comportamiento en el que se utilice cortesía o se sigan las normas de urbanidad.

Amenaza: conducta donde se advierta e intimida a una persona, para que lleve a cabo una acción.

Anhelo: conducta que indica la aspiración a una meta.

Ansiedad: conducta en la que se expresa ansia por algún asunto.

Antipatía: acción que indica aversión hacia alguna persona, cosa o asunto.

Añoranza: comportamiento que expresa melancolía o nostalgia por la ausencia de una persona o cosa.

Apego a las tradiciones: conducta que manifiesta costumbres de generaciones.

Arrepentimiento: conducta en la que se manifiesta pesar de haber hecho algo.

Arrogancia: comportamiento que se realiza con altivez.

Benevolencia: conducta en la que se expresa simpatía o buena voluntad hacia las personas.

Cautela: conducta en la que se toman reservas para actuar.

Cinismo: comportamiento en el que se actúa con descaro.

Codependencia: comportamiento en el que se está subordinado a la resolución de otra persona.

Compasión: conducta que indica lástima por la desgracia o mal que otra persona padece.

Comprensión: comportamiento en el que se expresa una actitud condescendiente.

Confianza: acción en la que una persona informa a otra acerca de un asunto delicado o secreto.

Conformismo: comportamiento que indica el seguir en una misma situación sin mutarse.

Conjetura: comportamiento en el que se forman juicios probables fundados en indicios o apariencias.

Consejo: conducta en la que indica exhortación a realizar una acción que se perfila dentro de una normatividad. !

Chantaje: comportamiento que explote un secreto ajeno con amenaza de divulgarlo.

Desilusión: conducta en la que se conozca el engaño a través de una amarga experiencia.

Duda: comportamiento en el que se cuestiona un hecho en el que se está en ascuas.

Enjuiciamiento: comportamiento en el que se juzga una acción.

Enseñanza: conducta en la que una persona instruya a otra.

Esperanza: conducta que expresa el deseo que llegue o exista una mejora en algo.

Fe: conducta que se base en los dogmas de la religión.

Fidelidad: acción que indica nobleza o lealtad de una persona a otra.

Generosidad: conducta que obre sin interés

Halago: conducta en la que se adula a una persona.

Incredulidad: conducta en la que se niega la creencia de algo.

Indignación: comportamiento que provoca ira.

Ingenuidad: comportamiento que expresa candidez.

Interés: conducta que inclina el ánimo de una persona hacia otra persona o cosa.

Maldad: acción que sea mal intencionada de una persona a otra.

Optimismo: comportamiento que juzga las cosas en su aspecto más favorable.

Orgullo: acción que expresa satisfacción personal.

Persuasión: comportamiento que induce a realizar una acción.

Pesimismo: comportamiento que juzga las cosas en su aspecto menos favorable.

Poder: comportamiento en el que una persona ejerce su dominio sobre los hechos.

Preocupación: conducta en la que se muestra una inquietud hacia algo o alguien.

Presunción: comportamiento en que se jacta de algo.

Recato sentimental: conducta que reprime sentimientos de una persona a otra.

Recomendación: comportamiento donde se ruega tener cuidado en algún asunto.

Reflexión: comportamiento en el que se medita una situación.

Reproche: comportamiento en el que se recrimina o se hecha en cara algo a alguien.

Resignación: conducta que indica renunciación a una persona, cosa o hecho.

Resolución: acción en la que el actor toma una determinación.

Sinceridad: conducta de una persona que expresa franqueza hacia otra persona.

Subestima personal: acción que indica conmiseración.

Tolerancia: comportamiento que se acepta con paciencia o disimulo.

En las siguientes tablas se exponen las pautas de conducta manifestadas en la radionovela Amarra ciudad, transmitida de 11:00 a 11:30 horas de lunes a viernes por XEW.

CAPITULO 56

Transmitido el 11 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIE MPO
-¿Ahora ya lo sabes? ¡Hay, no hijo! ¿No me digas que te gusta la señorita Silvia? ¡Oyes, sería muy feo que te enamoraras de la novia del doctor! Pos sí que eso estaría muy mal.	Recato sentimental	17seg.
-Queridos hermanos, nos hemos reunido aquí para celebrar el bautizo de este niño que al recibir el sacramento se integra a la familia de Dios. Y una vez que tus padrinos han hecho la promesa de velar por tu formación religiosa y moral, yo te bautizo Angel, en el nombre del Padre y del hijo y del Espíritu Santo ¡Amén!	Fe	26''
-¡Bolo! ¡Bolo! -¡Andale Pancho! ¡Dales el bolo! ¡Tú eres el padrino! A ti te toca saltar la "centaviza".	Apego a las tradiciones	10''
-Mira, Toña, para ti mandé grabar un bolo especial. Es una onza de plata con el nombre del niño y la fecha de su bautizo ¿Te gusta?	Generosidad	7''
-¿Cuándo? Todas las veces que te he dicho que te quiero y tú, ¿pos, ni en cuenta!	Sinceridad	5''
-Te oí cuando le decías a tu mamá que te estabas enamorando de la señorita Silvia. ¿Me oíste? ¿Cuándo? El otro día, iba a entrar a tu casa, justo cuando le estabas diciendo a doña Car que la novia del doctor Héctor era la mujer con la que tu soñabas.	Desilusión	18''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-No Toña, al que deberías darle vergüenza es a mí. Tú me oíste decir locuras ¿A quién se le ocurre pensar que un hombre como yo pudiera aspirar al amor de una mujer de posición mucho más elevada que la mía...	Resignación	12''
-No, Toña. Uno debe saber darse su lugar. Decir que me había enamorado de la señorita Silvia fue una estupidez. ¿Yo sí que hice el ridículo!	Resignación	10''
-¡Pues eres muy afortunada! Yo nada más he tenido "deslumbramientos" que con la reflexión se desvanecen sin que dejen ninguna huella ¿Comprendes? Hasta ahora sólo he tenido "espejismos".	Resignación	15''
-¡Tienes razón! Perdóname Sólo quiero decirte que si algún día me enamoro, ¡será de ti!	Sinceridad	7''
-...¡Bájate del coche! Ya no vendré más por aquí, no sea que alguien pueda reconocerme y sospechar algo.	Cautela	6''
-¡De acuerdo, señor! pero, pa' mayor "seguridad" de que el trabajo va a salir bien, pus quiero que me adelante la "mitá" de lo que me ofreció. ¡Bien! Te daré eso y más, pero asegúrame que no me fallarás.	Interés	14''
-¡Nos vemos, socia! ¡No sabes en la que te has metido! Yo me vengaré en el chavito y tú serás la responsable.	Maldad	14''
-¡Híjole, Pancho! No quedó nada de lo que compraste pa' la fiesta, ¡ni un "changois"! ¡ni un refresco! ¡Bueno, ni un cachito de pastel! ¡Todos los vecinos se aprovecharon de la gorra y se pusieron bien "bombos" comiendo hasta reventar!	Generosidad	20''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Hay, no Pancho! Sólo que pensaba que si esto fue con el "recogidito", ¿pues, que no harás con tu verdadero sobrino "ora" que nazca?	Generosidad	15''
-...¿De todos modos ya decidí que nos vamos de este barrio! Mientras encontramos una casa a tu gusto, mamá ¡Nos cambiamos a un departamento!	Resolución	7''
-¡Hay! Pues, si quieres que viva en una casa a mi gusto. ¡Regrésame a mi rancho, hijo! Desde que vivimos aquí siento el corazón oprimido, con una angustia que no me deja. ¡Hay, Dios mío! ¡Nunca debimos salir del rancho! ¡Nunca!	Arrepentimiento	20''
-Quiero que te sientas como en tu casa, Toña, porque además de ser tu maestra, deseo que seamos amigas, y entre las amigas hay confianza y naturalidad, ¿no?	Sinceridad	12''
-...¡Es que soy "re" burra! Siento que las otras chavas me miran con burla y a mis espaldas se ríen de mí.	Subestima personal	7''
-No, Toña, todo lo haremos al mismo tiempo, así podrás avanzar más rápido. ¡Acuérdate de que urge que te pongas a la altura de Pancho!	Consejo	9''
-Que es un muchacho muy agradable, ¡muy guapo! Y sobre todo, que es digno de admiración por el empeño que ha puesto en cultivarse. ¡Es maravillosa la forma en que ha transformado su personalidad y su vida! ¡Nadie diría que es de origen campesino!	Benevolencia	16''
-Para empezar, ya no digas: "uste", se dice "usted". Te voy a ir corrigiendo cada palabra que digas mal y la repetiremos muchas veces hasta que no se te olvide cómo debe pronunciarse.	Enseñanza	10''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¿Usted, cambiaría al doctor Héctor por otro chavo?	Fidelidad	10''
-¿A qué viene esa pregunta? ¡Claro que no! Dentro de poco, Héctor y yo nos casaremos.		
-No, no Toña. Además de corazón, Dios nos dio cabeza. ¡Esa es otra lección que debes aprender! Nunca te dejes llevar por sentimientos que vayan en contra de la moral y de la prudencia. ¡Eso es malo y peligroso!	Consejo	14''
-En una palabra: que no te dejes arrastrar por una "pasión"	Consejo	15''
¿Y qué es una pasión? Pues...La pasión, casi siempre, es un sentimiento desordenado o, por lo menos impulsivo, que no nos deja pensar con claridad.		
-Poco a poco irás entendiendo y aprendiendo a controlar tus sentimientos. Entonces, ¿eso de la pasión es malo?	Consejo	17''
No, si la mantenemos sujeta al entendimiento. Por ejemplo, cuando uno se enamora, el amor y la pasión se complementan. ¿Ahora sí me entendiste?		
-...¡Ah! y no se dice "pos" sino "pues"	Enseñanza	18''
¡A ver, repítelo!		
Pues...pues...pues...		
-¡Eso es, Toña! Pues, pues...pues...		
-No, no sólo vine a dejarte un donativo que me dio una señora. Especificó que era para el dispensario, así que aquí lo tienes, Silvia.	Generosidad	13''
¡Que bueno, padre! Estamos un poco escasos de algunas medicinas ¡Con este dinero las compraremos!		
-¿Lo ves? Dios nos va dando lo necesario, igual que a la gente que pastoreaba Moisés: conforme a la necesidad de cada día. Como el maná del Cielo ¡Nada que falte, pero que tampoco sobre!	Fa	12''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Con ese "usted" casi dudé de que fuera ella!	Halago	13''
-¡Toña es una linda muchacha! ¡Y muy lista! Cuando le hago alguna corrección la capta inmediatamente y rara vez vuelve a cometer esa falta. ¡Aprenderá muy pronto!		
-...creo que esto que te pasa es sólo una trampa de los sentidos y lo mejor será que no le hagas caso. Déjalo pasar y verás cómo se desvanece.	Consejo	8''
-¡No, no lo hagas! Cuanto más lo pienses más se ahondará tu confusión. ¡Olvidalo! ¡Olvídate! y pronto recobrarás la calma.	Consejo	8''
-¡Bueno! Igual no está. Se ha adelgazado mucho. Aquellos músculos de atleta se están haciendo flácidos y secos. ¡Pobre de nuestro hijo! ¡Más le valía haberse muerto!	Compasión	16''
-¡No vuelvas a decir eso, Guillermo! La ciencia avanza cada día y tal vez pronto descubran algo que pueda devolver la vida al cerebro de Raúl.	Esperanza	10''
-...Los médicos dicen que ni ves, ni oyes, ni entiendes, pero ¿cómo pueden asegurar tal cosa?...	Esperanza	7''
-¡Es que "usted" es "muy" mujer, Doña Carmen! ¿Se fijó? ¡Ya dije "usted" y "muy" en lugar de "usté" y "re" o "rete"!	Orgullo	10''
-Si quiere, "señito" ¡Ah! porque eso de "señito" no me gustaría cambiarlo, porque "para" mi es señal de cariño ¿No "cree" "usted"?	Benevolencia	9''
-¡Ah sí!, que si quiere, yo le puedo pasar las "clasesitas" y así nos vamos puliendo las dos.	Persuasión	5''
-¡Ah! ¡No, m'hija! ¡Uy! Ya estoy muy vieja pa' cambiar. ¡Imagínate, si a estas alturas me voy a poner a aprender a hablar! ¡No!	Conformismo	8''

CAPITULO 57

Transmitido el 12 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Pero, cómo que el niño ha desaparecido! ¡No es posible!	Incredulidad	12''
-¡Mire, doña Carmen! ¡La cunita está vacía y ni modo que el niño se haya salido! ¡Alguien lo sacó de la casa!		
-Pero, ¿quién Toña? Nada más estábamos el niño y yo, No están ni Pancho, ni Francisco, ni Pascuala, ¡ni nadie! ¿Quién pudo sacarlo?	Duda	9''
-¡Es que al bebé no se lo llevaron de paseo, "señito"! ¡Alguien se lo robó!	Conjetura	4''
-¿Pero quién iba a querer llevarse a Angelito? ¿Y, porqué?	Duda	3''
-¡No se preocupe, "doñita"! ¡Orita mismo me voy corriendo al gimnasio a buscar a Pancho! ¡El sabrá que hacer!	Codependencia	10''
-¡Sí, hija, córrrele! ¡Dile a Pancho que se venga luego!		
-¡Que raro! ¿Quién podría tener interés en robárselo?	Duda	3''
-¡Pos sí! ¡A lo mejor los papás del chavito se arrepintieron de tirarlo en el basurero y decidieron regresar por él! ¿No?	Conjetura	7''
-No, no creo que eso haya sucedido. Quién tira a un niño en un basurero no puede tener corazón para arrepentirse. El que hace algo así, es un ser inhumano y perverso. ¡No creo que el que haya tirado al niño ahora trate de recuperarlo!	Enjuiciamiento	14''
-¡Oh! ¡Shh! ¿oiga? es "uste" muy desconfiada, seño. Pa' que va, va lo haremos como usted quiera. ¿No? Nada más no se olvide de traerme la lana ¿eh? ¡En efectivo, nada de cheques! ¡Ora! Fíjese bien en los datos que le voy a dar: mire se viene por la calzada esta...	Interés	21''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
<p>-...Con todo lo que me contaron, Carmen, yo creo que el infierno no está en otro lado sino aquí. ¡Este mundo es el infierno, vieja!</p>	Fe	34''
<p>- ¡Jesús, María y José! Pancho, no digas eso ¿Por qué íbamos nosotros a estar en el infierno?</p>		
<p>- ¡Bueno! Pos, a lo mejor no es el infierno, pero sí el purgatorio, porque de que hay mala gente, ¡vaya que la hay! y de que nos estén "fregando" a los que no somos tan malo, ¡pos también!</p>		
<p>- Nada, mamá, Hilario, Fabián y yo anduvimos por toda la colonia preguntando a los vecinos si habían visto a alguien con el niño, o si nos podían dar algún dato que nos orientara para buscar a Angelito pero no, nadie vio nada sospechoso.</p>	Esperanza	12''
<p>- Es cierto, papá. Lo que pasa es que uno nunca pierde la esperanza de recuperar lo perdido. Lo que le decía a tu papá es que espero que Angelito esté bien. Que donde lo tengan esté mejor que con nosotros.</p>	Esperanza	13''
<p>- He estado pensando mucho en el robo del bebé. ¡No entiendo por qué se lo llevaron! ¡Ese secuestro no tiene explicación! ¿Por qué precisamente se iban a llevar a Angelito? ¡No lo entiendo! ¡No lo entiendo!</p>	Duda	17''
<p>- ¡"Quiubas", ¡meche! ¡Ora! si vengo a visitarte a lo grande! Deja por esta noche el changarro éste y vamos a divertirnos a un lugar "popis" ¿no? ¡Aunque nos cueste, mi reina! Traigo harta "lana" pa'darnos ese gusto.</p>	Presunción	16''
<p>- ¡"Aí" tienes! Mejor no andes indagando y vámonos a gastar parte de esta lanita en un lugar bonito. Digo parte, porque por mucho que nos gastemos me va a sobrar "lana" ¿no crees?</p>	Presunción	12''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Estoy feliz! No sólo por el dinero que me gané, sino porque además, alguien "que yo me sé". Ha de estar haciendo un berrinche loco.	Cinismo	12''
-¡Contéstame, Chava! ¿Le hiciste algo a Pancho? ¡Ah qué Meche! ¿"Pos" qué Pancho es mi único enemigo? ¡Buena! N, no sé. ¿Tú tienes muchos enemigos?	Duda	12''
-...pero eso de "peinar" las calles sin resultados, pues si es "rete gacho" aun que, bueno y ¡diganme! ¿Qué es lo que esperamos encontrar? Nada, Hilario. Tienes razón: ¿qué es lo que esperamos encontrar?	Resignación	13''
-¡Es cierto, Hilario! ¡Seguro que ya tenían planeado llevarse al niño, porque quien se lo robó sabía bien que doña Carmen se salía a lavar cuando lo dejaba dormidito.	Conjetura	10''
-¿Por qué iban a secuestrar a un niño desconocido que dejaron casi enterrado en un montón de basura?	Duda	5''
-¡Toña, se me hace que ésta sabe algo! ¡Ven! ¡Vamos a dejarlos pa' que hablen a gusto!	Conjetura	6''
-...¿Pero cómo van las cosas ahora? ¿No te ha vuelto a molestar el Chava? ¿Salvador? ¡No! ¿Por qué me lo preguntas?	Duda	10''
-¡Es que Chava es bien maldito! Y, y no me gustaría que te pasara algo malo ¡Creémelo! ¡Yo soy tu amiga!	Sinceridad	10''
-Entiendo, entiendo. No se puede hacer amistad con una mujer como yo. A ti mismo se te hace imposible que sólo te quiera como amigo, aunque no lo creas, así es. Tu me hacías sentir como una mujer decente, no como una perdida...	Sinceridad	17''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Perdóname, Meche. Sé que eres una buena mujer. No debé acabar nuestra amistad sólo por lo que pensarán los demás. ¡Me porté como un niño sin criterio propio! ¡Perdóname!	Arrepentimiento	13''
-No tengo nada que perdonarte, Pancho. Hiciste bien en alejarte de mí, pero quería verte para decirte que te cuides. ¡No sé qué pretende hacer el Chava! ¡Te odia de verdad y ese odio ya se le volvió una obsesión! ¡Cuidate de él, Pancho! ¡Por favor!	Recomendación	19''
-¡No sé lo que te ha sucedido, pero ten la seguridad de que si es algo malo, el culpable es Chava! ¡Creémelo, Pancho! ¡Creémelo!	Conjetura	10''
-¡Yo me encargaré de que en este niño vuelvas a vivir! Te llevaré a Suiza, a Francia, a Inglaterra. ¡A dónde sea! ¡Aquí está tu hijo y en él vivirás!	Esperanza	14''
-...¡No quiero que te pares por aquí! ¡Lárgate! ¡Y que no se te ocurra volver a buscarme!	Antipatía	5''
-¡Mira, Salvador! Entiende que no quiero que vuelvas por aquí ni me hagas escandalitos. ¡No soy tonta, ni pienso dejarme chantajear. Lo que te pagué porque me trajeras al niño fue más que suficiente. Ahora ¡lárgate!	Indignación	15''
-¡Momento, momento! ¡A usted no le conviene ponerse al brinco! ¡Lo que usted y yo hicimos fue un secuestro y eso se paga muy caro! Imagínese ¡Una "señora" de su categoría metida en un delito "bien gor-do"!	Chantaje	16''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Pos, si seño, pero pa' mi no será ninguna "noveda" caer en la cárcel. ¡Eso a mí se me resbala! ¡En cambio a usted!	Cinismo	7''
-¡Desgraciado! ¡Infeliz! ¿Qué es lo que pretendes?	Indignación	6''
-Sólo entiende que ésta será la única y última vez que me chantajeas. Así como me valí de ti, me puedo valer de otro para que acabe contigo ¿Lo oyes? ¡Yo también sé deshacerme de quien me estorba!	Amenaza	16''

CAPITULO 58

Transmitido el 13 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¿Y a mí qué me importa! lo que platicues con ella?	Indignación	3''
-¿Qué, te dijo dónde está Angelito? No, precisamente, aunque me preguntó si me pasaba algo malo. No mencioné para nada al niño sin embargo ella me dijo que todo lo malo que me pasara, era por culpa del Chava. ¿No se te hace que eso es muy significativo?	Conjetura	15''
-¡Te equivocas! Meche es una buena mujer. Es una persona de buenos sentimientos aunque. ¡No sé! Tal vez la mala suerte la ha llevado a donde está.	Benevolencia	10''
-¡No te hagas, Pancho! ¡Yo te he dicho muchas veces que te quiero! ¿Pa'qué? ¿Para qué te haces el humildé?	Sinceridad	7''
-Pues lo que te decía, Meche es una buena amiga -nada más amiga-, que de alguna forma me quiso dar a entender que en el robo de Angelito, Salvador está mezclado.	Conjetura	11''
-La razón es que me odia, Toña, y hasta por "juego" pudo haber cometido la infamia de quitarnos al bebé. Para hacernos un mal a mí y a mi familia ¡Nada más por eso!	Conjetura	11''
-¡Con que salió güerito! ¡Ni modo! Hubiera preferido que fuera prietito, como nosotros ¡ah! ¡pero es lo de menos! ¡A esa criatura la quiero como si fuera mía, nomás por que sé que es de Chelo! ¡Pobrecita! La voy a ayudar pa'que también ella quiera a nuestro Tomasito.	Generosidad	28''
-¿A dónde irán eso dos? ¡Y parecen muy contentos! ¡Desgraciado, Pancho! ¿Pos qué no le haría mella el robo de su sobrino? ¡Chale!	Antipatía	12''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
- ¡Bendito sea Dios! ¡Tras de las penas vienen las alegrías!	Optimismo	0''
- ¿Lo ve, doña Carmen? ¡A ver si así se le quita lo achicopalada!		
- ¡Hay! Lo del nacimiento del niño de Chelo me da mucho gusto, aunque no dejo de pensar en Angelito. ¡Ese niño ya se me había metido en el corazón!	Añoranza	12''
- Pues sí, mamá, ¡lo comprendo! Pero piensa que después de todo, ese niño no era nada nuestro. ¡Claro que lo ibamos a querer como si lo fuera! ¡No sé! ¡Podemos hacer tantas conjeturas sobre su desaparición!	Resignación	17''
- ...Imaginar por qué se lo llevaron. Tal vez de verdad fue su madre quien lo quiso recuperar. Tal vez -como dijo mi mamá-, está en mejores manos que las nuestras. ¡Quién sabe!	Conjetura	12''
- ¡Hay! Quisiera saber de él. Me quedaría más tranquila sabiendo que Angelito está bien, que lo quieren, que lo cuidan.	Añoranza	9''
- ¡Ya no se haga mala sangre, doña Carmen! Si se llevaron al chavito no ha de haber sido pa' volverlo a tirar. ¡Piense que está bien y goce la alegría de saber que ya es abuela de a "devis".	Resignación	17''
- ¡Sí, mamá! Hilario dice bien. ¡Alégrate de saber que ya nació el bebé de Chelo!		
- ¡Vi que también el Pancho se miraba muy contento, eh! ¿por qué?	Duda	3''
- ¿Oye, qué? En serio, dime: ¿por qué iba tan contento, Francisco? Por "ai" oí que en su casa habían tenido una pena o algo así. "Quesque" porque se robaron al escuinle de Chelo. ¿No? ¿Que ya lo encontraron?	Duda	12''

INDICADORES	PRUTA	TIEMPO
-¡No! ¡Nomás me preguntó que por qué andamos tan contentos! ¡Oyelo bien! ¡me dijo que se le hacía raro que tú anduvieras tan contento porque había oído decir que tú y tu familia estaban muy achicopados, que se, porque les habían robado al niño de Chelo!	Conjetura	17''
-¡Si, manito! ¿Te das cuenta? ¡El comentario del Chava aclára todo! ¡El fue el que se robó al chavito!	Conjetura	10''
-¡Ah, no! Pero tenemos que estar seguros.		
-¡Chelo! ¡Por eso se lo robó! ¡Para perjudicarme! ¡Para vengarse haciéndonos daño a mi familia y a mí! ¡maldito!	Antipatía	10''
-...es que nomás vine a decirle a Pancho que mañana también voy a madrugar pa'acompañarlo a correr. Acuérdate, Pancho, no vayas a entrenar sin que yo te acompañe. ¡Eh! ¡por aquello de que más vale que nos cuidemos uno al otro!	Cautela	22''
-¡Qué bien me "caí" este muchacho! Desde que llegamos, él y doña Lola siempre nos han ayudado. ¡Bendito sea Dios que tenemos buenos vecinos!	Benevolencia	11''
-¡No le digas a nadie que el niño de Chelo ya nació!	Cautela	2''
-¡No!, pero mucha gente de aquí está en la creencia de que Angelito es mi sobrino, el hijo de Chelo, y que lo teníamos aquí porque ella quedó delicada y no podía cuidarlo en el rancho. Es preferible que lo sigan creyendo hasta que el niño aparezca	Cautela	13''
-El mismo Salvador se echo de cabeza. Le dijo a Hilario que sabía que se habían robado al hijo de Chelo, es decir: que él cree que Angelito es mi sobrino.	Conjetura	9''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Seguro que el muy maldito quiso hacer nos un mal grande a mi familia ¡Pero te juro, Toña que ahora si ese desgraciado me la va a pagar! ¡Ya se me acabó la paciencia! ¡Si es verdad lo que suprimos, Salvador la va a pagar cara! ¡Muy cara!	Antipatía	21''

CAPITULO 59

Transmitido el 14 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Desafortunadamente igual, pero sigo sin perder la esperanza de que mi hijo se recupere. ¡Yo pienso que algún día sanará!	Esperanza	8''
-¡Claro, Beatriz! ¡Ten fe! Hay que seguir pidiéndole a Dios con perseverancia y humildad.	Fe	8''
-¡Pídale tú, Emma! Tal vez tu tengas esas cualidades de las que yo carezco. ¡Yo siempre he sido muy impaciente y arrebatada! ¡Ya me conoces!	Incredulidad	8''
-Pues sí, Beti, pero para pedir un milagro lo primero que se requiere es humildad.	Fe	6''
-¡Perfecto! Por el regreso no te preocupes, le diré al chofer que te lleva.	Amabilidad	4''
-¡Muy bien! ¡Prepárate para recibir una sorpresa!	Duda	16''
-¡Ay! ¿De qué se trata? ¿No me puedes adelantar algo?		
-¡No! Prefiero que tú lo veas con tus propios ojos.		
-¡Ya me intrigaste! ¡A ver, déjame adivinar! ¡déjame adivinar!		
-¡Ah! ¡Apuesto a que por fin conseguiste la esmeralda que perteneció a Cristina Onassis!	Presunción	11''
-¡Ay, no! ¡Esa me la ganaron en la subasta de Nueva York! No pude llegar a tiempo para adquirirla.		
-¡Sí! pero esa esmeralda es lo de menos. ¡Adquirí algo de muchísimo más valor!	Presunción	12''
-¿De más valor? ¡Ay, amiga cómo eres presumida!		
-Allá estaré, Beatriz. ¡Más intrigada no podías haberme dejado,	Duda	8''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡No, pues sí Fabián! Yo también pienso en doña Carmen. No creo que se sienta muy contenta teniendo por vecinos a gente. Pues...Así...Distinta a ella.	Subestima personal	11''
-¡"La mera nata", si Pancho! Tu jefecita se va a sentir bien acomplejada.	Subestima personal.	6''
-Pues, sí Hilario. Sin embargo, ¿te imaginas a don Pancho llegando de trabajar con su overol anaranjado lleno de mugre y teniendo que toparse con sus vecinos "trajiaditos" y limpiacitos? ¡Capaz que la hacen el "fuchi" y "rete" fuchi!	Compasión	16''
-¡No l'hagas, manito! Si nosotros mismos nos "ninguniamos" ¿por qué se nos espera? ¿No dices que quieres progresar?, entonces, ¿en qué consiste el progreso?	Recomendación	16''
-De acuerdo, Fabián. Tenemos que progresar. Pero no quiero que nadie desprecie a nuestros padres ni que los haga sentir mal.		
-¡Sí, es cierto! ¡Ya párenle! Yo conozco las razones de Pancho y no es justo, Tía, que lo "tildes" de presumido. Si hay alguien "buena onda" y nada despreciativo con los pobres, ¡ése es mi Pancho!	Benevolencia	13''
-¡Hablemos claro! Yo tengo una razón muy especial por la que quiero sacar a mi familia del barrio ¡La razón es Salvador!	Resolución	7''
-¡Claro que no, Fabián! ¡Es más! Sé que un día tendré que poner a Salvador en su lugar. No sé hasta dónde nos lleve ese enfrentamiento. Y precisamente por eso, no quiero exponer más a mi familia.	Cautela	11''
-¡Salvador es un maldito! El sabe que en lo personal no le tengo miedo, y por eso está atacando a mi familia. ¡Ya empezó por la parte más débil! ¡Por Angelito!	Antipatía	10''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Sí, Fabi...Pancho, Hilarin y yo estamos convencidos de que el Chava fue el que se robó al niño. -¿De veras? -Sí...Aunque no podemos hacer nada en contra de él hasta no tener pruebas.	Conjetura	12''
-¡No! Yo creo que están equivocados. El Chava atacaría a cualquiera de nosotros. ¿Pero, por qué al chavito que ni siquiera es de nuestra familia?	Ingenuidad	8''
-Así que por precaución más vale que la familia se cambie a cualquier otro lugar ¿Ya, agarras la onda, Fabi?	Resolución	7''
-¡Mira, Pancho, yo diría que mejor le busques una casita sola. En algún barrio no muy "popis".	Recomendación	8''
-Lo mejor sería que mis padres se regresaran al rancho. Lo he pensado mucho y no creo que mi mamá esté contenta en ningún otro lado.	Resolución	8''
-¡Eso es lo malo! Ni tú ni Pascuala, ni mi papá. ¡Nadie quiere regresar al rancho! ¿Que puedo hacer para protegerlos?	Duda	8''
-¡La única que suspira por salir de aquí es mi mamá! ¡Pobrecita! ¡Ella sí que volvería encantada a su rancho!	Benevolencia	9''
-¡Valgame Dios! Seguro que esta criatura es el producto de alguna de las últimas "gracias" de tu hijo. -Pues sí, Emma. Hay que reconocer que mi muchacho siempre fue "tremendo". Afortunadamente este niño salió fino, muy finito, parecido a él ¿No es cierto?	Tolerancia	10''
-Sí, ¿quién es la mamá? Una de las chicas de servicio que tuve. ¡Ni modo! ¡Así era Raulito!	Tolerancia	9''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¿Y la mamá te entregó al niño de buen grado? ¡Bueno!...¡Se lo compre!	Poder	6''
-Porque ya conoces como es la gente. Pagué un buen dinero por el bebé, pero ¿qué tal si la madre se arrepiente de habérmelo entregado y quiere recuperarlo? O peor tantito, ¿qué tal si me quiere chantajear? ¡No, Emma, más vale tomar ciertas precauciones!	Cautela	18''
-¡Por supuesto que no! ¡mi nieto será un García Torres! ¡Nada más que un García Torres! ¡De la madre nos olvidamos por completo!	Arrogancia	10''
-¡No entiendo como una mujer se puede desprender de su hijo! ¡La maternidad es el sentimiento más grande y noble que existe en la naturaleza humana!	Enjuiciamiento	13''
-¡Pues ya lo ves! ¡El dinero todo lo puede! -¡Bueno! De lo que no hay duda es de que contigo el niño salió ganando. Seguramente tú te encargarás de que no le falte nada. -¡Eso ni lo dudes!	Poder	16''
-Físicamente lo tendrá todo, Beatriz. Sin embargo, ¡por Dios!, más que bienes materiales dele una sólida educación moral y mucho amor. No te ofendas, amiga, sólo procura no cometer con este niño los mismos errores que cometistes al educar a Raúl. ¡Tu serías la primera en lamentarlo!	Consejo	23''
-¿Dye, podemos hablar un momento? -¡Claro, m'hijo! Vente "pa'ca, vente "pa'ca", pa'la sombrita.	Amabilidad	6''

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Quiero consultarte algo, papá. -¿Consultarme tú? ¡Ujula! ¡Pos ti tú ya eres el jefe de familia! -No, papá, el jefe eres tú y lo seguirás siendo siempre. ¡No, Pancho! El que gana más y "arrima" más centavos pa'l sostenimiento de la casa, jese es el que manda!	Independencia	21''
-Es que he estado buscando otra casa, o un departamento a donde cambiarnos; y Toña piensa que mi mamá se va a sentir muy incómoda viviendo en un rumbo con gente de mejor posición social que la nuestra. Y, pues yo también creo que ella nunca va a ser feliz aquí, en la ciudad.	Preocupación	17''
-¡Y por eso quieres "retacharnos" "pa'l rancho! ¿Por qué mejor nos dices que te estorbamos, Pancho? ¡Papá! ¿Como puedes decir eso? ¿Por qué iban a estorbarme? ¡Pos porque tú ya eres famoso! ¡Y más que te vasa hacer m'hijo! ¡Te avergüenzas de nosotros! ¿verdad?	Reproche	16''
-¡No, por Dios! ¡No es eso! ¡Es que quiero que ustedes sean felices y vivan tranquilos!	Benevolencia	5''
-¡De ti no depende nuestra "felicidad", Pancho! Cuando venimos a la capital yo quería que tú trabajaras y que entre los dos sacaríamos adelante a la familia, ¡pero siendo parejos! ¡Como debe de ser!	Reproche	14''
-¡Que no quiero que tú nos mantengas, Pancho! ¡Y menos quiero que la gente crea que estamos atendid@s a ti y que te explotamos! ¡Haz tu vida y deja que nosotros hagamos la nuestra!	Reproche	13''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Porque quiero que vivan tranquilos y contentos. ¡Yo sé que mi mamá anhela volver al rancho, pero no se puede ir ella sola!	Benevolencia	7''
-¡No, no. Pancho! Bien dijo doña Lola, que: el que "cai" aquí, "cai" como en el infierno del que jamás se sale. ¡Jamás!	Pesimismo	11''
-¿Y tu hermana y el bebé están bien? ¿Si-guen viviendo allá en los Estados Unidos?	Duda	4''
-...¡Afortunadamente -por lo que me dices- Chelo está a salvo de tanta maldad. ¡Qué bueno que se fue lejos porque si se ha quedado aquí, tal vez habría padecido más de lo que ya sufrió!	Compasión	13''
-...¿Qué nueva injusticia habrá cometido Beatriz? ¿Y qué debo hacer yo, Virgen Santa?	Preocupación	7''

CAPITULO 60

Transmitido el 15 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Bien! ¡Muy bien, Pancho! ¡Ahora sí ni haciendo trampa podrán ganarte!	Optimismo	21''
-¡Me siento muy bien, don Germán! ¡Yo también tengo confianza en que esta vez no habrá problemas!		
-¡La buena preparación es básica, muchacho! ¡Y tú le has metido ganas al entrenamiento!		
-Si usted ha puesto su confianza en mí, no puedo defraudarlo, señor.		
-Me gusta tu forma de pensar, Pancho, y te agradezco el esfuerzo que estás haciendo porque sé que problemas no te faltan.	Comprensión	9''
-Sí, no sé que tiene la capital que todos los provincianos que llegan a ella ya no desean volver a sus lugares de origen. ¡Por mal que les vaya aquí! ¡Ajá! Esa atracción es como la de una mala mujer, a la que no se puede abandonar por mucho que nos humille y nos maltrate.	Reflexión	18''
-...Y le diré a usted lo que ya le dije a Toña: Meche es una buena mujer y una amiga en quien confío.	Aclaración	6''
-Pues, ¡a lo mejor soy mal pensado, pero más vale que te cuides, Pancho! ¡Con ese tipo de mujeres nunca se sabe!	Consejo	8''
-No lo veo tan difícil, Pancho. Mira: ¡no metas a tu mamá en un departamento! ¡Se sentiría muy mal! Lejos del centro de la ciudad hay colonias formadas por casitas pequeñas, ¡no de lujo!, más bien modestas, pero casitas solas. ¡Cómprales una a tus padres para que vivan allí mientras!	Consejo	23''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
<p>-Mientras se regresan al rancho, Tus padres terminarán por volver a su tierra. Tu madre regresará contenta, como quien despierta de una pesadilla. Tu padre tal vez regrese desilusionado y finalmente ellos volverán al terruño, Panchito ¡Ellos Volverán!</p>	Conjetura	20''
<p>-A mí siempre me "urge" hablar contigo. ¡Ya lo sé, Héctor! Oye, necesito comunicarte algo que me preocupa. ¡Que me tiene intrigada!</p>	Ansiedad	8''
<p>-Y la señora González, después de pensar lo mucho, decidió comunicarme sus sospechas, ya que de otra manera no se explica de quién es ese niño que tiene Beatriz García Torres pues, obviamente, no es el bebé de Chelo. ¿Tú qué piensas, Héctor?</p>	Confianza	14''
<p>-¡No sé! ¡No sé! La única explicación posible es que se trate de otro hijo de Raúl. Suena cruel hablar mal de él, ahora que está: ¡Prácticamente muerto!</p> <p>-Sí, pero el muy sinvergüenza cometió demasiadas tropelías.</p> <p>-¿Quieres decir que ese bebé que tiene Beatriz es otro hijo de Raúl, aparte del que le "encaja" a Chelo?</p> <p>-¡Pues de que otra forma puede explicarse?</p> <p>-¿Y no se te hace una cosa extraña que el bebé adoptado por los Albor haya sido robado, secuestrado, o lo que sea?</p>	Conjetura	34''
<p>-Ya lo estoy viendo demasiado claro, Héctor! ¡Angelito fue robado por equivocación!</p>	Aclaración	4''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Cierto, Silvia! ¡Tienes razón! Desde que Beatriz supo que Raúl había seducido a Chelo y se enteró del embarazo de la muchacha, ha vivido con la obsesión de tener para sí a la criatura.	Conjetura	26''
-¡Exactamente! Está en la creencia de que Angelito es su nieto.		
-¡Claro! ¡Y le pagó a alguien para que lo robara de la casa de los Albor! Ella lo planeó todo. Ahora ¿quién sacó al bebé de la casa?		
-En medio de todo este perverso embrollo hay algo que me hace sentir aliviada. ¡Chelo y Tomás están bien y nadie les arrebatará a su hijo!	Optimismo	8''
-Entonces, ¿qué debemos hacer? ¿Quedarnos callados? ¿Ocultarles a los Albor el paradero del niño, aún sabiéndolo?	Duda	7''
-¡No sé, mi amor! Es un caso de conciencia ¿Por qué no le preguntamos al padre Javier qué es lo que debemos de hacer? Sí, sí ¡me parece bien! ¡Vamos directo a la iglesia!	Codependencia	10''
-¡Aquí llegan los delegados de la Divina Providencia! ¡Pasen, hijos! ¿Hay algún problema en el dispensario?	Amabilidad	6''
-No, padre Javier en el dispensario todo marcha bien. Venimos a hacerle una consulta, padre. Es que nos hemos enterado de algo terrible y no sabemos qué hacer. ¡Ustedes dirán!	Confianza	11''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
<p>-¡Por supuesto! ¡Sí! El primero fue abandonar a ese niño en un basurero, con la intención de que la criatura pereciera. El segundo fue robar al bebé de la casa de los Albor, que tan generosamente lo habían acogido. El tercero esconde al secuestrador, al que seguramente le pagaron mucho dinero por cometer el secuestro. Y el cuarto encubre a la autora intelectual. Una mujer muy poderosa que hará hasta lo imposible por conservar a la criatura en su poder. ¿Ustedes saben quién es ella?</p>	Conjetura	39''
<p>-Sí, padre. La Señora Beatriz García Torres. Ella fue la patrona de Consuelo Albor, la hija de Carmen, cuando la chica trabajó como sirvienta. ¿Lo recuerda?</p>	Compasión	8''
<p>-¡Claro! De ahí empezó la subida al "calvario" de esa buena familia. ¡Sí! ¡Ese fue el principio de su calvario!</p>	Preocupación	15''
<p>-¿Para qué quiere ir al gimnasio? Tienes que ayudarnos a proteger a Pancho, sobre todo ahora que está a punto de llevarse a cabo la pelea por el campeonato nacional. -Pues, ¡yo por Pancho haré lo que sea! Lo que no entiendo es, en qué forma podemos ayudarlo nosotras.</p>	Enjuiciamiento	13''
<p>-Las sospechas que teníamos acerca de quién robó a Angelito, las hemos confirmado. ¡Fue la señora Beatriz García Torres! -¡Ah vieja canija! ¡Ya decía yo que es esas visitas a la casa de doña Carmen no eran de balde!</p>	Conjetura	13''
<p>-Esa mujer tuvo que cometer su fechoría en complicidad con alguien, puesto que ella personalmente no sacó al niño de la casa. ¿Tú imaginas quién pudo ayudarla? -¡Claro, el Chava! ¿Pues quién otro?</p>		

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Bien, escúchame: la forma en que puede ayudar a Pancho es ocultándole todo lo que sabemos.	Resolución	6''
-¡Exacto! ¡Ese es el secreto que debemos guardar! ¡mientras se pueda!	Resolución	5''
-Entonces, ¿qué vamos a hacer nosotras, señorita Silvia?	Resolución	16''
-Ahora que lleguemos al gimnasio le diremos a Pancho que Héctor contrató a un detective privado y que ese investigador ya anda tras de la pista de Angelito. Que todo está bien y que el niño no corre ningún peligro.		
-...¡La señora Beatriz lo cuidará como a la niña de sus ojos! Sólo, que en cariño y ternura jamás superará a doña Carmen. ¡Y a veces no sabe uno qué vale más, la abundancia y los lujos! O el amor y la ternura que nunca han tenido precio.	Reflexión	18''
-Sí, sí aunque hay cosas más importantes para mí. Ser abogado, estudiar más, ¡saber y conocer más!	Anheló	8''
-...no me conformo con conocer hoteles, estadios deportivos, tiendas lujosas y restaurantes. Yo quiero conocer las grandes creaciones de Dios y de los hombres.	Reflexión	10''
-¡Es que estamos en un solo mundo, Meche! Sólo que es preciso buscar el lado de la luz y no el de las sombras.		
-¡Eso dices tú porque estés en el lado luminoso!		
-Muchos hombres, como algunos artistas, han estado sumidos en las sombras pero elevando su espíritu llegaron a luz. ¡Ah, Dios! ¡Son tantas y tantos los hombres y mujeres que con su trabajo han hecho que el mundo sea más bello!	Optimismo	30''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Ese mundo bello del que tú hablas debe existir. ¡Seguro que existe si tú estás en él!	Optimismo	7''
-¡Meche, meche! ¡Aún eres joven! ¡Tú también tienes que conocer una vida mejor! ¡Inténtalo!	Consejo	6''
-¡Buano! Yo pienso que para que exista el bien tiene que existir el mal si no, ¿cómo sabríamos que hay uno y otro? no.	Reflexión	7''
-...Te deseo un buen viaje y que ganes la pelea.	Benevolencia	4''
-...Esta es una visita de amigo y de profesional. Recordé las tremendas jaquecas que la obligaban a llamarme casi cada semana y acabo de recibir información de un medicamento que, estoy seguro, terminará con su tormento. ¿Me permite examinarla? Será sencillo, le tomaré la presión y luego...	Amabilidad	18''
-...Ahora, si me dispensa, doctor, le ruego que se marche, tengo un compromiso y aún no me he arreglado, como ve.	Arrogancia	6''
-¿Qué paso, Héctor? ¿Lograste indagar algo?	Duda	2''
-¡No cabe duda, Silvia! ¡Beatriz tiene en su poder a Angelito!	Aclaración	4''
-¿Viste al niño? ¡No! Sin embargo lo oí; y el nerviosismo de Beatriz era más significativo que cualquier otra evidencia. ¡Materialmente me empujé fuera de la casa!	Conjetura	13''
-¡Mira, Héctor! ¡Ese hombre que acada de del camión es Chava! ¿Qué andaré haciendo por estos rumbos? ¡Y va a la residencia de Beatriz! ¿Lo ves Silvia? ¡Hemos tenido suerte en verlo! ¡Ahora ya sabemos quién es el secuestrador de Angelito! ¡Salvador es el cómplice de Beatriz!	Aclaración	19''

3.3 La frecuencia y el tiempo en Amarqa ciudad.

En la siguiente tabla se muestra la cuantificación de las pautas de conducta y su tiempo con la respectiva frecuencia relativa, encontradas en orden de aparición en la radionovela:

A M A R G A C I U D A D

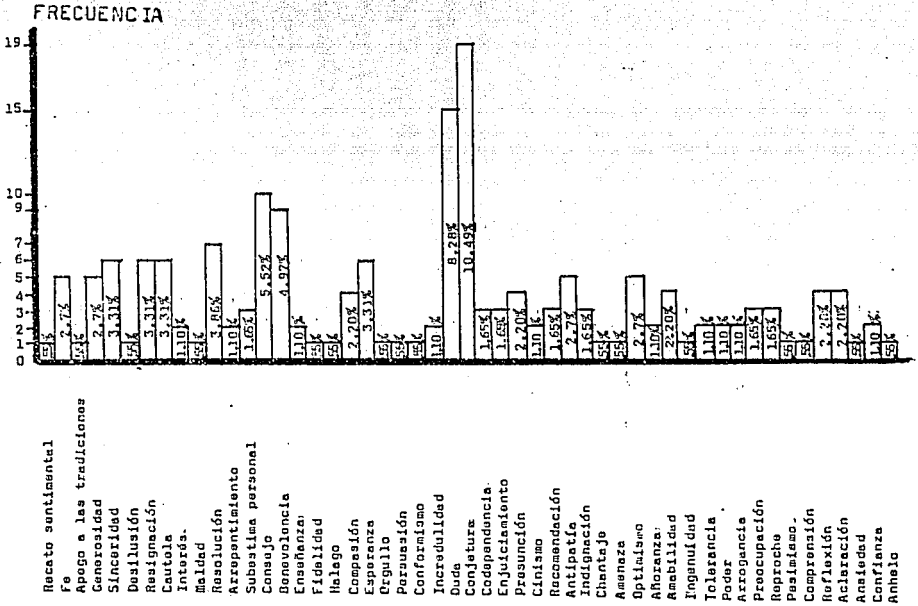
PAUTAS	FRECUENCIA	%	TIEMPO	%
Recato sentimental	1	.55	17''	.79
Fa	5	2.7	1'26''	4.03
Apago a las tradiciones	1	.55	10''	.46
Generosidad	5	2.7	1'23''	3.89
Sinceridad	6	3.31	58''	2.72
Desilusión	1	.55	18''	.84
Resignación	6	3.31	1'24''	3.94
Cautela	6	3.31	1'12''	3.37
Interés	2	1.10	35''	1.64
Maldad	1	.55	14''	.65
Resolución	7	3.86	56''	2.62
Arrepentimiento	2	1.10	33''	1.54
Subestima personal	3	1.65	24''	1.12
Consejo	10	5.52	2'11''	6.14
Benevolencia	9	4.97	1'24''	3.94
Enseñanza	2	1.10	28''	1.31
Fidelidad	1	.55	10''	.46
Halago	1	.55	13''	.61
Compasión	4	2.20	53''	2.48
Esperanza	6	3.31	1'4''	3.
Orgullo	1	.55	10''	.46
Persuasión	1	.55	5''	.23

A M A R G A C I U D A D

PAUTAS	FRECUENCIA	%	T I E M P O	%
Conformismo	1	.55	8''	.37
Incredulidad	2	1.10	20''	.93
Duda	15	8.28	1'59''	5.58
Conjetura	19	10.49	4'39''	13.09
Codependencia	3	1.65	41''	1.92
Enjuiciamiento	3	1.65	40''	1.87
Presunción	4	2.20	46''	2.15
Cinismo	2	1.10	19''	.89
Recomendación	3	1.65	43''	2.01
Antipatía	5	2.7	39''	1.83
Indignación	3	1.65	24''	1.12
Chantaje	1	.55	16''	.75
Amenaza	1	.55	16''	.75
Optimismo	5	2.7	1'15''	3.51
Añoranza	2	1.10	21''	.98
Amabilidad	4	2.20	34''	1.59
Ingenuidad	1	.55	8''	.37
Tolerancia	2	1.10	28''	1.31
Poder	2	1.10	22''	1.03
Arrogancia	2	1.10	16''	.75
Preocupación	3	1.65	39''	1.83
Reproche	3	1.65	43''	2.01
Pesimismo	1	.55	11''	.51
Comprensión	1	.55	9''	.42
Reflexión	4	2.20	53''	2.48
Aclaración	4	2.20	33''	1.54
Ansiedad	1	.55	8''	.37
Confianza	2	1.10	25''	1.17
Anhelo	1	.55	8''	.37
T O T A L	181	99.55	35'31''	99.74

Gráfica de frecuencias por orden de aparición en:
Amarca ciudad.

La presente gráfica representa la cuantificación anterior que arrojó la trama de esta radionovela.



Sobre la línea vertical se encuentra la frecuencia. Y sobre la horizontal, las barras que representan las pautas de conducta con su respectivo porcentaje. En la siguiente hoja se interpretan estos datos.

3.3.1 Interpretación de la frecuencia por orden de aparición en:
Amarca ciudad.

En el análisis de contenido realizado a la radionovela Amarca ciudad, se encontraron 51 pautas de conducta que al cuantificarlas hacen un total de 181 pautas con un tiempo de 35 minutos y 31 segundos, en toda la muestra que se tomó para el estudio. Estos dos últimos aspectos (tiempo y frecuencia) se graficaron por separado.

En primera instancia se interpretará la gráfica de frecuencias por orden de aparición de las pautas, en la cual se encuentran: la duda con 15 veces y conjetura con 19 veces, como las más reiteradas que representan el 8.28 y el 10.49 % respectivamente, con relación a las demás pautas.

Otras pautas que tuvieron una incidencia regular fueron el consejo con 10 y benevolencia con 9, que aparecieron con un porcentaje de 5.52 y 4.47 % en este orden.

El 3.86 % representa la pauta de conducta resolución, que tiene una frecuencia de 7. A partir de esta última pauta se observa en lo sucesivo que van disminuyendo los grupos, Primero, con un porcentaje de 3.31, representados por la sinceridad, resignación, cautela y esperanza que inciden en una frecuencia de 6. En el 2.7% se halla otro bloque de normas con frecuencia de 5 y que pertenece a la fe, generosidad, antipatía y optimismo.

Se observa que conforme va disminuyendo la frecuencia aumenta el número de pautas de conducta, tal es el caso de la compasión, presunción, amabilidad, reflexión y aclaración que se reiteran 4 veces con el 2.20 %. En el caso del 1.65 % se refiere a siete

patrones, que inciden en una frecuencia de 3 (subestima personal, codependencia, enjuiciamiento, recomendación, indignación, preocupación y reproche).

En la frecuencia de 2, aparecieron diez pautas de conducta con el 1.10 %, estas fueron: interés, arrepentimiento, enseñanza, incredulidad, cinismo, añoranza, tolerancia, poder, arrogancia y confianza.

Los patrones que aparecen con el .55 % son: recato sentimental, apego a las tradiciones, desilusión, maldad, fidelidad, balago, orgullo, persuasión, conformismo, chantaje, amenaza, inocuidad, pesimismo, comprensión, ansiedad y anhelo. Mismos que fueron un grupo numeroso de pautas, aunque no el más se repitió individualmente.

Inicialmente se había expuesto como hipótesis que en esta radionovela la pauta preponderante sería el engaño, está planteada sobre las bases de la trama general, que trataba de la tradicional familia campesina que llegaba a la ciudad y sería víctima de los "engaños" de los ciudadanos. Sin embargo, dicha pauta no apareció y la conjetura y la duda resultaron las pautas que destacaron en el argumento de esta radionovela.

Una vez concluido nuestro análisis preguntamos al Coordinador de radionovelas del Grupo Radiópolis, Lauro Alvarado, acerca de las pautas de conducta que manejaba en esta radionovela.

El nos dijo "que era por un lado la esperanza, las actitudes positivas de una familia y por el otro lado la traición".

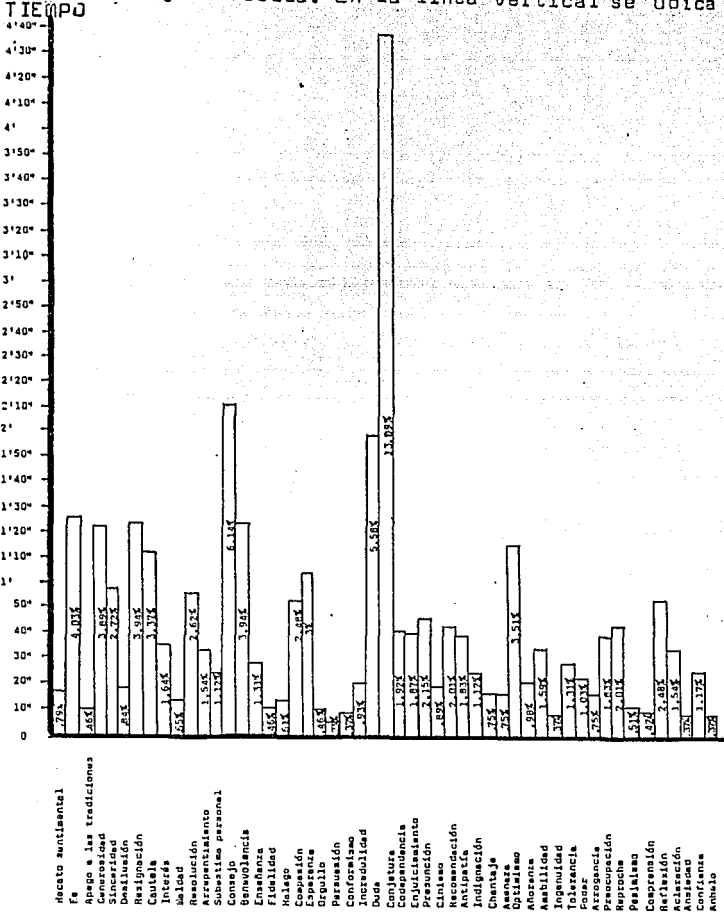
De lo que podemos deducir que los productores si saben las pautas que transmiten, aunque no de manera consciente (más adelante se explicará), pues varias pautas que arrojó nuestro estudio tie-

nen analogía con las que él mencionó, Aún cuando no son todas exactamente iguales.

Los motivos por lo que esta estación transmitió conjetura y duda la mayor parte del tiempo, es explicable si consideramos que es un género dramático. Además en esta reapertura de radi_ novelas, el grupo Radiópolis, intentaba atraer la atención de un público, que hace 10 años, no escuchaban este género radi_ónico, y ¿qué mejor manera de lograrlo, que imprimiendo "suspenco" a sus tramas, la duda del "que pasará: el conjeturar, qué sucederá en el siguiente corte o capítulo.

Gráfica de tiempo por orden de aparición en la radionovela:
Amarra ciudad.

Esta gráfica indica el tiempo que ocupó cada pauta de conducta en la radionovela ya referida. En la línea vertical se ubica el:



En la línea horizontal se presenta a través de las barras: el tiempo al aire de cada pauta con su respectivo porcentaje. Lo anterior se interpretará a continuación.

3.3.2 Interpretación del tiempo por orden de aparición en: Amarca ciudad.

Como se mencionó la base de esta investigación no sólo sería la cuantificación de pautas, sino también el tiempo de estas. Este aspecto lo muestra la gráfica del tiempo por orden de aparición.

Aquí se puede observar que al igual que en la primera gráfica las pautas que sobresalieron en frecuencia también lo fueron en tiempo de transmisión (duda y conjetura). Con una variación, pues, en la gráfica aparece en segundo sitio el consejo, quedando en el siguiente orden:

Conjetura como más alta pauta en tiempo con 4 minutos con 39 segundos, representando el 13.09 por ciento.

Consejo con 2 minutos 11 segundos equivalente al 6.14 %.

Y por último duda, con 1 minuto 59 segundos y el 5.58 %.

Lo anterior significa que la pauta consejo aún cuando tuvo 10 apariciones en la trama de la radionovela, permaneció con un tiempo al aire de 2'11", que duda, la cual apareció 15 veces y sólo estuvo transmitiéndose 1 minuto con 59 segundos.

A este grupo de tres más altas, le siguieron 4 pautas que estuvieron por arriba de 1'20". Estas fueron: fe con 1'26", (4.03 %); generosidad con 1'23", (3.89 %); resignación y benevolencia coincidieron en tiempo y porcentaje: 1'24" y el 3.94 por ciento.

Dentro del intervalo 1'19" a un minuto, se encuentra optimismo, con 1'15" que representa el 3.51 %. De ahí le sigue cautela con 1'12" y esperanza con 1'4", que tiene un porcentaje de 3.37 y 3 % respectivamente. Este grupo podría considerarse como el medianamente transmitido.

Entre 1' y 30", aumenta el número de pautas contenidas en este intervalo, tales como:

Sinceridad	50''	representando el	2.72 %
Interés	35''	"	1.64 %
Resolución	56''	"	2.62 %
Arrepentimiento	33''	"	1.54 %
Compasión	53''	"	2.48 %
Codependencia	41''	"	1.92 %
Enjuiciamiento	40''	"	1.87 %
Presunción	46''	"	2.15 %
Recomendación	43''	"	2.01 %
Antipatía	39''	"	1.83 %
Amabilidad	34''	"	1.59 %
Preocupación	39''	"	1.83 %
Reproche	43''	"	2.01 %
Reflexión	53''	"	2.48 %
Aclaración	33''	"	1.54 %

Por último, el grupo de pautas más numeroso, pero que menos tiempo estuvo al aire fue el localizado entre 30" y 5". Y comprende las siguientes pautas:

Recato sentimental	17''	representando el	.79 %
Apego a las tradiciones	10''	"	.46 %
Desilusión	18''	"	.84 %
Maldad	14''	"	.65 %
Subestima personal	24''	"	1.12 %

Enseñanza	28''	representando el	1.31	%
Fidelidad	10''	"	.46	%
Halago	13''	"	.51	%
Orgullo	10''	"	.46	%
Persuasión	5''	"	.23	%
Conformismo	8''	"	.37	%
Incredulidad	20''	"	.93	%
Cinismo	19''	"	.89	%
Indignación	24''	"	1.12	%
Chantaje	16''	"	.75	%
Amenaza	16''	"	.75	%
Añoranza	21''	"	.98	%
Ingenuidad	7''	"	.37	%
Tolerancia	28''	"	1.31	%
Poder	22''	"	1.03	%
Arrogancia	16''	"	.75	%
Pesimismo	11''	"	.51	%
Comprensión	9''	"	.42	%
Ansiedad	8''	"	.37	%
Confianza	25''	"	1.17	%
Anhele	8''	"	.37	%

De los datos sobresalientes expuestos anteriormente, se puede decir que si analizamos ¿cuál fue el tipo de consejo que se dio en la trama? sabremos que se inclinó al aspecto religioso o consejo moral.

La pauta de conducta fe, confirma los rasgos de esta radiografía que ya se había mencionado con consejo, pues según nuestro indicador es: toda conducta que se base en los dogmas de la religión.

Con lo que ambas pautas se aporiarían para darnos una temática inclinada hacia las buenas costumbres.

Con respecto a la pauta de conducta, mencionada textualmente por el señor Lauro Alvarado, al preguntarle acerca de cuáles eran las pautas transmitidas en esta radiovela, él mencionó: la esperanza, la cual tuvo una aparición de 6 veces, representando el 3.31 por ciento. Aun cuando sólo se transmitiera 1 minuto con 41 segundos, constituyéndose, con relación a las otras pautas, como una regularmente transmitida.

La intencionalidad de Amarga ciudad, se responde si considera mos que con este bloque de radiovelas se intenta volver a captar el público que en algún tiempo se tuvo. Entonces podemos pensar que esta trama tradicional fungiría como el enlace de las radiovelas antiguas con las actuales, en las que se introducen temas nuevos.

De esta trama clásica se puede inferir que tiene la intención de transmitir pautas de conducta que se inclinen a aspectos moralistas con tintes religiosos. Se promueven conductas que se refieren a la generosidad y benevolencia. Y por otro lado, ya no se le dá mucho tiempo a las conductas donde se manifiesten costumbres de generaciones.

Una vez que cuantificamos, graficamos e interpretamos las pautas de conducta de acuerdo a su aparición, en frecuencia y tiempo, para después ordenarlas en características comunes, procederemos a presentar los mismos datos, pero ahora agrupados estadísticamente con el fin de graficar y visualizar la cuantificación en tiempo y frecuencia.

Tabla de frecuencias de datos agrupadas
en la radionovela Amarga ciudad.

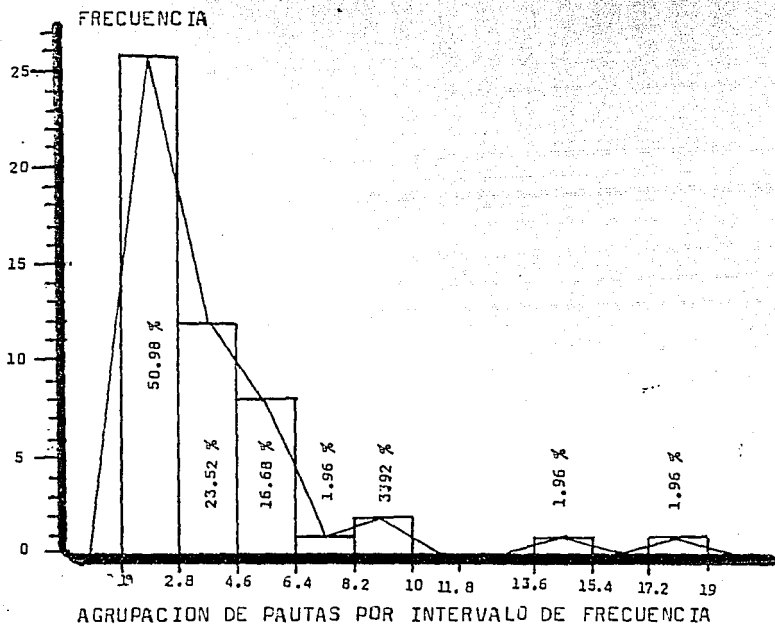
Los siguientes datos se agruparon estadísticamente con el fin de graficar y visualizar la cuantificación de las pautas de conducta ocurridas en la radionovela.

1 Recato sentimental	2 Arrepentimiento	4 Presunción
1 Apogeo a las tradiciones	2 Enseñanza	4 Amabilidad
1 Desilusión	2 Incredulidad	4 Reflexión
1 Maldad	2 Cinismo	4 Aclaración
1 Fidalidad	2 Añoranza	5 Fe
1 Malago	2 Tolerancia	5 Generosidad
1 Orgullo	2 Poder	5 Antipatía
1 Persuasión	2 Arrogancia	5 Optimismo
1 Conformismo	2 Confianza	6 Sinceridad
1 Chantaje	3 Subestima personal	6 Resignación
1 Amenaza	3 Codpendencia	5 Cautela
1 Ingenuidad	3 Enjuiciamiento	6 Esperanza
1 Pesimismo	3 Recomendación	7 Resolución
1 Comprensión	3 Indignación	9 Benevolencia
1 Ansiedad	3 Preocupación	10 Consejo
1 Anhele	3 Reproche	15 Duda
2 Interés	4 Compasión	19 Conjetura

LIÍITE DE INTERVALO	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	MARCA DE CLASE
1 - 2.8	26	50.98 %	1.9
2.8 - 4.6	12	23.52 %	3.7
4.6 - 6.4	8	15.68 %	5.5
6.4 - 8.2	1	1.96 %	7.3
8.2 - 10	2	3.92 %	9.1
10 - 11.8	0	0	10.9
11.8 - 13.6	0	0	12.7
13.6 - 15.4	1	1.96 %	14.5
15.4 - 17.2	0	0	16.2
17.2 - 19	1	1.96 %	18.1
	<hr/> 51	<hr/> 99.98 %	

Gráfica de frecuencias de datos agrupados en la radionovela:
Amarca ciudad.

En esta gráfica se muestran los datos agrupados de la radionovela mencionada. En la línea vertical se encuentran las frecuencias.



En la línea horizontal se indican los intervalos entre los que se encuentran las pautas de conducta agrupadas, con su respectivo porcentaje y marca de clase.

3.3.3 Interpretación de la frecuencia de datos agrupados en:
Amarca ciudad.

En esta gráfica, se representa la cuantificación de las pautas de conducta ocurridas en la radionovela Amarca ciudad, dividida por intervalos.

INTERVALO 1 - 2.8

Se concentran 26 de las 51 pautas de conducta que aparecen a lo largo de todo el material analizado de la radionovela. Lo que representa el 50.98 por ciento del total.

De lo anterior se puede decir que poco más de la mitad de estas pautas, se transmitió entre 1 y 2 veces y estos grupos a su vez tuvieron un porcentaje con relación al total de pautas de 3.37 % y 19.60 %. Estas son:

Se repitieron 1 vez (31.37 %)

Recato sentimental	Apego a las tradiciones
Desilusión	Chantaje
Maldad	Amenaza
Fidelidad	Ingenuidad
Halago	Pesimismo
Orgullo	Comprensión
Presunción	Ansiedad
Conformismo	Anhelos

Se repitieron 2 veces (19.60 %)

Interés	Arrepentimiento
Enseñanza	Incredulidad
Cinismo	Añoranza
Tolerancia	Poder
Arrogancia	Confianza

INTERVALO 2.8 - 4.6

Se encontraron 12 de las 51 pautas de conducta que representa el 23.52 %, esto significa que casi la cuarta parte del total de pautas, se transmitió entre 3 y 4 veces, con un porcentaje del 13.72 % y 9.80 % respectivamente.

Se repitieron 3 veces (13.72 %)	Se repitieron 4 veces (9.80 %)
Subestima persona	Compasión
Codependencia	Presunción
Enjuiciamiento	Amabilidad
Recomendación	Reflexión
Indignación	Aclaración
Preocupación	
Reproche	

INTERVALO 4.6 - 6.4

En este intervalo se ubican 8 pautas que representan el 16.68 por ciento, y son todas aquellas que aparecieron 5 y 6 veces con un porcentaje individual de 7.84 % por igual.

Se repiten 5 (7.84 %)	Se repiten 6 (7.84 %)
Fe	Sinceridad
Generosidad	Resignación
Antipatía	Cautela
Optimismo	Esperanza

Hasta aquí se observa cómo entre más aumenta el número de veces que aparecieron las pautas, menos son las que se presentaron.

Como se puede observar en el intervalo 6.4 - 8.2 de la gráfica, sólo existió una pauta que es resolución, que apareció 7 veces, representando esta, el 1.96 % con relación a las demás.

INTERVALO 8.2 - 10

Aparece benevolencia y consejo con 9 y 10 veces, en este orden, que representan el 3.92 %.

INTERVALOS 13.6 - 15.4 y 17.2 - 19.

En este último intervalo aparecen las pautas que mayor número de veces aparecieron, estas son: duda y conjetura que representaron el 1.96 por ciento cada una.

Después de ordenadas las pautas de conducta en grupos de frecuencias, procederemos a ordenar el tiempo que esta radionovela transmitió.

Tabla del tiempo agrupado en la radionovela Amarca ciudad.

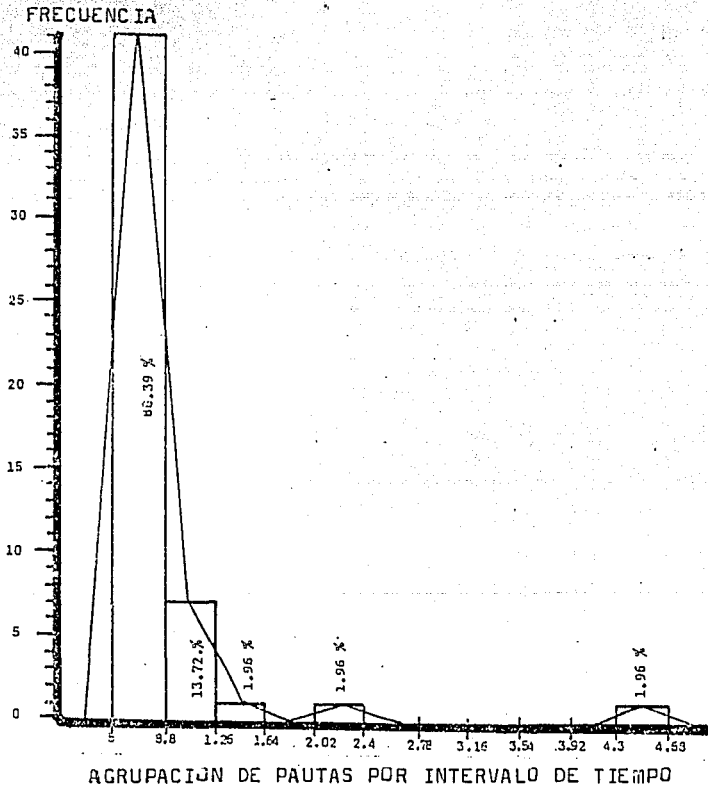
Los presentes datos se agruparon estadísticamente con el fin de graficar y visualizar el tiempo de las pautas de conducta ocurridas en la radionovela.

5" Persuasión	19" Cinismo	43" Recomendación
8" Conformismo	20" Incredulidad	43" Repreche
8" Ingenuidad	21" Añoranza	46" Presunción
8" Ansiedad	22" Poder	53" Reflexión
8" Anhelo	24" Subestima personal	53" Compasión
9" Comprensión	24" Indignación	56" Resolución
10" Apego a las tradiciones	25" Confianza	58" Sinceridad
10" Fidelidad	28" Tolerancia	1'4" Esperanza
10" Orgullo	28" Enseñanza	1'12" Cautela
11" Pesimismo	33" Arrepentimiento	1'15" Optimismo
13" Halago	33" Aclaración	1'23" Generosidad
14" Maldad	34" Amabilidad	1'24" Resignación
16" Chantaje	35" Interés	1'24" Benevolencia
16" Amenaza	39" Preocupación	1'26" Fe
16" Arrogancia	39" Antipatía	1'59" Duda
17" Recato sentimental	40" Enjuiciamiento	2'11" Consejo
18" Desilusión	41" Codependencia	4'39" Conjetura

LÍMITE DE INTERVALO	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	MARCA DE CLASE
5" - 88"	41	80.39 %	.69
88" - 1'26"	7	13.72 %	1.07
1'26" - 1'64"	1	1.96 %	1.45
1'64" - 2'02"	0	0	1.83
2'02" - 2'4 "	1	1.96 %	2.21
2'4 " - 2'78"	0	0	2.59
2'78" - 3'16"	0	0	2.97
3'16" - 3'54"	0	0	3.35
3'54" - 3'92"	0	0	3.73
3'92" - 4'3 "	0	0	4.11
4'3 " - 4'68"	1	1.96 %	4.49
	<hr/> 51	<hr/> 99.99 %	

Gráfica del tiempo agrupado en la radionovela
Amarra ciudad.

En esta gráfica se representa el tiempo agrupado por intervalos.



En la línea vertical se encuentra la frecuencia. En la horizontal el tiempo dividido en intervalos.

3.3.4 Interpretación del tiempo por datos acorupados en la radionovela Amarga ciudad.

En esta gráfica se representan los intervalos de tiempo entre los que se encuentran las pautas de conducta de la radionovela Amarga ciudad.

En dicha gráfica se observa que entre 5" y 88" se localizan 41 pautas de conducta, esto es, el 88.39 % que son las siguientes:

5" Persuasión	24" Subestima personal
8" Conformismo	24" Indignación
8" Ingenuidad	25" Confianza
8" Ansiedad	28" Tolerancia
8" Anhelo	28" Enseñanza
9" Comprensión	33" Arrepentimiento
10" Apego a las tradiciones	33" Aclaración
10" Fidalidad	34" Amabilidad
10" Orgullo	35" Interés
11" Pesimismo	39" Preocupación
13" Halago	39" Antipatía
14" Maldad	40" Enjuiciamiento
16" Chantaje	41" Dependencia
16" Amenaza	43" Recomendación
16" Arrogancia	43" Repreche
17" Recato sentimental	46" Presunción
18" Desilusión	53" Reflexión
19" Cinismo	53" Compasión
20" Incredulidad	56" Resolución
21" Añoranza	58" Sinceridad
22" Poder	

De lo anterior se puede inferir que la mayoría de las pautas no alcanzaron ni siquiera 1 minuto al aire.

Otro dato interesante es que las pautas aparecidas en el primer intervalo de la (Gráfica de frecuencias de datos agrupados) que comprenden las que aparecieron 1 y 2 veces, también aparecen en este primer intervalo, donde no pasan del minuto.

1 vez:

17" Recato sentimental	8" Conformismo
10" Apago a las tradiciones	16" Chantaje
18" Desilusión	16" Amenaza
14" Maldad	18" Ingenuidad
10" Fidelidad	11" Pesimismo
13" Halago	9" Compromiso
10" Orgullo	8" Ansiedad
46" Presunción	8" Anhelos

2 veces:

35" Interés	19" Cinismo
33" Arrepentimiento	21" Añoranza
28" Enseñanza	28" Tolerancia
35" Interés	22" Poder
33" Arrepentimiento	16" Arrogancia
28" Enseñanza	25" Confianza
20" Incredulidad	

En el siguiente intervalo que va de 88'' al 1'26'', se encuentra el 13.72 %, que lo constituyen 7 pautas, estas son:

1'4 " Esperanza
1'12" Cautela
1'15" Optimismo
1'23" Generosidad
1'24" Resignación
1'24" Benevolencia
1'26" Fe

Como se puede observar, entre más aumenta el tiempo al aire de cada pauta, se limita el número de estas.

Tal es el caso del intervalo 1'26" - 1'64", donde sólo existe una pauta de conducta, duda, que apareció con 1'59"; o consejo que se ubica en el intervalo 2'02" - 2'4" que apareció al aire con un tiempo de 2'11". Por último la pauta más transmitida y con más número de veces repetidas: conjetura con 4'39" que se ubica en el intervalo 4'39" - 4'68".

3.4 Violeta ¿Inocente o perversa?

Para la presentación del segundo caso expondrómico, al igual que en la primera radionovela, su ficha de datos, correspondiente.

EMISORA: XEW La voz de la América Latina.

RADIONOVELA: Violeta.

HORARIO DE TRANSMISION: De lunes a viernes
De 11:30 a 12:00 horas.

CAPITULOS GRABADOS: Del 56 al 60.

TRANSMITIDOS: Del 11 al 15 de mayo de 1992.

Violeta: ¡Por su culpa he tenido que vivir en la miseria! ¡Pero ahora todo será diferente! ¡Aunque tenga que pasar por encima de quien sea!

Violeta: La historia de una adolescente que vivió entre el odio, el rencor y la maldad. Hasta convertirse en una mujer peligrosamente seductora: Violeta.

Escrita: por Silvia Hernández Gascón.

Con las actuaciones estelares: Del primer actor José Antonio Cosío como Anselmo.

Magda Giner como Ofelia.

Rebeca Patiño como Gabriela y

Marina Huerta como Violeta.

(Los actores participantes variaban según el capítulo por lo que anotamos los principales).

Violeta: ¿Inocente o perversa? ¿Tierna o peligrosamente seductora?

Dirección: Ricardo Lezama.

Edición literaria: Leonor Chagoyán.

Música original: Ernesto Cortázar

Operación técnica: Rafael Hernández, Alejandro
Saucedo y Pablo O'farril.

Asistente de producción: Alejandro Pacheco.

Coordinación general: Lauro Alvarado.

Producida en: Grupo Radiópolis.

DURACION: 30 minutos.

SINOPSIS:

Violeta es la historia de una seductora y bella mujer, que nació en un barrio pobre de la ciudad de México. Y quedó desamparada a la muerte de su madre. Por lo que su tío, un hombre rico, dueño de una empaquera, se hizo cargo de ella llevándosela a vivir con él a su rancho.

La belleza y sensualidad de Violeta cautivó de inmediato a su tío y parte de los hombres del lugar.

El tío tenía una hija llamada Gabriela, a quien empezó a descuidar a la llegada de Violeta. Gabriela tenía planes de casarse con Marcial, su novio, pero Violeta movida por la envidia y ambición que sentía hacia su prima. Provocó con sus encantos seductores deshacer esa relación.

Llegando a sus últimas consecuencias, Violeta calumnió a Marcial diciendo que esperaba un hijo de él, y el tío de Violeta obligó a este para que se casaran. Días después se fueron a la capital. Ahí él se volvió alcohólico y ella vendió a su hijo para después irse a vivir con una amiga, a la cual, le sedujo a su esposo.

Violeta, una mujer sin escrúpulos, busca la fortuna y el placer en los hombre para mitigar la sed de amor deshecha en su infancia.

3.4.1 La delimitación de las pautas.

Las pautas de conducta encontradas a lo largo del análisis de contenido de la radionovela *Violeta*, fueron determinadas a través de las siguientes definiciones, que surgieron de la observación en la trama.

Amabilidad: comportamiento en que se utilice cortesía o se sigan las normas de urbanidad.

Ambición: comportamiento en el que se muestra un deseo ardiente por conseguir fama, riqueza o poder.

Amenaza: conducta donde se advierte e intimide a una persona para que lleve a cabo una acción.

Antipatía: acción que indica aversión o agresión hacia alguna persona o cosa.

Añoranza: comportamiento que expresa melancolía o nostalgia por la ausencia de una persona o cosa.

Arrogancia: comportamiento que se realiza con altivez.

Benevolencia: conducta en la que se expresa simpatía o buena voluntad hacia las personas.

Confianza: acción en la que una persona informa a otra acerca de un asunto delicado o secreto.

Conjetura: comportamiento en el que se forman juicios probables fundados en indicios o apariencias.

Consejo: conducta que indica exhortación a realizar una acción que se perfila dentro de una normatividad.

Desesperación: conducta en que una persona muestra abatimiento.

Dignidad: comportamiento en el que una persona defiende su integridad o reputación.

Duda: comportamiento en el que se cuestiona un hecho en el que se está en ascuas.

Fidelidad: conducta que indica nobleza o lealtad de una persona a otra.

Generosidad: conducta que se obra sin interés.

Halago: conducta en la que se adula a personas o hechos.

Hipocresía: conducta en la que se finja una situación.

Incredulidad: comportamiento en el que se niega la existencia de un hecho.

Indignación: comportamiento que provoca ira.

Indiscreción: conducta en la que se revela las confidencias de una persona a otra.

Interés: conducta que inclina el ánimo de una persona hacia otra persona o cosa.

Intriga: conducta en la que se mal informa a una persona de otra.

Maldad: acción que es malintencionada de una persona a otra.

Obsesión: comportamiento en el que un sujeto sea incapaz de controlar su impulso ante una persona o situación.

Optimismo: comportamiento que juzga las cosas en su aspecto agradable.

Persuasión: comportamiento que induzca a realizar una acción.

Pesimismo: comportamiento que juzga las cosas en su aspecto menos favorable.

Prejuicio: comportamiento en el que se juzga las cosas sin tener conocimiento previo, suficiente de ellas.

Presunción: conducta en la que se jacta de algo.

Recomendación: comportamiento donde se ruega tener cuidado en algún asunto.

Reflexión: comportamiento en el que se medita una situación.

Remordimiento: conducta que indica pesar que queda después de haber ejecutado una mala acción.

Renuencia: conducta en la que alguien se muestra reacio.

Reproche: comportamiento en el que se recrimina o se hace en cara algo a alguien.

Resignación: conducta que indica renunciación a una persona, cosa o hecho.

Resolución: conducta en la que el actor toma una determinación.

Satisfacción personal: comportamiento en el que se manifiesta placer del deber cumplido.

Sedución: conducta en la que una persona persuade a otra a través de los sentidos.

Sinceridad: conducta de una persona que expresa franqueza hacia otra persona.

En las siguientes tablas se exponen las pautas de conducta manifestadas en la radionovela Violeta, transmitida de 11:30 a 12:00 horas de lunes a viernes por XEW.

CAPITULO 56

Transmitido el 11 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Gabriela querida, el señor Hugo Lapuente tiene mucho interés en conocerte y te está esperando en el camerino.	Interés	6seg.
-¡Olvidalo Gaby! es un tipo de lo más desagradable, ni siquiera me saludó cuando llegó.	Antipatía	5''
-Ay, Olguita, el que sea rico no le quita que también sea un patán.	Antipatía	5''
-¡Ramón tiene razón! ¿Por qué no vino él a felicitarme aquí, como todos los demás?	Dignidad	4''
-¿Olga, y tú crees que no podría alcanzar el éxito sin el impulso de ese señor?	Dignidad	14''
-No, Gabriela, yo no he dicho eso.		
-Porque si es así, me lo hubieras dicho desde un principio, para seguir estudiando en el Conservatorio hasta estar lista.		
-No cabe duda, has cambiado mucho: el patito feo se convirtió en cisne.	Antipatía	5''
-¿Óyeme, no podríamos hablar sin interrupciones de gente extraña? ¿ sigues teniendo la mala costumbre de que la servidumbre se meta en tus asuntos personales.	Arrogancia	8''
-Pues a mí no me da gusto conocerla, aunque como ya esta aquí, pues ni modo. Impertinente.	Antipatía	6''
-Mire, si vino a amargarle el momento a Gaby. ¡Ya se me está yendo!	Antipatía	5''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¡Esfúmate, esto no te concierne! No creas que me doy por ofendido, Violeta.	Antipatía	18''
-Si lo quieres más claro, ¡lárgate de una vez! ¡tu presencia me repugna!		
-¡Pues te aguantas!, y me voy sólo si me lo pide mi Gaby.		
-Escoge, Gabriela: ¿eso o yo?		
-No te preocupes "darling", yo estaré cerquita, por si algo se te ofrece. Las víbr ras como estas son muy traicioneras.	Antipatía	10''
-Pues esa mujer y la pianista parecen con cerse muy bien; desde que la pelirroja en tró al salón, han estado hablando de una manera muy confidencial.	Conjetura	8''
-¡Maldita sea!, no sé por qué me interesa tanto esta mujer.	Obsesión	5''
-De todo lo que me has dicho de Marcial, parece, parece como si me hubieras hablado de otra persona, Violeta.	Incredulidad	8''
-Ese canalla nos engañó a las dos.		
-No sé. Tal vez engañando a otras mujeres. ¿Piensas ir a buscarlo? A tío Anselmo no le gustará.	Maldad	9''
-¿Y ya se leyó el testamento?	Interés	2''
-Ay, sí, ¿verdad que es maravillosa? Toca el piano como los propios ángeles.	Halago	5''
-¿Oye? Y hablando de mujeres. ¿quién es la pelirroja que está platicando con la señora Gabriela? Está como quiere.	Duda	9''
-Es un parche mal pegado en la familia de Gaby, una prima lejana, se llama Violeta.	Antipatía	6''
-Ay, no te fijas mucho en ella, Armando, no se parece en nada a Gabrielita; se ve tan, tan vulgar, tan corriente.	Antipatía	10''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Cuando quiera, Armandito, estoy para ser virte.	Amabilidad	2''
-¡Ah! Y no te confíes de la tal Violeta, a mí se me hace que es una mujerzuela.	Antipatía	9''
-Así que mi querido tío Anselmo no me dejó nada.	Reproche	23''
-No tenías ningún derecho, Violeta, cuando papá hizo su testamento desconocía tu existencia.		
-¡Sí! Pero cuando me llevó a San Juan Balcón, después de la muerte de mi madre supe que lo cambió.		
-Tal vez, aunque volvió a rectificarlo cuando estaba en su lecho de muerte.		
-¡Es que eso no es justo! ¡mi madre también era una Ibarrola!		
-Hugo Lapuente, a sus pies, señorita Ibarrola.	Amabilidad	12''
-Mucho gusto.		
-En realidad Olga Suárez ha sido muy gentil conmigo en propiciar este encuentro que yo esperaba que fuese más íntimo.		
-Señor Lapuente, ¡yo no acostumbro a intimar con personas que no conozco!	Dignidad	5''
-Eso es precisamente lo que deseo, que tengamos oportunidad de conocernos mejor.	Interés	5''
-Si vino a Bellas Artes, es porque le gusta la música clásica, y si conoce a los clásicos, entonces ya me conoce a mí.	Presunción	7''
-¡No, señor! Para usted soy la señorita Ibarrola.	Dignidad	3''
-Bello nombre para una exquisita mujer. Encantado, señorita ¿Violeta?	Halago	5''
-Sí, Gaby, yo creo que es mejor que nos vayamos, aquí ya empieza a oler a azufre.	Antipatía	5''

INDICADORES	PAUTA	T.I.E. PO
-Te lo dije, Hugo, mi prima tiene muy mal carácter y una pésima educación.	Intriga	6''
-Bueno, tendremos que marcharnos. ¿Eso, es una invitación? Sí, por qué no. Vámonos a donde tu quieras, Violeta.	Interés	13''
-Fue muy interesante, no perdí un sólo detalle, Armando; aunque me hubiera gustado <u>es</u> cuchar lo que se dijo en esa conversación. No se necesita mucha imaginación...	Duda	10''
-Todas las mujeres son iguales, llamándose como se llamen: Gabriela, Violeta, o lo que sea. No se detienen ante nada por pelearse a un hombre.	Prejuicio	8''
-¡Ah, claro que sí! ¡Pues cómo no! la investigación ecológica marina es como salvarle la vida al prójimo.	Benevolencia	28''
-¡Muy bien dicho, Félix! Es ayudar a la preservación del planeta. ¡Qué bueno que lo hayas entendido así!		
-Bueno, es que, es que no hay otra forma de comprender esta labor; y tú has logrado un gran avance en esto, Marcial, por eso nos mandaron de Salinas Cruz a Coatzacoalcos, Veracruz.		
-Lo que pasa es que aquí peligra mucho la ecología marina por el petróleo que a veces se derrama en el mar.		
-Sí, y sí lo hice, fue porque tú ya no eres un don nadie, Marcial. ¿Por qué no buscas a Gabriela?	Halago	10''
-No insistas, Félix, ella ya tiene una vida hecha, en la que yo no tengo cabida.	Resignación	7''
-¡Maldita sea! ¿Por qué no me la puedo quitar de la cabeza? Gabriela Ibarrola no me rece uno solo de mis pensamientos, ¡és, és como todas! No, no, no es cierto, no puedes seguir engañándote, Rodrigo Sulkin, tú te estás enamorando ¡te estás enamorando de Gabriela Ibarrola!	Obsesión	30''

CAPITULO 57

Transmitido el 12 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¿Qué te pasa, Rodrigo? -Nada, Armando, rompí un vaso, eso es todo. -No, eso no es todo. Estás que te llevan todos los diablos y creen saber por qué. -Mira, Armando, no estoy de humor para hablar ni contigo ni con nadie. ¡Déjame solo! ¿Quieres?	Desesperación	13''
-No, Rodrigo, es ahora cuando debes enfrentarte a la verdad. Soy tu amigo y debo ayudarte.	Benevolencia	6''
-No voy a negarte nada, Armando, sí, la amo ¿y qué? ¿Qué gano con reconocerlo?	Resignación	6''
-Es como todas, como Carola Del Valle, la que causó la muerte de mi hermano Gustavo. ¿Ya la olvidaste?	Antipatía	6''
-Lo que debo hacer es olvidarme de ella, de su existencia, de su música. -¿Lo ves? Te toparás con ella en todas partes. Acaba de grabar un disco que ha tenido mucha aceptación entre el público. -Entonces me iré a la Patagonia, para no escuchar hablar de ella.	Obsesión	17''
-Mejor habla con ella, conócela, así te darás cuenta si está o no en un error ¡Búscala! No sé, Armando, no sé. Rodrigo, no desperdices la oportunidad de encontrar la verdadera felicidad.	Consejo	17''
-Lo que no debes echar en saco roto es lo que acabamos de hablar. Busca a Gabriela Ibarrola, ella puede ser la respuesta a lo que has buscado durante tanto tiempo.	Consejo	13''
-Si ya terminantes, ¿por qué no vienes conmigo? Me haces mucha falta cuando no estás a mi lado estrechándome en tus brazos.	Sedución	9''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Ahora no, Violeta, ahora no, ahora no, debo atender mis negocios.	Renuencia	5''
-Es que, es que si te beso de otra manera, no me iré; y te saldrás con la tuya, porque me quedaré contigo.	Renuencia	10''
-¿Así, está mejor? Mucho mejor, amorcito. Eres un experto en el arte de amar.	Halago	4''
-¡Espera, Hugo! Quisiera, irme a comprar algo de ropa y una que otra chuchería. Ya sabes cómo somos las mujeres.	Generosidad	17''
-¡Claro! ¿Están bien cinco millones? P-pues sí, pues sí por el momento.		
-¡Idiota! no permitiré que me vuelvas a tratar como si fuera un objeto que usas cuando tienes ganas. Esto sólo es el principio, porque te exprimiré hasta el último centavo y después te mandaré al diablo, Hugo Lapuente.	Ambición	18''
-¿Qué dice, mujer? ¿De quién son? No me vayas a dejar con la duda. Léela en voz alta.	Duda	4''
-"Le ofrezco mis más sinceras disculpas por mi comportamiento la noche del concierto. A pesar del tiempo transcurrido espero las acepte, cenando esta noche conmigo. Hugo Lapuente"	Amabilidad	12''
-Es un cretino, si cree que con unas florecitas va a borrar la mala impresión que me dejó.	Antipatía	5''
-...¿Te parece poco? Hugo me dejó parada como si fuera la acomodadora del teatro y se fue con mi prima Violeta.	Dignidad	5''
-Recuerda que es un hombre de negocios, Gabriela. ¿Por qué no aceptas cenar con él? Estoy segura que borraré la mala impresión que te dejó.	Persuasión	8''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-...No necesito su apoyo para llegar ser una de las mejores concertistas y tampoco me interesa su amistad.	Dignidad	5''
-Bueno, pero no está por demás tener un conocido como él. Quizá algún día se pueda ofrecer. Anda, Gabriela, hazlo por mí. -Está bien, Olga, comunícate con él y concerta la cita.	Persuasión	12''
-Te pusiste triste por lo que dijo Ramón, ¿verdad? -Es que me hizo recordar a San Juan Bacúm, con su mar, sus playas. Y el amor que perdí.	Añoranza	10''
-Pos, la mera verdad, no...Sólo que tanto la señora Ofelia como Evaristo insisten en que les dé dinero extra. -¿Te dijeron para qué lo necesitan? No, señorita Gabriela, son cantidades muy fuertes, de varios millones, y yo...Pos no he querido darles nada. -Está bien, Lorenzo, confío en tu buen juicio. -Yo les dije que hasta que usted lo autorice, no les suelto la lana; y los dos se pusieron muinos conmigo.	Confianza	27''
-¡Eres un estúpido, Lorenzo! De seguro le dijiste que no había ningún problema en la empacadora.	Indignación	5''
-¡Idiota! de seguro que ni siquiera le mencionaste nada.	Indignación	5''
-Pos aunque se enmuinen. Ni usted, doña Ofelia ni Evaristo se saldrán con la suya. Tendrán que pasar sobre mis huesos, si quieren despojar a la señorita Gabriela de lo que le pertenece.	Fidelidad	13''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Tomen asiento, por favor. ¿Qué quieren ordenar Gabriela? ¿Algún aperitivo?	Amabilidad	7''
-...Que aprecio en lo que vale su interés y su amistad por mí...	Amabilidad	3''
-Qué será muy pronto, querida Gabriela, ¡No descansaré hasta conseguirte!	Obsesión	7''

CAPITULO 58

Transmitido el 13 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIE PPO
-¿Sabes? Rodrigo, me alegra que hayas decidido buscar a Gabriela. ¡Ah! Sólo espero no estar cometiendo un nuevo error.	Pesimismo	3''
-¿Sí? ¿Qué desean?	Amabilidad	27''
-¿Puedo ver a la señorita Ibarrola?		
-¿De parte de quién?		
-Su servidor, Rodrigo Sulkin.		
-¡Señor Sulkin! Cómo no lo reconocí, que torpe soy, pase usted, por favor, está en su casa.		
-Mi secretario y amigo, el señor Armando Escalante.		
-Mucho gusto, soy Olga Suárez, la representante de Gabriela Ibarrola.		
-Encantado, señora		
-Tomen asiento, por favor. ¿Puedo ofrecerles algo?		
-No se moleste, sólo quisiera ver a...		
-No podía faltar, la señorita Ibarrola es una excelente concertista.	Halago	4''
-Figurese que todavía anoche tuvo que ir a cenar con el señor Hugo Lapuente, Ustedes lo conocen, ¿no? Es un hombre de negocios muy importante.	Indiscreción	7''
-Pues figúrense que el señor Lapuente le enviaba flores y tarjetas casi a diario, insistiendo para que Gabriela le concediera una entrevista.	Indiscreción	5''
-¡Por favor! ¡Cálmate, Rodrigo!, estás imaginando cosas que no son.	Conjetura	12''
-¿Qué más pruebas quieres de que Gabriela Ibarrola es como todas? ¿Con quién crees que se fue a Puerto Vallarta?		
-No, Rodrigo, no lo creo.		

INDICADORES	FAUTA	TIEMPO
-Por favor, Armando, no soy un niño. ¿Quiéres que te diga cuál es el juego de las dos?	Prejuicio	19''
-¿Cuáles dos?		
-Gabriela Ibarrola y su prima Violeta, con quistan a los hombres y luego se los arrabatan para ver quién puede más; una con su frivolidad y la otra con su elegancia y sobriedad.		
-Aunque su actitud es detestable, Gabriela Ibarrola también es una cualquiera y no quiero volver a saber de ella mientras viva.	Prejuicio	8''
-Eso no importa, si las noches pueden ser nuestras. ¡Bueno! Durante el día, buscaría dónde pasar el tiempo. Con dinero se consiguen maravillas.	Interés	9''
-¡No, Violeta, no insistas! Cuando regrese, iremos a Europa de vacaciones y me dedicaré a ti por entero.	Interés	23''
-Bueno, es una promesa y la tendrás que cumplir.		
-Ve pensando qué lugares te gustaría visitar; puedes ir a las agencias de viajes a que te den itinerarios.		
-Eso suena muy tentador.		
-Te prometo que volveré pronto, preciosa.		
-...Hugo ¿puedo comprarme un coche?	Interés	3''
-...la cuenta de cheques que te acabo de abrir, tienes dinero suficiente para lo que quisieras.	Generosidad	5''
-Y si te hace falta más, sólo tienes que hablar con el gerente del banco para que haga una transferencia de fondos de mi cuenta personal.	Generosidad	5''
-¡Idiota! Te sacaré todo el dinero que pueda, antes de buscarme otro galán que sea más espléndido que tú.	Ambición	8''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Me salió caro convencer a Violeta para que se quedara. Aunque, bien vale la pena ir a Puerto Vallarta a encontrarme con Gabriela.	Hipocresía	10''
-Lo siento, Ramón, no lo puedo evitar. Este lugar me recuerda Playa Escondida, mudo testigo de mi amor frustrado.	Añoranza	8''
-¿Para qué, para que siga mintiendo? ¿Acosándome para que acepte su presencia? Lo siento, señor Lapuente, no me interesa.	Antipatía	8''
-Gabriela, Gabriela, concédeme sólo unos minutos para hablar contigo a solas; después te lo prometo me iré y no volveré a molestarte.	Persuasión	10''
-Mi respuesta es no, señor Lapuente. ¡Vámonos, Ramón! olvidate de esos reporteros.	Arrogancia	4''
-¡Maldita sea! Gabriela se da mucha ínfulas, pero ya le bajaré los humos, cuando sea mía. Entonces sabrá quién es Hugo Lapuente.	Indignación	10''
-No, Felix, Gabriela no se prestaría a una cosa así. Su relación con ese hombre debe ser cierta.	Conjetura	8''
-No, no eso se acabó, Gabriela es para mí sólo un bello recuerdo que jamás olvidaré.	Añoranza	8''
-¡Maldito! ¡Así que se largo a Puerto Vallarta siguiendo a Gabriela!	Antipatía	4''
-¡Estúpido! Y creyó que podría engañarme! ¡Le enseñaré que conmigo no se juega! ¡Hugo Lapuente, te vas a arrepentir hasta de haber nacido! También mi querida primita recibirá lo suyo, porque de Violeta Ibarrola nadie se burla.	Indignación	21''

INDICADORES	PAUTA	T I E M P O
-¡Ay, Armando! No tengo por qué alterarme. La noticia es una prueba más, que viene a confirmar lo que ya sabía.	Resignación	6''
-Esta bien, esta bien. Es algo personal, íntimo, que sólo guardaba para mí. Sin embargo, te lo voy a decir: ¡yo también estoy enamorado de Gabriela Ibarrola!	Sinceridad	18''
-¿Tú? ¿Qué quieres aquí? Que yo sepa, nadie la invitó. -¡Déjame pasar! -¡No, no y no! Aquí no queremos aves de mal agüero; así que ya puedes irte regresando por donde veniste, chula. -¡Haste a un lado, maldito, ni tú ni nadie me va a cerrar el paso! -Siempre que nos vemos, tratas de ofenderme, pero ni creas que me doy por enterado. ¡Y quitame si puedes!	Antipatía	25''
-Soy yo, Gabriela. ¿Te sorprende verme aquí? ¡maldita embustera!	Antipatía	5''
-¡Sí, soy yo, y vengo a pelear por lo que me pertenece! No dejaré que me vuelvas a despojar. Hugo Lapuente es mío. ¿entiendes? ¡mío!	Arrogancia	9''

CAPITULO 59

Transmitido el 14 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-¿Qué pasa, Gabriela? ¿Por qué no dices nada? No esperabas que, descubriera tu jueguito, ¿verdad?	Conjetura	6''
-En primer lugar, no soy tu marido. Y en segundo, no eres nadie para meterte en mis asuntos.	Reproche	12''
-¿Entonces, qué papel juegas en tu vida? ¿eh? ¿por qué me tienes viviendo en tu casa?		
-¡Como sea! Si en este momento soy tu <u>mu</u> jer, ¿por qué me engañas? Dijiste que ibas en viaje de negocios.	Reproche	6''
-¡Tú no te metas, maldito, ya me tienes harta!	Indignación	11''
-¡Ya basta, Violeta! ¡Vete de aquí ahora mismo!		
-Sí, si claro que iré. Y antes, te voy a dar una lección que no olvidarás mientras vivas.		
-¡Dájame, Hugo, suéltame, ésta tiene que aprender a no meterse conmigo!	Indignación	4''
-No me iré hasta ajustarle las cuentas a mi queridísima primita.	Indignación	4''
-¡No! Hugo ¡Bájame, bájame! Tengo que cobrarle a Gabriela todas las que me debe.	Indignación	5''
-Esta misma noche quiero estar lo más lejos posible de Violeta.	Resolución	3''
-¡Vaya, hasta que te apareces, Evaristo! Qué manera de recibirme, Ofelia. Pensé que te daría gusto verme. No digas tonterías y entra, que tenemos mucho de que hablar. Te deje recado en todas partes, para que vinieras a mi casa y ya pasaron quince días. ¿Dónde andabas?	Reproche	19''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
<p>-Y ahora se ha convertido en un obstáculo para conseguir nuestros propósitos.</p> <p>-No pretenderás que se largue, para que yo ocupe su lugar atrás de un escritorio, ¿verdad?</p> <p>-De eso se trata, precisamente, Evaristo.</p> <p>-Quieres dinero, ¿no? Pues hay que hacer algo para conseguirlo.</p> <p>-Buena, pos sí me urge la lana, pero...</p>	Ambición	21''
<p>-¡No hay pero que valga! Es necesario tomar una decisión ahora mismo: tenemos que eliminar a Lorenzo y a Rómulo de nuestro camino.</p> <p>-A ver, a ver, a ver, barájámela más despacio, Ofelia. ¿Qué quieres decir con "eliminar"?</p> <p>-Eso que estás pensando Evaristo, sería bueno que primero acabáramos con Rómulo; y después nos ocuparemos de Lorenzo.</p>	Resolución	23''
<p>-Mataste a Rufiño, ¿ya se te olvidó?</p> <p>-Eso es lo que quisiera. Mi embarranchándome dejó de acordarme que sus ojos siguen mirándome y acusándome del crimen, aún después de muerto.</p>	Remordimiento	16''
<p>-Pues tendrás que acostumbrarte, porque no será esa la única muerte que cargues en tu conciencia.</p>	Amenaza	8''
<p>-¡Ya, cállate, no seas cobarde! ¿Prefieres que Rómulo nos delate con la policía, de la muerte de Anselmo Ibarrola?</p>	Indignación	7''
<p>-Yo no tuve nada que ver en eso, tú lo planeaste con él.</p> <p>Nadie te creerá. Y tú también te encerrarán por ser mi cómplice. No lo olvides, Evaristo.</p> <p>¿Por qué lo hiciste, Ofelia? Ni matándolo ganaste nada.</p>	Reproche	14''
<p>-Lo hecho, hecho está, Ahora hay que pensar en cómo asesinar a Rómulo, para que no falle. ¿Estás dispuesto?</p>	Resolución	10''

INDICADORES	PRUTA	TIEMPO
-No te puse un puñal para que viniéramos a Puerto Vallarta, ¿de acuerdo?	Persuasión	16''
-No, pero hablas y hablas y hablas y hablas hasta que te convenzo. Y tomándola iniciativa, Rodrigo Sulkin toma el primer avión para volar en busca de su amada.		
-Ay, no te preocupes, Rodrigo, no existe esa posibilidad, porque Gabriela Ibarrola nunca se fijara en mí.	Resignación	7''
-Entonces es cierto, Armando, estás enamorado de ella.	Sinceridad	14''
-¿Y eso qué? Puedo amarla sin que ella lo sepa, porque estoy muy consciente de que jamás correspondería a ese amor.		
-¿Pero, cómo puedes saberlo? Tampoco tú has hablado con Gabriela personalmente.	Conjetura	5''
-¡Qué poca imaginación, Armando! ¡Hugo La-puente fue la manzana de la discordia!	Prejuicio	16''
-No lo puedo creer, debe haber un error.		
-Mientras te esperaba, un grupo de personas, junto a mí, comentaba el suceso; y otros se burlaban, ¡claro!		
-¡Ay! Pues que no debo tomar en cuenta a mi prima Violeta. Cada una de nosotras ya tiene su vida y...No tenemos porqué volver a encontrarnos.	Resolución	9''
-¡Ay, "darling"! no sabes qué alegría me da oírte decir eso. La tal Violeta es como una piedra en el zapato que hay que sacudirse y seguir adelante.	Consejo	9''
-Contigo nunca podría enojarme, Ramón, porque más que un amigo eres, eres, como mi hermano.	Benevolencia	13''
-Ay, gracias Gaby, yo también te quiero mucho; y para demostrártelo, te voy a dar una gran noticia.		

INDICADORES	PAUTA	TIE (pp)
-Y triunfar, Gabrielita, triunfar, porque tu seguirás triunfando como concertista y ahora también a nivel internacional.	Optimismo	8''
-Pero, ¿te parece poco el escándalo que hiciste? Seguramente ya salió publicado en todos los periódicos del país. ¿Y eso qué? Nunca cae mal un poco de publicidad. A mí me puede perjudicar muy gravemente en mis negocios.	Dignidad	15''
-No me digas que los hombres con los que tratas son muy decentes; yo conozco bien a esa clase de tipos. Todos son casados, con esposas, hijos y hasta perro; pero cuando se trata de destramparse, buscan otra clase de mujeres.	Reproche	14''
-Ese no es mi problema. Yo debo conservar mi imagen de hombre serio y formal. Mi vida personal debe ser privada. -A menos que se te ligue con mujeres como Gabriela Ibarrola ¿verdad?	Dignidad	14''
-Por favor, Hugo, ¿qué buscas en Gabriela? Yo soy más mujer que ella, te lo he demostrado mil veces.	Antipatía	7''
-Sí, sí tu me enloqueces cuando te tengo cerca. Tu pasión me embotaba los sentidos y te deseo más y más. -¿Así?	Sedución	20''
-Sí, Violeta, déjame hundirme en el fuego de tus besos para no pensar, no pensar.		
-Hugo, Hugo, no quiero que vuelvas a pensar en Gabriela, ¿entiendes? Debes olvidarla para siempre.	Persuasión	7''
-Pos haría bien en regresarse a su casa, porque es muy peligroso andar de noche por esos caminos de Dios.	Recomendación	7''

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Eres una impertinente, y no te permito que me hables así. -No dije nada malo, señora Ofelia, eso es lo que pienso. -¡Pues guárdate tus pensamientos hasta el día en que te largues de aquí!	Indignación	13''
-¿Qué no? Cuando yo sea la dueña de todo esto, te echaré a la calle junto con esa mocosa de Trini.	Ambición	8''
-La ambición es mala consejera, señora Ofelia. Acuérdense de lo que le pasó a la señorita Violata; "usted" y ella son iguales.	Consejo	11''
-¡Lárgate de aquí, Tomasa, no quiero verte! - "Usted" no puede echarme de aquí, porque no está en su casa, ni lo estará nunca, mientras viva mi niña Gabriela.	Indignación	12''

CAPITULO 60

Transmitido el 15 de mayo de 1992.

INDICADORES	PAUTA	TIEMPO
-Debe ser un hombre muy inteligente el señor Serret.	Conjetura	3''
-Yo, sólo quiero saber si es atractivo, vaya.	Duda	3''
-Mucho, Ramón; por eso, y porque tiene nobles sentimientos, me enamoré de él.	Añoranza	5''
-Para mí que tu Marcial dijo la verdad, porque esa Violeta es como una hiedra venenosa. ¡Es, de lo peor!	Conjetura	7''
-¿Después de todo el tiempo que ha pasado? Sí, creo que Marcial fue víctima del engaño de Violeta.	Conjetura	6''
-...Sin embargo, mi camino y el de Marcial llevan rumbos diferentes y no estamos destinados a encontrarnos. De él sólo me queda: su recuerdo.	Añoranza	14''
-Esto, no es justo, Gabrielita merece ser feliz.	Benevolencia	3''
-Tal vez, Ramón, pero a veces la felicidad es como una estrella fugaz. ¡Inalcanzable!	Reflexión	7''
-Por favor, trata de evitar mencionar su nombre delante de mí, es más, no quiero volver a saber nada de ella. ¿Esta claro?	Resolución	8''
-No sé lo que haré. Tengo que arrancarla de mi mente. ¡Gabriela, Gabriela! ¿Por qué tenía que haberte conocido?	Obsesión	13''
-Es que me da rabia pensar que cuando me tines en tus brazos, crees que estás con ella.	Antipatía	4''
-Siento celos de Gabriela. Es absurdo, siendo tan fría, tan imperturbable, tan indiferente, se te haya metido en el cerebro y no la puedas olvidar.	Antipatía	10''

INDICADORES	PAUTA	TIE (PO)
-Tu sensualidad y tu temperamento pasional, eso es, lo que me hace vivir. Por eso te mantengo a mi lado.	Halago	7''
-Y nunca te voy a defraudar, amorcito. Pero, tienes que consentirme, que cuidarme, darme todo lo que quiera, rodearme de lujos y comodidades.	Interés	11''
-Cren, no podrás quejarte, Vinleta, vives con una reina. ¡Pero ay de ti, si algún día intentas abandonarme!	Amenaza	10''
-Estoy pensando que lo único que quieres es ponerme en mal con Gaby; y eso no es justo.	Indignación	6''
-...yo también me siento orgulloso de que mi trabajo como oceanógrafo haya sido reconocido en mi país.	Satisfacción personal	5''
-Porque la esperanza es lo último que muere. Hay que darle una ayudadita y tú no has querido buscar a Gabriela; y eso que por el periódico siempre sabemos dónde está.	Añoranza	21''
-No, Felix, si el destino nos vuelve a reunir, está bien, Y si los dos somos libres para entonces y ya olvidamos el pasado.		
-¿Y si no soy lo que ella quiere? No, prefiero vivir de los recuerdos y morirme con la esperanza, a volver a mirar el desprecio en los ojos de Gabriela.	Resignación	12''
-Es un álbum. En el colecciono todos los recortes que salen publicados de Gabriela Ibarrola.	Obsesión	21''
-¡Armando! ¿Cómo puedes amarla así, sin esperanza; mientras yo me muero de rabia cada noche, por no poder tenerla en mis brazos?		
-Te lo dije, Gabriela, en cada una de tus presentaciones el público se te entrega.	Satisfacción personal	11''
-Sí, Olga, es maravilloso. Escuchar esos aplausos es como un alimento para mi alma.		

3.5 La frecuencia y el tiempo en Violeta.

En la siguiente tabla se muestra la cuantificación de las pautas de conducta y su tiempo con la respectiva frecuencia relativa, encontradas en orden de aparición en la radio novela:

V I O L E T A

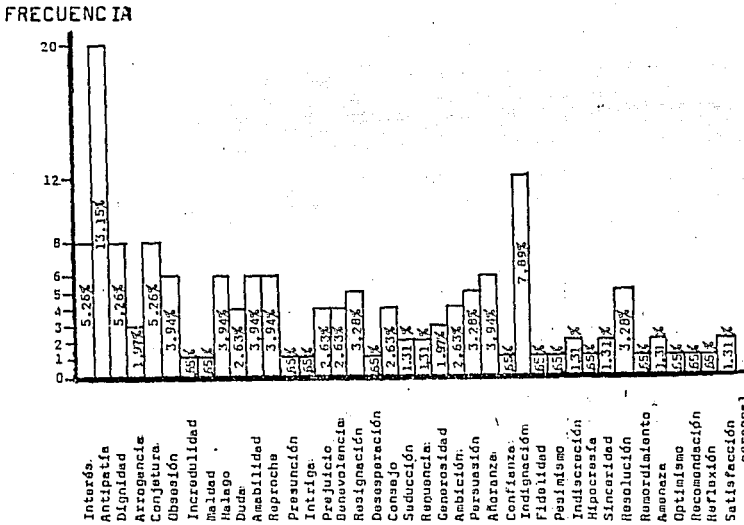
PAUTAS	FRECUENCIA	%	TIEMPO	%
Interés	8	5.26	1'12''	4.8
Antipatía	20	13.15	2'38''	10.66
Dignidad	8	5.26	1'6''	4.45
Arrogancia	3	1.97	21''	1.41
Conjetura	8	5.26	55''	3.71
Obsesión	6	3.94	1'33''	6.27
Incredulidad	1	.65	8''	.53
Maldad	1	.65	9''	.60
Halago	6	3.94	38''	2.56
Duda	4	2.63	26''	1.75
Amabilidad	6	3.94	1'3''	4.25
Reproche	6	3.94	1'28''	5.93
Presunción	1	.65	7''	.47
Intriga	1	.65	6''	.40
Prejuicio	4	2.63	51''	3.44
Bonavolencia	4	2.63	50''	3.37
Resignación	5	3.28	38''	2.56

V I O L E T A

PAUTA	FRECUENCIA	%	TIEMPO	%
Desesperación	1	.65	13''	.87
Consejo	4	2.63	50''	3.35
Seducción	2	1.31	29''	1.95
Renuencia	2	1.31	15''	1.01
Generosidad	3	1.97	27''	1.82
Ambición	4	2.63	55''	3.71
Persuasión	5	3.28	53''	3.57
Añoranza	6	3.94	1'6''	4.45
Confianza	1	.65	27''	1.86
Indignación	12	7.89	1'43''	6.95
Fidelidad	1	.65	13''	.87
Pesimismo	1	.65	3''	.20
Indiscreción	2	1.31	12''	.80
Hipocresía	1	.65	10''	.67
Sinceridad	2	1.31	32''	2.15
Resolución	5	3.28	53''	3.57
Remordimiento	1	.65	16''	1.07
Amenaza	2	1.31	18''	1.21
Optimismo	1	.65	8''	.53
Recomendación	1	.65	7''	.47
Reflexión	1	.65	7''	.47
Satisfacción personal	2	1.31	16''	1.07
T O T A L	152	99.76 %	24'42''	99.78 %

Gráfica de frecuencias por orden de aparición en:
Violeta.

La presente gráfica representa la cuantificación anterior de pautas, que arrojó Violeta. Sobre la línea vertical se encuentra la frecuencia.



Sobre la línea horizontal se ubican las barras que representan las pautas con respecto a su porcentaje, que a continuación se explicarán.

3.5.1 Intepretación de las frecuencias por orden de aparición
en: Violeta.

En el análisis de contenido realizado a la radio novela Violeta, se encontraron 39 pautas de conducta que al cuantificarlas hacen un total de 151 pautas, con un tiempo de 24 minutos con 42 segundos. Estos dos aspectos (tiempo y frecuencia) se gratificaron por separado.

En la gráfica de frecuencias se observó que el patrón de conducta que sobresalió fue la antipatía con 20 repeticiones, equivalente al 13.15 %. A diferencia de la indignación que tiene el 7.97 % con frecuencia de 12.

Abajo de estas dos pautas preponderantes, se encuentra el 5.26 % perteneciente al interés, la dignidad y la conjetura con una frecuencia de 8.

Obsesión, halago, amabilidad, reproche y añoranza son patrones de conducta que inciden en frecuencia de 6, equivalentes al 3.94 por ciento, que se podrían considerar dentro de las pautas regularmente aparecidas al igual que la frecuencia 4, que registra tres pautas de conducta: el prejuicio, la benevolencia y la ambición con el 2.63 por ciento.

El 1.97 % con frecuencia 3, útica solo dos conductas: la arrogancia y la generosidad.

En esta gráfica también se puede observar que el grupo de pautas más numerosas, pero que menos veces se repitieron individualmente fueron las siguientes:

GRUPO de 1 (.65 %)

Confianza	Presunción
Fidelidad	Intriga
Pesimismo	Desesperación
Hipocresía	Optimismo
Remordimiento	Recomendación
Incredulidad	Reflexión
Maldad	

GRUPO de 2 (1.31 %)

Sedución
Renuencia
Indiscreción
Amenaza
Sinceridad
Satisfacción personal

En esta radionovela se había planteado que la pauta de conducta que se transmitiría en la radionovela Violeta, sería la ambición, debido a que en la trama se observa que Violeta es una mujer que a través de sus encantos naturales intenta, a costa de todo conseguir riqueza y poder.

Sin embargo esta pauta sólo apareció 4 veces durante 55 segundos a diferencia de antipatía e indignación que fueron las que sobresalieron del grupo de pautas.

Por otro lado, el señor Lauro Alvarado, al referirse a las pautas que manejaba esta radionovela mencionó que la trama " se centraba en Violeta, una mujer llena de amargura y rencor, lo que la lleva a la autodestrucción sentimental".

Se puede deducir en esencia tres pautas de conducta: el rencor, la amargura y la autodestrucción. De lo anterior se puede decir que ellos como personas que eligen los temas, si saben las pautas que transmite, aunque no de manera consciente (más adelante se explicará), pues también en este caso varias pautas que arrajá nuestro estudio tienen analogía con las que él mencionó. Aunque no sean textualmente iguales.

La razón por las que se transmitió antipatía, indignación, obsesión y reproche, buena parte del tiempo fue por que la protagonista, Violeta, se gana muchos enemigos por su manera aversiva de ser, que provoca ira de sus semejantes.

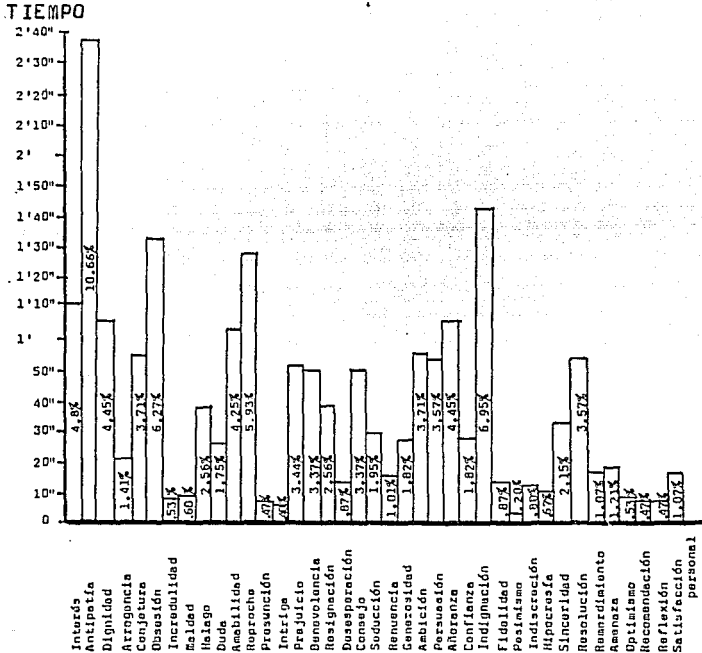
Se observa que los comportamientos de los actores en la trama se dejaban llevar por el impulso movido por la obsesión. Esta provocó la recriminación de unos personajes con otros.

Por otro lado, estuvo la añoranza que es el comportamiento en el que se expresa nostalgia por la ausencia de una persona o cosa.

Y el interés que es la conducta que inclina el ánimo de una persona a otra. Estas pautas ya no tuvieron una relación con las cuatro primeras. Sin embargo, es obvio pensar que se introdujeron para dar variedad a la trama.

Gráfica de tiempo por orden de aparición en la radionovela:
Violeta.

Esta gráfica indica el tiempo que ocupó cada pauta de conducta en la radionovela ya referida. En la línea vertical se ubica el tiempo.



En la horizontal se representa a través de las barras el tiempo al aire de cada pauta, con su respectivo porcentaje. Lo anterior se interpretará a continuación.

3.5.2 Interpretación del tiempo por orden de aparición en:
Violeta.

En la interpretación de esta gráfica se siguió una mecánica diferente a la de Amarra ciudad, debido a que el resultado de la cuantificación en tiempo no era tan variado como en la anterior ración. Además el tiempo en Violeta, coincidió en varias ocasiones en la cuantificación de pautas.

De todas las pautas de conducta sobresale la antipatía que se reiteró 20 veces con un total de tiempo de 2 minutos 38 segundos, equivalente al 10.66 por ciento.

Por otra parte, se encontraron siete pautas de conducta que no alcanzaron el tiempo anterior, pero sí más del minuto como: la indignación que obtuvo 1'43" (6.95 %), que corresponde a una frecuencia de 12. Las otras seis pautas son:

Obsesión, amabilidad, reproche y añoranza que inciden en un tiempo de 1'33", (6.27 %); 1'23", (4.25 %); 1'28", (5.93 %) y 1'6" (4.45 %) respectivamente. El último dato de este bloque se refiere a la dignidad, que aunque tiene una frecuencia de 8, coincide con el mismo tiempo (1'6").

En el mismo grupo de frecuencia 6, hay una excepción que tiene un tiempo sólo de 38 segundos (2.56 %), que casualmente coincide con la misma duración en la conducta, resignación, pero que difiere en la frecuencia, pues resignación tiene 5.

El 4.8 % pertenece al tiempo 1'12" de la pauta interés que suma la frecuencia 8. Existe otra pauta de la misma frecuencia que no obtiene el mismo tiempo, que es la conjetura que dura 55 segundos con el 3.71 %, y coincide en tiempo con la conducta ambición,

pero esta última pertenece a la frecuencia 4.

Otro caso igual es la generosidad y la confianza, patrones que cuantifican frecuencias de 3 y 1. Pero concuerdan en la duración de 27 segundos, con 1.82 %.

Por otra parte el recordimiento y la satisfacción personal obtienen un tiempo de 16 segundos (1.07 %) y una frecuencia de 1 y 2 respectivamente.

Otras pautas que comparten el tiempo y frecuencia son: la recomendación, reflexión, presunción, que corresponden a la frecuencia 1, con un tiempo de 7" y el .47 por ciento.

El .53 % incurre en el tiempo 8", que pertenece a las pautas: optimismo e incredulidad del grupo 1. En el mismo grupo están la fidelidad y la desesperación con 13" equivalente al .87 %.

Las conductas benevolencia y consejo tienen un mismo tiempo y porcentaje de 50" con 3.37 %, ubicadas en la frecuencia 4.

Las anteriores pautas se ordenaron del tiempo mayor al menor. Durante nuestra descripción consideramos las que coincidían en la frecuencia y no en el tiempo o viceversa, quedando rezagadas las siguientes:

Pesimismo	3''	representando el	.20 %
Intriga	6''	"	.40 %
Maldad	9''	"	.60 %
Hipocresía	10''	"	.67 %
Indiscreción	12''	"	.80 %
Renuencia	15''	"	1.01 %
Amenaza	18''	"	1.21 %
Sedución	29''	"	1.95 %

Sinceridad	32''	representando	el 2.15 %
Arrogancia	21''	"	" 1.41 %
Duda	26''	"	" 1.75 %

Como se observa tanto en frecuencia como en tiempo, las pautas interés y dignidad sobresalen a lo largo de la radionovela. Le preceden amabilidad y añoranza, dando variedad en la trama.

Una vez que cuantificamos, graficamos e interpretamos las pautas de conducta de acuerdo a su variación, en frecuencia y tiempo, para después ordenarlas en características comunes, procederemos a presentar las mismas. Pero ahora agrupadas estadísticamente con el fin de graficar y visualizar la cuantificación en tiempo y frecuencia.

Tabla de frecuencias de datos agrupados
en la radionovela Violeta.

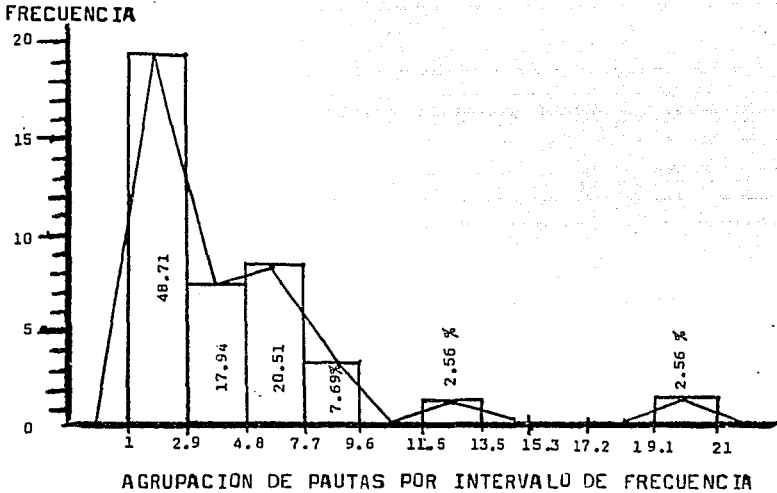
Los siguientes datos se agruparon estadísticamente con el fin de graficar y visualizar la cuantificación de las pautas de conducta ocurridas en la radionovela.

1 Incredulidad	2 Seducción	5 Resignación
1 Maledad	2 Renuencia	5 Persuasión
1 Presunción	2 Indiscreción	5 Resolución
1 Intriga	2 Sinceridad	5 Obsesión
1 Desesperación	2 Amenaza	6 Halago
1 Confianza	2 Satisfacción personal	6 Amabilidad
1 Fidelidad	3 Arrogancia	6 Reproche
1 Pesimismo	3 Generosidad	6 Afianza
1 Hipocresía	4 Duda	8 Interés
1 Remordimiento	4 Prejuicio	8 Conjetura
1 Optimismo	4 Benevolencia	8 Dignidad
1 Recomendación	4 Consejo	12 Indignación
1 Reflexión	4 Ambición	20 Antipatía

LIMITE DE INTERVALO	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	MARCA DE CLASE
1 - 2.9	19	48.71 %	1.95
2.9 - 4.8	7	17.94 %	3.85
4.8 - 7.7	8	20.51 %	6.25
7.7 - 9.6	3	7.69 %	8.65
9.6 - 11.5	0	0	10.55
11.5 - 13.4	1	2.56 %	12.45
13.4 - 15.3	0	0	14.35
15.3 - 17.2	0	0	16.2
17.2 - 19.1	0	0	18.15
19.1 - 21	1	2.56	20.05
	<hr/> 39	<hr/> 99.97 %	

Gráfica de frecuencias de datos agrupados en la radionovela:
Violeta.

En esta gráfica se muestran los datos agrupados de la radionovela ya mencionada. La línea vertical representa la frecuencia.



En la línea horizontal se indican los intervalos entre los que se encuentran las pautas de conducta, con respecto a su porcentaje y marca de clase.

3.5.3 Interpretación de la frecuencia de datos agrupados en la radionovela: Violeta.

En esta gráfica se presenta la concentración de las pautas de conducta de acuerdo a como se ordenaron estadísticamente en la radionovela Violeta.

INTERVALO 1 - 2.9

En el primer intervalo se concentran 19 de 39 pautas de conducta que aparecieron a lo largo de todo el material analizado de la radionovela. Lo que representa el 48.71 % del total.

Esto significa que casi la mitad de las pautas se transmitieron entre 1 y 2 veces y estos grupos tuvieron cada uno un porcentaje de 33.33 % y 15.38 %. Estas son las siguientes.

Se repitieron 1 vez (33.33 %)

Incredulidad	Pesimismo
Maldad	Hipocresía
Presunción	Remordimiento
Intriga	Optimismo
Desesperación	Recomendación
Confianza	Reflexión
Fidelidad	

Se repitieron 2 veces (15.38 %)

Sedución
Renuencia
Indiscreción
Sinceridad
Amenaza

Satisfacción personal

INTERVALO 2.9 - 4.8 y 4.8 - 7.7.

Se concentraron 7 de las 39 pautas, lo que representa el 17.94 por ciento, esto significa que en ésta radionovela se dividieron en más variados intervalos las pautas, pues también el siguiente intervalo 4.8 - 7.7, contiene un número significativo de pautas (8), que representa el 20.51 %.

Las pautas encontradas en ambos intervalos se dividen en 3, 4, 5 y 6 veces repetidas, con el siguiente porcentaje con relación al total.

3 veces repetidas (5.12 %)

Generosidad
Arrogancia

4 veces repetidas (12.82 %)

Duda
Prejuicio
Benevolencia
Consejo
Ambición

5 veces repetidas (7.69 %)

Resignación
Persuasión
Resolución

6 veces repetidas (12.82 %)

Obsesión
Halago
Amabilidad
Reproche
Añoranza

INTERVALO 7.7 - 9.6,

En el cuarto intervalo se observa un descenso notable en el número de pautas que alcanzaron tan sólo el 7.69 % en con relación a las demás. Al igual que en la otra radionovela, en su respectiva

gráfica que representa las frecuencias por orden de aparición, también aquí disminuye el número de pautas paulatinamente, mientras aumentan las veces que se repitieron estas en la radionovela.

En este intervalo se encuentran: interés, dignidad y conjetura, las tres con 8 apariciones.

INTERVALO 11.5 - 13.4 y 19.1 - 21.

Y se constató lo anteriormente dicho con los intervalos 11.5 - 13.4 y 19.1 - 21, con la indignación y antipatía. Ambas por separado representan el 2.56 % con relación a las demás pautas.

Una vez ordenadas las pautas de conducta en grupos de frecuencias, procederemos a ordenar el tiempo que esta radionovela transmitió.

Tabla del tiempo agrupado en la radionovela Violeta.

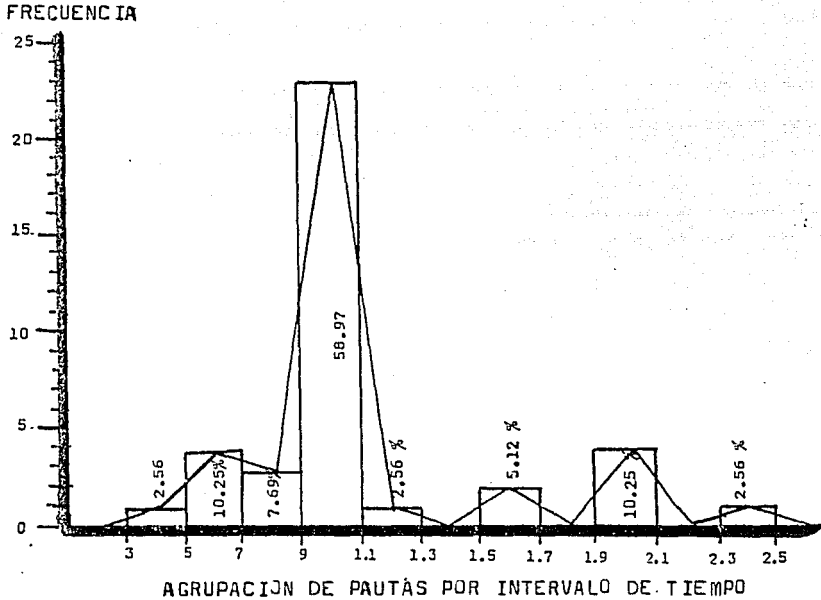
Los presentes datos se agruparon estadísticamente con el fin de graficar y visualizar el tiempo de las pautas de conducta ocurridas en la radionovela.

3" Pesimismo	16" Remordimientos	51" Prejuicio
6" Intriga	16" Satisfacción personal	53" Persuasión
7" Presunción	18" Amenaza	53" Resolución
7" Recomendación	21" Arrogancia	55" Conjetura
7" Reflexión	26" Duda	55" Ambición
8" Incredulidad	27" Generosidad	1'3" Amabilidad
8" Optimismo	27" Confianza	1'6" Dignidad
9" Maldad	29" Seducción	1'6" Amargura
10" Hipocresía	32" Sinceridad	1'12" Interés
12" Indiscreción	38" Halago	1'28" Repreche
13" Desesperación	38" Resignación	1'33" Obsesión
13" Fidelidad	50" Benevolencia	1'43" Indignación
15" Renuncia	50" Consejo	2'38" Antipatía

LÍMITE DE INTERVALO	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	MARCA DE CLASE
3" - 5"	1	2.56 %	.4
5" - 7"	4	10.25 %	.6
7" - 9"	3	7.69 %	.8
9" - 1'1"	23	58.97 %	1
1'1" - 1'3"	1	2.56 %	1.2
1'3" - 1'5"	0	0	1.4
1'5" - 1'7"	2	5.12 %	1.6
1'7" - 1'9"	0	0	1.8
1'9" - 2'1"	4	10.25 %	2
2'1" - 2'3"	0	0	2.2
2'3" - 2'5"	1	2.56 %	2.4
	<hr/>	<hr/>	
	39	99.96 %	

Gráfica del tiempo agrupado en la radionovela:
Violeta.

En esta gráfica se representa le tiempo agrupado por intervalos. En la línea vertical se representa la frecuencia.



En la línea horizontal se indica el tiempo dividido en intervalos.

3.5.4 Interpretación del tiempo por datos agrupados en la radionovela Violeta.

Como se observa en esta gráfica, se presenta la concentración de pautas de conducta de la radionovela Violeta, con respecto a su tiempo, de acuerdo a como se ordenaron estadísticamente.

De las cuatro gráficas ordenadas estadísticamente, esta presenta una variación con relación a las otras, pues el intervalo en el que se presenta el mayor número de pautas, es el 9" - 11", que es el cuarto intervalo de izquierda a derecha.

A diferencia de las tres anteriores gráficas, se observa que la primera barra es más alta, pues su frecuencia es de 23.

En esta gráfica, el primer intervalo tiene una duración entre 3 y 5 segundos, donde sólo se encuentra la pauta pesimismo (3").

En el intervalo 5" - 7" aumenta el número de pautas con 4. En este caso se encuentra intriga (6"), presunción (7"), recomendación (7") y reflexión (7") que en total representa el 10.25 %.

En el siguiente intervalo 7" - 9", desciende el número de pautas nuevamente con 3, que juntas representan el 7.96 %, estas son: optimismo 8", incredulidad 8" y maldad 9".

El intervalo 9" - 11" es el que contiene 23 pautas, que representa el 58.97 % del total.

Estas son:

10" Hipocresía	18" Amenaza	38" Resignación
12" Indiscreción	21" Arrogancia	50" Benevolencia
13" Desesperación	26" Duda	50" Consejo
13" Fidelidad	27" Generosidad	51" Prejuicio
15" Renuencia	27" Confianza	53" Persuasión
16" Remordimiento	29" Seducción	53" Resolución
16" Satisfacción personal	32" Sinceridad	55" Conjetura
	38" Halago	55" Ambición

Como ya se mencionó, hasta este cuarto intervalo se concentró el mayor número de pautas, pues como se observa en los siguientes intervalos desciende el número de pautas. Tal es el caso de las pautas localizadas en 1'1" - 1'3", donde sólo se encuentra amabilidad con 1'3" que representa el 2.56 %.

En el intervalo 1'5" - 1'7", sólo existen 2 pautas: añoranza con 1'6" y dignidad con el mismo tiempo, que representan el 5.12 por ciento.

En el intervalo 1'9" - 2'1" se encuentra un aumento de pauta (4), que representan el 10.25 % con: interés (1'12"), reproche (1'28"), obsesión (1'33") e indignación (1'43").

Por último se encuentra la pauta de conducta antipatía que tiene 2'38" de duración en toda la radionovela y se encuentra ubicada en el intervalo 2'3" - 2'5" convirtiéndose en la más transmitida.

3.6 De la radio a la casa.

Desde inicios de la radio, anunciar artículos para el hogar, en programas para las señoras de la casa, demostró ser un negocio redituable para los patrocinadores de radionovelas y empresas radiofónicas.

En algún tiempo (40's y 60's), tanto fue su éxito de este género radiofónico que las grandes compañías, no sólo se anunciaron, sino que formaron su propia producción de radionovelas. Estas eran quienes decían qué novelas salían al aire, con qué actores, escritores y productores. Colgate Palmolive y Protector and Gamble, fueron principalmente las empresas que intervenían en la realización de radionovelas.

Pero la decadencia de este género se vino opacado por los cambios políticos y socioeconómicos del país, por el desgaste de temas, la aparición de la televisión, en fin que estas mismas compañías que ocuparon espacios en la radio, se retiraban, dejando a la deriva este género.

Hoy en día encontramos que la radionovela está iniciando un nuevo ciclo, pero ahora los anunciantes no mandan, ni producen radionovelas, sino compran y buscan el espacio donde anunciarse. Como lo afirma el actor en este género René Jonhakt.

Aunque el fin sólo era conocer las pautas de conducta en este estudio, no podían pasar desapercibidos los patrocinadores actuales en este espacio, pues son ellos quienes en función al tipo de escuchas y su número, financian la producción.

En la siguiente tabla, se muestra el número de veces y la duración que un comercial tiene en media hora de transmisión por día en la radionovela Amarra ciudad.

En el caso de la cifra entre paréntesis corresponde a la duración de un anuncio, el cual se multiplicó por las veces de aparición. Dando como resultado en esta tabla, el tiempo total de transmisión por días.

CUANTIFICACION DE ANUNCIANTES	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	TOTAL
PEPSI (31")	6	5	6	5	6	28
LECHERA (21")	3	3	3	2	3	14
SECCION AMARILLA (21")	1	2	2	3	2	10
DORIAN GREY (21")	1	1	0	1	1	4
EXCELSIOR (32")	1	0	0	0	0	1
CONSEJO NACIONAL DE LA PUBLICIDAD (10")	1	0	0	0	0	1
OBRA DE TEATRO (2'7")	1	0	0	0	0	1
MARGARINA REAL (21")	0	1	0	1	1	3
INFONAVIT (31")	0	1	1	1	1	4
RINBRUS (20")	0	0	1	1	1	3
T O T A L						69
CUANTIFICACION DEL TIEMPO DE ANUNCIANTES						
PEPSI	3'6"	2'35"	3'6"	3'35"	3'6"	15'28"
LECHERA	1'3"	1'3"	1'3"	42"	1'3"	4'54"
SECCION AMARILLA	21"	42"	42"	1'3 "	42"	3'30"
DORIAN GREY	21"	21"	0	21"	21"	1'24"
EXCELSIOR	32"	0	0	0	0	32"
CONSEJO NACIONAL DE LA PUBLICIDAD	10"	0	0	0	0	10"
OBRA DE TEATRO	2'7"	0	0	0	0	2'7 "
MARGARINA REAL	0	21"	0	21"	21"	1'3 "
INFONAVIT	0	31"	31"	31"	31"	2'4 "
RINBRUS	0	0	20"	20"	20"	1'
T O T A L						30'32"

Como se puede observar en la tabla, la radionovela Amarca ciudad, contó con nueve anunciantes de los cuales Pepsi, Sección Anarilla y La Lechera se anuncian toda la semana.

Pepsi, es la que compra buena parte del tiempo, puesto que al final en la entrada de la rúbrica de la radionovela dice: "Pepsi y la música tienen mucho en común y no tienen nada de oficial, presenté su radionovela, Amarca ciudad".

Por lo anterior ocupa 10 segundos más, aparte de las veces que se anuncia.

En el mismo caso se encuentra la radionovela Violeta, pues, en la entrada o salida de la rúbrica dice: "Comercial mexicana, la cadena de autoservicios más importantes del país presenta su radionovela Violeta". Ocupando 10 segundos más.

En esta radionovela Violeta, no se incluye en la tabla porque tiene como único patrocinador a Comercial mexicana, que ocupa en cada corte de 1 minuto con 43 segundos hasta 1 minuto con 46 segundos sumando un total de 6 minutos con 15 segundos aproximadamente por día y 32 minutos con 15 segundos corresponden al tiempo transmitido en toda la semana.

C O N C L U S I O N E S

SINTONIZANDO LA FRECUENCIA

Los medios de comunicación han tenido la tarea de moldear las conductas y encausar patrones de comportamiento, copiando el proceder de la masa que conviene al sistema. En algún tiempo fueron los medios impresos los que se encargaron de esa labor.

Con la era de la electrónica, fueron los medios de comunicación quienes moldearon y encausaron los patrones de conducta. Ellos obtuvieron resultados óptimos en esta difícil empresa, a través de la dramatización de las situaciones que ocurrían en ese momento en la sociedad.

Dicha dramatización era una manera idónea y atractiva de recrear patrones de comportamiento que convenían al Estado, pues representaban situaciones de manera natural, lo que atraía al oyente.

En México la radiodifusora XEW, estación pionera que ha tenido a su cargo la labor de encaminar estas conductas a través de radio y televisión desde los inicios de los medios, no sólo por medio de programas de opinión sino dramatizados, como las radionovelas, entre otros, ha reiniciado esta última actividad en los 90's, después de haberla desatendido.

Estos dos lustros de desaparición se debieron precisamente al desgaste de tópicos que no coincidieron con los patrones que se generaron en la realidad, por lo que los escuchas no lograron identificarse con la trama. Por ende, fueron disminuyendo éstas; así, como su producción.

VIOLETA ARRIBANDO A LA AMARGA CIUDAD

La ya mencionada reapertura de radionovelas, da inicio con la tradicional barra matutina el 24 de febrero de 1992, colocándose en un proceso introductorio que tiene la intención de captar escuchas que en algún tiempo se tuvieron, y educar a nuevas oyentes para que gusten de este género.

Esta meta la quiere lograr, incertando una trama tradicional, como la que se maneja en Amarca ciudad (radionovela analizada), pero traspolada a la actualidad. Ésta funge como un enlace de las radionovelas antiguas con las actuales, pues a través de un tema clásico, como es la llegada de campesinos a la ciudad en busca de fortuna, se introducen problemas cotidianos, como es la violación de las sirvientas por sus patrones, como ejemplo.

Otra manera de captar escuchas en la retransmisión matutina es el utilizar títulos con nombres de mujer, que siempre han sido del gusto del público como lo fue en el caso de Teresa y ahora Violeta. Esto se comprueba con la transmisión actual en la XEW de Lupita Rueda y Nimba.

Pareciera ser que esto que se menciona no es único en la radio, pues en la televisión ya se han dado casos de telenovelas con nombres de mujer que tienen éxito. Tanto, que actualmente arrancó otra telenovela con el nombre de María Mercedes.

Ambas radionovelas analizadas se constituyen dentro de este primer bloque de reapertura, como las que abrieron el mercado con temas tradicionales para vincularlos con situaciones actuales.

Las otras radionovelas que se transmitieron en esta barra diferían de los temas clásicos, por lo que, introdujeron nuevas; por

ejemplo, el esoterismo en Voces en la noche y el desen desmedido por poder en Ambición mortal. Lo que nos indica que esta emisora intenta educar a los nuevos oyentes, ya no con tramas trilladas, sino con la introducción de nuevos temas.

Hasta ahora se ha hablado de la función que tuvieron las radio novelas analizadas, respecto a su posición de series que forman parte de una reapertura, pero no se han mencionado las conductas que se manejaron en ambas radio novelas y su intención.

LAS BUENAS COSTUMBRES EN AMARGA CIUDAD

En lo que se refiere a Amarga ciudad los actores manifestaron durante la trama, conductas como la conjetura y la duda, esto es explicable si consideramos que es un género dramático. Además de que en este reinicio de radio novelas, el grupo Radiópolis, intentó atraer la atención de un público, que hace diez años, no escuchaba esta barra radiofónica en dicha estación, y que mejor manera de lograrlo, que imprimiendo suspenso a sus tramas, la duda del ¿qué pasará? el conjeturar ¿qué sucederá en el siguiente corte o capítulo?

Otra conducta que manifestaron los actores durante el 6.14 por ciento del tiempo de transmisión fue el consejo, que duró 2 minutos 11 segundos y se repitió 10 veces en el material analizado. Esta pauta se inclinó al aspecto religioso o moral.

Respecto a este punto, la XEW ha impreso en sus transmisiones, no sólo en las radio novelas sino en programas de opinión, enseñanzas morales bajo la óptica religiosa. Tal fue el caso de Nuestro hogar, emisión de los 70's, donde se invitaba a un sacerdote de-

terminadas días para dar su opinión respecto a temas de familia. Espacio vigente en el programa, El mundo de la mujer, de la misma estación.

Esto tiene que continuar en las futuras emisiones, pues se deberá reforzar aún más este tipo de conductas debido a la renovada relación Estado-Iglesia. No olvidemos que los medios de difusión tienen la tarea de reforzar pautas.

La anterior posición moralista se corroboraba al observar pautas como: fe, generosidad, resignación y benevolencia que tuvieron una aparición en tiempo de 1'26", 1'23", 1'24" y 1'24" respectivamente lo cual se considera como una incidencia regular, en relación con las demás pautas que se ligan con los preceptos de la Iglesia.

Como es de esperarse en la mayoría de las tramas de radio y televisión comercial, el apego a nuestras tradiciones difícilmente se encuentran contenidas en la actualidad. Prueba de ello es que su aparición en el estudio no fue frecuente. Pues sólo apareció una vez durante 10 segundos. Lo que demuestra que este contenido de radio-televisión, se caracteriza por retomar estereotipos ajenos a las costumbres de nuestra sociedad.

Una pauta que se planteó que sería preponderante al monitorear la trama, en un principio, fue el engaño. Pues la historia nos habla de una familia campesina que llega a la ciudad a buscar fortuna y se encuentra con "engaños". Patrón de conducta que no apareció en el análisis de contenido, y por lo tanto hace caer nuestra primera hipótesis.

DE MUJIGATA A LIBERTINA

En contraposición con los tintes moralista de Amarna ciudad, aparece Violeta, que es una mujer que por su manera aversiva de comportarse, provoca la ira de sus semejantes.

Con esta radionovela no sólo se reabren las brechas de series con nombre de mujer que han tenido éxito. También se da a conocer una protagonista que pasa de comportamientos libres a libertinos, manejando con altivez todas sus acciones e introduciendo para radio, una figura estelar que contrasta con la mujer sufrida y abnegada de otros años. Pero que al final se desprestigia y queda como ejemplo a no seguir, con lo que se reincide en el tinte moralista.

La señora de la casa en México, aún con su doble actividad es la generadora de buena parte de la educación en la institución familiar. Por lo que los programas que a ella se dirigen, aluden a conductas que ésta debe inculcar o prevenir a sus hijos.

No podemos asegurar que las futuras protagonistas de radionovelas estarán llenas de amargura y antipatía como se presentó esta, pero sí auguramos cómo algunas de las próximas emisiones de este género se desarrollarán en torno a una figura femenina.

Siendo Violeta la actriz principal y teniendo estas características ya marcadas, es de obviarse que los demás actores representarán situaciones de antipatía, indignación, obsesión y reproche.

Conductas que se constituyen como preponderantes en la trama con relación a las demás, pues aparecieron 2'28", 1'43", 1'33" y 1'28" respectivamente, que a pesar de contrastar con las ya mencionadas de la anterior serie, también llamaron la atención.

Las pautas que precedieron a las dichas, fueron el interés (1'12"), amabilidad (1'3") y añoranza (1'6") consideradas como acciones que dieron variedad a la trama. Estas se presentaron regularmente con relación a las demás.

En esta radionovela sí apareció la pauta que se pensaba sería la más reiterada, pero no con una incidencia preeminente, más bien fue regular, esta fue la ambición con el 2.63 % en frecuencia y 3.71 % en tiempo.

Paradójicamente ambas radionovelas transmitieron conductas diametrales opuestas, Amarra ciudad por un lado, aspectos moralistas relacionados con la fe que representa el 22.8 por ciento y, por otro, Violeta, manejando acciones agresivas equivalentes al 29.81 por ciento. Las dos radionovelas son estratégicas para el grupo Radinópolis por ser el vínculo de las radionovelas antiguas con las presentes. Con sus respectivas adecuaciones que ya se mencionaron en este escrito.

AMPLIANDO LA FRECUENCIA

A pesar de que a través del medímetro del Instituto Nacional de Radio Anunciantes (INRA), supimos que las escuchas de radionovelas eran las amas de casa, esto lo pudimos constatar por el tipo de comerciales transmitidos a lo largo de las dos radionovelas.

Por un lado, en Amarra ciudad la variedad de anuncios fueron desde refrescos de gas, con un porcentaje en tiempo del 41 %; hasta obras de teatro, con el 1.44 % en tiempo; pasando por anuncios de La Lechera con un 20 % en tiempo y mensajes reforzadores de la identidad familiar como son los del Consejo Nacional de la Publi-

cidad con el 1.44 por ciento, llegando hasta la propaganda del Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT), teniendo un porcentaje del 5.79 y terminando con anuncios de ropa interior Rinbros con un 4.34 por ciento.

A pesar de esta diversidad de anunciantes, se podría pensar en otro tipo de público escucha, que no se niega que existan; pero, consideramos que el mayoritario son las amas de casa, debido a que ellas son las que recomiendan al marido las compras que deben de hacer para la casa. Con lo que se confirma la orientación puramente comercial que tiene ahora la radio.

Un segundo público de escucha en importancia numérica, es el joven, pues Amarga ciudad fue patrocinado en un 41 por ciento del tiempo destinado a los anunciantes por Pepsi "y la música -juvenil- tienen mucho en común y no tienen nada de oficial". Esto se refuerza si consideramos que esta reapertura de la serie matutina busca como ya lo mencionamos educar a las nuevas generaciones de escuchas para que gusten del género. La manera en que llegaron a ellos fue con tramas donde se mostraban las buenas costumbres y los deseos de superación de una familia. Rasgos característicos de esta emisora.

Como es de esperarse, este público joven, no es principalmente, el consumidor potencial, por lo que en la otra radionove la Violeta únicamente se dirigió a la señora de la casa y esto lo hace a través de la cadena de tiendas Comercial Mexicana.

En este último bloque de anuncios continuamente se hacía alusión a los cuidados que debían tener las madres hacia sus hijos, utilizando las mercancías (comestibles, blancos, ropa, muebles, calzado entre otros), que ahí se anunciaban. Lo que indirectamen

te contribuía a cerrar, el círculo comercial entre las madres y su familia.

Violeta llegó a las amas de casa con un típico tema que es grato comentar entre las mujeres, pues por naturaleza humana es más atractivo hablar de las maldades o desavenencias de una persona que de su bienestar. De ahí su alto rating al finalizar esta radionovela en el mes de mayo (.69).

Resulta incierto aventurarse a predecir el futuro de la radionovela en México y en particular de su desarrollo en este consorcio, pues aún se encuentra en su fase de reintroducción y como tal, es un negocio que se acaba de abrir por lo que es susceptible de caer. Aún cuando haya habido pruebas previas de mercados.

Lo que se quiso matizar con base en este estudio, fue el camino que seguirán dichas series en sus pautas de conducta, si logran continuar en el gusto del público y la ingerencia que tendrán en éste a través de éstas pautas.

La radionovela Amarga ciudad y Violeta, se constituyeron como pilares introductorios de un mensaje comercial bien estructurado, dirigiendo principalmente a las amas de casa, ese público al que se le tenía que recordar que existía ese género radiofónico, y a los jóvenes, esas generaciones a las que se les busca educar con tópicos actuales en este género.

B I B L I O G R A F I A

1. ALBERT, Pierre y TUDESQ Andre-Jean, Historia de la radio y la televisión, (traduc. Diana Irene Galak C.) Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1982. pp. 171.
2. Análisis de contenido, (Selección de Lecturas del Centro de Estudios Interdisciplinarios de Apoyo a la Docencia), ENEP-Acatlán-UNAM, pp. 198.
3. BAENA, Guillermina, Instrumentos de investigación, Editores mexicanos unidos, México 1991, pp. 134.
4. BASSET, Luis (comp.), De las ondas rojas a las radios libres, Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1981, pp. 288.
5. BENASSINI, Claudia (comp.), Teorías de la comunicación en Estados Unidos y en Europa, Ed. De comunicación serie Iberoamericana, México 1986, pp. 169.
6. CASASUS, Josep María, Ideología y análisis de medios de comunicación, Ed. Mitre, España 1985, pp. 206.
7. COFFELT, Kennet, Técnicas de la televisión educativa, Ed. Oaxaca, México 1971, pp. 63.
8. CHAPMAN, Hal Ernest, La radiotelefonía al día, (traduc. Jorge H. Raffo), Ed. Nova, Buenos Aires 1945, pp. 240.
9. DE FLEUR, L. Melvin, Teorías de la comunicación masiva, Ed. Paidós, Buenos Aires 1980, pp. 251.
10. GONZALEZ, Llaca Edmundo, La opinión pública, Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, México 1977, pp. 69.

11. KAPLUN, Mario, Producción de programas de radio, Ed. El ledo, Alberto Maldonado, sino locus 1978, pp. 455.
12. MAQUAIL, Devis, Sociología de los medios masivos de comunicación, Ed. Paidós, Buenos Aires 1979, pp. 165.
13. MEJIA, Barquera Fernando, La industria de la radio y la televisión, Ed. Fundación Manuel Buendía A.C., México 1989, pp. 195.
14. MEJIA, Prieto Jorge, Historia de la radio y la televisión en México, Ed. Asociados, México 1972, pp. 322.
15. MORAGAS, Spa Miguel, Teorías de la comunicación, Ed. Gustavo Gili, 2a. edición, Barcelona 1984, pp. 362.
16. ORIVE, Riva Palacio, Estructura de la información 2, Ed. Pirámide, Madrid 1978, pp. 389.
17. PAOLI, Antonio, La comunicación, Ed. Edicol, México 1977, pp. 197.
18. PRIETO, Castillo Daniel, Elementos para el análisis de mensajes, Ed. Edicol, México 1979, pp. 186.
19. REED, Jhon Blake y HAROLDSEN Edwin O., Una taxonomía de conceptos de la comunicación, Ed. Nuevo mar, México 1977, pp. 175.
20. ROMO, Cristina, La otra radio, Coedición Fundación Manuel Buendía A.C. e Instituto Mexicano de la Radio, México 1990, pp. 190.
21. SANCHEZ, Vázquez Adolfo, Ética, Ed. Grijalbo, decimacuarta edición, México 1976, pp. 239.

22. SCHRAMM, Wilbur Lang, La ciencia de la comunicación humana, (traduc. Rogelio Carbajal), Ed. Roble, México 1963, art. "Investigación acerca de la comunicación los Estados Unidos" pp. 166.
23. SCHRAMM, Wilbur Lang, The proces and effect of mass comunicación, (traduc. libre), Ed. University of Illinois press urbana, Chicago 1977, pp. 997.
24. TOUSSAINT, Florence, Crítica de la información de masas, Ed. Trillas, 5a. impresión, México 1986, pp. 94.

H E M E R O G R A F I A

1. MEJIA, Barquera Fernando, "XEW: de la época de oro a las glorias pasadas", en el diario El Nacional, (suplemento en domingo), 10 de junio de 1990, p. 18.
2. MEJIA, Barquera Fernando, "Las escenificaciones radiofónicas desde 1930", en el diario El Nacional, (suplemento en domingo), 4 de marzo de 1990, p. 6.
3. PAREJA, Reynaldo, "El nacimiento de la radio", en rev. Comunicación y cultura (cuatrimestral), No. 8, julio de 1982, pp. 5-17.
4. PIÑA, Verónica, "La era digital llegó con la frecuencia modulada", en el diario El Nacional, (espectáculos), 29 de mayo de 1991, p. 8.
5. TORRES, Dora, "Lo que usted no vió en la radio", en rev. Del Consumidor, No. 53, noviembre de 1989, pp. 19-22.

6. VERA, Rodrigo, "Con la complacencia oficial, la radiodifusión es propiedad de un grupo cerrado", en rev. Proceso (semanal), No. 756, 29 de abril de 1991, pp. 6-11.
7. Ley Federal de Radio y Televisión, art. 16, en Diario Oficial de la Federación, martes 19 de enero de 1960, p. 3.
8. Medímetro del Instituto Nacional de Radio Anunciantes (INRA), Tabla global No. 1, rating de personas, de lunes a viernes, de 6 a 24 horas, meses: diciembre de 1991 y de enero a mayo de 1992.

F U E N T E S V I V A S

1. ALVARADO, Lauro, Coordinador de radionovelas, entrevista: "Las radionovelas", 25 de agosto de 1992, Oficinas del Grupo Radinópolis, ciudad de México.
2. MEJIA, Barquera Fernando, Investigador de la UNAM, información vía telefónica: "Sistema california", 28 de noviembre de 1991, ciudad de México.