

Nº 3



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ARAGON

“ LA VOZ DEL LOCUTOR COMO
REFORZADORA DE LA IMAGEN
DE LAS ESTACIONES DE
RADIO EN MEXICO ”

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA

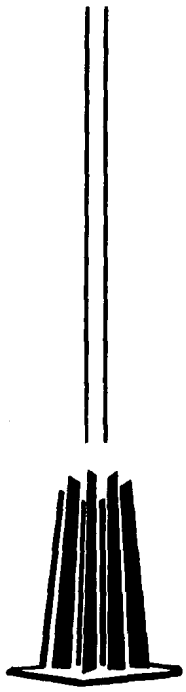
P R E S E N T A N

JULIA CABALLERO VIDAL
ERIKA VILLARREAL HERNANDEZ

ASESOR DE TESIS: SAUL SALGADO SALGADO

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

MEXICO, D. F. ENERO 1994



ENEP ARAGON



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.

A MIS PADRES

Porque todo lo que he logrado ha sido gracias a los seres que más amo en el mundo. Porque siempre han estado a mi lado compartiendo triunfos y fracasos, alegrías y tristezas. Pero sobretodo, porque fueron ellos quienes con su cariño, comprensión y apoyo me guiaron por el más bello de los caminos, enseñándome lo mejor de la vida. Por ello, hoy que he llegado aquí puedo decirles que juntos hemos triunfado.

Por estar conmigo, Gracias.

A MIS HERMANOS

Porque siempre hemos estado unidos compartiendo todos los momentos de nuestras vidas. Este triunfo también es de ustedes.

A LUZ, MARIEL, GUADALUPE Y MARTÍN

Por hacer felices a quienes amo.

ERIKA

En esta página destinada a los agradecimientos, externo uno muy sincero a mis padres ANTONIO CABALLERO y FIDELA VIDAL porque sin importarles el sacrificio para que finalizara mi formación profesional en el campo del Periodismo y la Comunicación Colectiva han sido mi sostén y mi apoyo.

Gracias porque con amor me han encaminado hasta la cúspide de esa senda que yo elegí y que será la mejor herencia que pudiera recibir.

Esa enorme satisfacción de haber concluido una carrera profesional la comparto con mis hermanos: MARTHA, JOSÉ ANTONIO y JUAN RICARDO a quienes doy gracias también por su comprensión y la ayuda que me brindaron para la realización de esta, nuestra TESIS.

Y mi más ferviente gesto de gratitud se lo dedico a DIOS, que es quien guía y dirige mis pasos. En mi caminar ha sido siempre mi compañero y ésta vez nuevamente no me ha dejado sola porque ha escrito junto conmigo las líneas de este trabajo.

Por último, agradezco a mi sobrino JOSÉ FEDERICO que con su ternura me alegre hasta los momentos más difíciles.

JULIA

Los caminos que muchas veces tenemos que recorrer para alcanzar las metas más ambiciosas pueden parecer largos y difíciles. No obstante el nuestro resultó corto y placentero, porque hubo quien de la manera más humilde nos tendió su mano; llevándonos por el mejor sendero a través de sus conocimientos y experiencia, razón por la cual agradecemos al LIC. SÁUL SALGADO SALGADO el tiempo y la dedicación brindados.

PROFR. JORGE MARTÍNEZ FRAGA

AL H. JURADO

Mil gracias por ayudarnos a descubrir que para el ser humano la voz no sólo puede llegar a ser una característica de su personalidad, sino la imagen misma de una radiodifusora, si éste se da la oportunidad de dejarla sonar a través de los micrófonos radiofónicos.

Lic. Alejandro Aguilar Zafra

Lic. Angélica F. López Matias

Lic. Isabel A. Luis Juárez

Lic. Mario E. López Sánchez

**POR HABER COMPARTIDO ESTA GRATA
EXPERIENCIA Y POR SEMBRAR EN
ESTA TESIS LA SEMILLA DE SU
CONOCIMIENTO, EXTERNAMOS UN
SINCERO AGRADECIMIENTO A:**

Lic. Antonio Camacho
Lic. Gerardo Barrueco
Fernando Sánchez Gómez

Héctor Lama
Lidia Esquinca

**DE: ORGANIZACIÓN RADIO
CENTRO**

DE: ARTSA RADIO

LOCUTORES:

César Pérez
Enrique González de la O
Jesús Álvarez
José Antonio Cabrera
Julio Bravo
Rafael Cinta
Salvador Luna Ibarra

SEÑORES LOCUTORES:

**ALFONSO AMEIXEIRA LÓPEZ
ARTURO FLORES CARRILLO
EMILIO GUERRERO GARZA**

Sinceramente les agradecemos el habernos dejado conocer y gozar de la parte de su vida relacionada con la radiodifusión; y sobretodo el habernos hecho sentir que en la Radio existen callejones, barrios y rincones que siendo pequeños son hermosos. Recorrerlos, admirarlos y disfrutarlos es una experiencia muy agradable y reconfortante que compartimos con todos aquellos que gusten de leer este trabajo y en especial con quienes le dispensan su presencia a todo señor locutor a través de sus aparatos receptores dentro de su hogar.

INTRODUCCIÓN

Es increíble que el tiempo pase tan rápido, nos parece que fue ayer cuando estábamos en aquel salón de clases, prestando atención desde un pupitre a la cátedra que el profesor Jorge Martínez Fraga impartiera en relación a la materia de "seminario de Investigación, apoyo a la elaboración de tesis I y II", que dentro del plan de estudios de la ENEP Aragón forman parte del séptimo y octavo semestre respectivamente.

Nunca nos había parecido aterrador ningún semestre como lo fue el séptimo, en donde el temor de hablar de un tema para desarrollar en una tesis era ya algo real, puesto que para acreditar la materia necesitábamos elegir uno a la brevedad posible; delimitario, fundar la hipótesis que se pretendiera demostrar, los objetivos y con ello vislumbrar los caminos que nos conducirían a recabar la información para desarrollar los capítulos establecidos.

Esto realmente no era lo difícil, sino la elección de un tema que fuera diferente a los demás y sobretodo que no fuera tan explotado.

No obstante, ante esta situación los sabios consejos de nuestro profesor nos condujeron a ver en la Radio aquella fruta jugosa que mucho tiene que exprimirse, principalmente en el campo de la locución y donde pocos han sido los que se han tomado la delicadeza de dedicar unas líneas al pensar de aquellos que sólo con su voz logran crear una imagen de las Radiodifusoras.

Asimismo, como radicescuchas descubrimos que hay estaciones que a lo largo de su programación cuentan con la voz de un sólo locutor; como en los casos de Estereo Joya y Stereo 97.7 integrantes de Organización Radio Centro y Amor 106 perteneciente a Grupo ARTSA.

De igual forma, cabe mencionar que estas emisoras son de carácter comercial y con programación meramente musical que se localizan en la banda de Frecuencia Modulada.

Es así, como surge la idea de "La voz del locutor como reformadora de la imagen de las estaciones de Radio en México" donde a través del estudio de las difusoras antes mencionadas se pretende

descubrir que tan valiosa es la voz de un locutor en las estaciones radiofónicas.

Esto sonaba muy bonito, sin embargo, en el octavo semestre cuando tuvimos la necesidad de desarrollar el primer capítulo nos enfrentamos a un gran problema: acudíamos a Bibliotecas en busca de documentos que hablaran acerca de la locución en México, pero era tan escasa que optamos por visitar algunos de los grupos radiofónicos, entre ellos Organización Radio Centro (ORC) y Agentes de Radio y Televisión S.A (ARTSA Radio) entre otras.

De esta manera, a base de entrevistas fue como complementamos la poca información que teníamos en relación a qué es un locutor, sus funciones y las características que los determinan, así como lo que significa la locución y con ello la culminación de nuestro primer capítulo **LOS LOCUTORES: PILARES DE LA RADIO.**

Hasta este momento, quizás la elección de éste tema fue la mancuerna para acreditar un semestre más, no obstante, la curiosidad por saber que esconde la voz de aquellos responsables del micrófono era cada vez más fuerte en las dos, por lo que decidimos continuar juntas hasta el final de esta travesía.

La segunda experiencia fue maravillosa, ya que palpamos un contacto directo con **LO REAL Y LO FICTICIO DE ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO**, que es una Organización y tiene sus orígenes en los albores de la Radio.

En ella, nos dimos cuenta que su nacimiento es algo histórico que se puede constatar en los relatos de las revistas de los años cuarenta y cincuenta.

Además, en el tercer capítulo **AMOR 106: UN SUEÑO HECHO REALIDAD** se refleja el gran esfuerzo que ha realizado Grupo ARTSA por hacer de sus estaciones de las más sonadas en los hogares mexicanos, a pesar de que es tan corta su trayectoria y tan pobre la información que se tiene de su surgimiento.

Hasta aquí, la investigación marchaba sobre ruedas, principalmente porque nos topamos con gente amable que nos brindó no sólo un poco de su tiempo, sino también los datos necesarios que formarían parte de nuestra tesis.

Así llegamos al capítulo cuarto **VOCES DE NUESTRO TIEMPO UN SOLO MUNDO**, uno de los más importantes para nosotras, dado que el hablar de la imagen de un locutor fue algo muy escabroso, porque la documentación que narre las actitudes y tipología del locutor es nula, razón por la que tuvimos que monitorear las estaciones radiales de Amplitud y Frecuencia Modulada.

También porque era el espacio que se había asignado a la trayectoria como locutores de los señores Arturo Flores, Alfonso Ameixeira y Emilio Guerrero, responsables de los micrófonos de Stereo 97.7, Estereo Joya y Amor 106 respectivamente; motivo por el cual hubo la oportunidad de exhumar la figura idealizada que teníamos de estas voces.

Culminar este apartado fue algo tardío, pero valió la pena tanta espera, ya que en estas voces de nuestro tiempo se esconde la imagen de tres personas con sentimientos, anhelos y aspiraciones como los de cualquier ser humano. Y como seres humanos se encuentran propensos a enfermedades, como en el caso del señor Ameixeira que desde el año de 1962 sufre problemas respiratorios que han provocado que la ligereza de su labor se aminore y aún así, se esfuerza porque la viveza en sus transmisiones sea la de siempre.

Esa fue la causa por la que este locutor no pudiera proporcionarnos una entrevista formal, además de que es una persona adulta comparado con la lozanía de Arturo Flores y Emilio Guerrero, quienes son locutores jóvenes, pero con rica trayectoria radiofónica; misma que refleja no sólo su imagen, sino la de las emisoras que representan y que en el quinto capítulo **ÉXITO: MENTIRA Y VERDAD** es calificada por los jueces de la Radio: los radioescuchas.

La puntuación que otorgaron a Estereo Joya, Stereo 97.7 y Amor 106, así como a sus locutores y todos aquellos que trabajan detrás de cabina fue expresada en una encuesta que se realizó en colonias representativas de las clases Alta, Media y Baja.

Esas colonias fueron: Jardines del Pedregal de San Ángel, de la Delegación Coyoacán; Jardín Baibueno de la Venustiano Carranza y Tamaulipas Sección Virgencitas de Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México que resultaron elegidas para decir a gritos el lugar que merecen las difusoras en la escala del éxito y probar la hipótesis de que el público identifica con mayor precisión las estaciones de radio por la imagen que crea el uso de la voz de un sólo locutor.

Es así como se constituye "*La voz del locutor como reforzadora de la imagen de las estaciones de Radio en México*" que no sólo nos ofrece la satisfacción de una preparación profesional, sino la oportunidad de conocer y convivir con gente llena de conocimientos y cualidades inmensas.

Por último, cabe señalar que el lenguaje que se utilizó es tan sólo un estilo y una forma propia de presentar la investigación. Estilo que nace de la idea de retomar frases que se manejan en las emisoras en cuestión y sobretodo por el roce constante que tenemos con ellas al sintonizarlas.

I N D I C E

	págs.
- INTRODUCCIÓN	7
I. LOS LOCUTORES: PILARES DE LA RADIO	
1.1. Precursores de la Radio en México.	16
1.2. Iniciadores de la locución en México.	21
1.3. Definición de locutor.	26
1.4. Definición de locución.	35
1.5. Importancia de los locutores en la historia de la radio en México.	40
- Notas Bibliográficas	44
II. LO REAL Y LO FICTICIO DE ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO	
2.1. Antecedentes de Organización Radio Centro.	48
2.2. Origen y evolución de Estereo Joya.	54
2.3. Nacimiento de Estereo 97.7.	59
2.4. Los locutores: Imagen y vida de una estación.	64
2.5. La programación: Joyas para gente joven.	69
- Notas Bibliográficas	76
III. AMOR 106: UN SUEÑO HECHO REALIDAD	
3.1. Antecedentes de grupo A.R.T.S.A.	79
3.2. Surgimiento Y Trayectoria de Amor 106.	86
3.3. Locutores: Forjadores de una imagen.	90
3.4. Programación: Un estilo de vida.	94
- Notas Bibliográficas	100
IV. VOCES DE NUESTRO TIEMPO UN SOLO MUNDO	
4.1. Tipología y actitud: imagen de un locutor.	103
4.2. Arturo Flores: La voz del momento	113
4.3. Alfonso Ameixeira: Una joya en su radio.	120
4.4. Emilio Guerrero: La voz del amor.	126
4.5. Voces de nuestro tiempo.	130
- Notas Bibliográficas	134

	págs.
V. ÉXITO: MENTIRA Y VERDAD	
5.1. El radioescucha: Un blanco perfecto.	138
5.2. Voces privilegiadas: Éxito sin control.	143
5.3. Estereo 97.7: ¿Éxito por una voz?	166
5.4. Estereo Joya: ¿Una verdadera joya para el escucha?	168
5.5. Amor 106: ¿La voz de un mundo?	169
- Notas Bibliográficas	172
- CONCLUSIONES	173
- BIBLIOGRAFÍA GENERAL	176
- BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	177
- HEMEROGRAFÍA	178
- ENTREVISTAS	180
- ANEXO	
I. Posición General de Radiodifusoras en la Ciudad de México.	183
II. Veinte años de participación de audiencia.	190
III. Tabla de posiciones en Organización Radio Centro.	191
IV. Cédula de entrevista.	192

I. LOS LOCUTORES

PILARES DE LA

RADIO

SEÑOR DEL MICRÓFONO

De la pluma poética de:

VICTOR MANUEL OTERO GONZÁLEZ

*Una mente genial aprisionó
las ondas sonoras del espacio.
Y, en su afán, a través de un aparato,
esas ondas cautivas difundió...*

*Y así nació la historia de la Radio.
La historia de aquellos precursores
que del hablar formaran un santuario
que a la Difusión cubrió de honores.*

*¡Y así surgiste tú a la fama!
Por tu elocuencia, por tu bien decir.
Tú le abriste al mundo esa ventana
para enseñarlo a pensar y a divertir.*

*Tú estás en la fama porque has dado
fama a quien en la fama te pusiera.
Tú has sido por la gente consagrado.
Tu voz se hizo mensaje dondequiera.*

*La palabra, por ti, vistió de gala
en un amanecer de frases bellas.
Y tu voz en el viento se hizo ala
para poder volar a las estrellas.*

*Y si diste a la Radio ese brillo,
Entregándote a ella por entero.
Por tu modo de hablar, bello y sencillo,
de la Televisión fuiste pionero.*

*Recogió tu voz y la engarzó a tu imagen.
Y en la magia de un satélite cautivo,
prendido en lo azul del firmamento,
envió al Mundo tu mensaje vivo.*

*Tu grata voz atravesó fronteras.
Se hizo orgullo en todos los hogares.
Fue la chispa vibrante que encendiera
la antorcha de hermandad por todas partes.*

*¡Qué grande fuiste tú!... ¡Qué grande eres!
Señor del Micrófono. Maestro
de la retórica, que envuelves
de lujo a la palabra, en que eres diestro.*

*Hoy premiamos tu labor incomparable,
Precursor de la Comunicación.
Y por tu fe, por tu esfuerzo inigualable,
te entregamos también el corazón!*

*Y tú, ¡que ya te has ido!, aún ausente
sigues siendo la gloria de la Radio.
Tu recuerdo en el aire está presente.
Tu voz*

¡sigue vibrando en el espacio!

I. LOS LOCUTORES: PILARES DE LA RADIO

En este primer capítulo creemos necesario determinar la definición de locución y locutor, así como sus funciones y características. De igual forma, el panorama general de la historia de la Radio en México y de los iniciadores de la locución, lo mismo que su importancia a lo largo de esta.

Lo anterior ayudará a establecer el marco conceptual que envuelva a la voz de los locutores como reforzadora de la imagen de las estaciones de Radio en México, en este caso eje central de nuestra investigación.

1.1 PRECURSORES DE LA RADIO EN MEXICO

A continuación, daremos un panorama general de la historia de la Radio en México.

Los albores de la Radio, se dieron en 1919 cuando Constantino de Tárnava instaló en Monterrey la primera estación experimental de radio llamada Tárnava Notre-Dame. A partir de octubre de 1921, el ingeniero de Tárnava empezó a difundir con toda regularidad y horario fijo de 20:30 a 24:00 horas. (1)

En 1923 el gobierno autorizó las primeras radiodifusoras, cuando ya Tárnava tenía largo tiempo de estar siendo captado en rudimentarios radios de galena.

Es lógico pensar que en la extensión de la República Mexicana fueron varios los entusiastas que, antes de autorizarse las primeras radiodifusoras dedicaron tiempo y esfuerzo a la transmisión experimental a través de ondas electromagnéticas. Y nunca imaginaron que aquella XEH en Monterrey, primera estación de México fuera la gran catedral provinciana en donde se fundieran las campanas de la Radio, que aún suenan en nuestros años.

Más adelante se produce un hecho que marca el desarrollo de la radiodifusión en la capital de la República, al realizarse la

primera radiotransmisión originada en el Distrito Federal el 19 de marzo de 1923, a las 20:00 horas. Dicha emisión se realizó con equipo hecho en México y con recursos de la iniciativa privada.

En ese mismo año, Raúl Azcárraga y su estación radiodifusora El Universal Ilustrado-La casa del Radio, emitió el primer programa de baile y de complacencias patrocinado por Samborn's, de esta manera surgió el programa de complacencias, el patrocinador comercial y por ende el locutor de programas comerciales.

Posteriormente, se lanzaron al aire las difusoras CYA y CYZ, así como dos estaciones de gobierno; la CZA y CZZ. Asimismo, el 16 de septiembre de ese año se lanzó al aire la emisora de la compañía de cigarros El Buen Tono; la CYB. Actualmente, conocida como la XEB, la B grande de México.

Es así, que a partir de entonces estas estaciones marcaron la pauta en el advenimiento de muchas emisoras mercantiles de Radio Comercial en la ciudad de México.

A pesar de que la radio fue un acontecimiento nuevo e innovador, en 1924 empezó a declinar; ocasionando que los permisionarios tuvieran que mejorar sus programas, lo cual abrió el camino para una radiodifusión profesional. Este fenómeno no fue únicamente nacional, ya que en todo el mundo la radiodifusión experimentó un súbito y marcado descenso en el gusto del público.

Con todo, la radiodifusión de México no murió; dado que se tuvo que trabajar mucho, idear cosas nuevas, nuevos formatos, así como nuevas técnicas de comunicación, que de alguna manera cooperaron en la sabiduría de renovarse y buscar sistemas diferentes.

Así, en 1925 operaban en el país once radiodifusoras: 7 en la capital y 4 en la provincia; y para 1926, eran 16 las estaciones que trabajaban en territorio nacional. En 1927 -1928 fueron años de lento desarrollo para la industria radiofónica.

Al comenzar 1930, Emilio Azcárraga llegó con su XEW creando en la industria del comercio mexicano una nueva y benéfica necesidad: la del anuncio comercial a través de la cual, no sólo

se llegó a multiplicar potencia y ganancias, ni a unificar al pueblo mexicano; sino a crear una fuente de trabajo y fundar una fábrica de ídolos que con el pasar del tiempo llegarían a consagrarse en el corazón del público.

Cabe mencionar también, que la XEW reconoció la importancia de la voz en el proceso de la sugestión colectiva eficaz, por este motivo concedió tal jerarquía a sus locutores, los cuales llegaron a convertirse, gracias a su voz, en el nuevo tipo de ídolo.

Continuando con la historia de la Radio en México, es oportuno mencionar a una extinta estación radiofónica, que se fundó con la intención de superar a la W y otras difusoras que había en nuestro país por aquel entonces.

Así, el primero de enero de 1931 el entonces presidente de la República, ingeniero Pascual Ortiz Rubio declaró legalmente inaugurada la estación XE del Partido Nacional Revolucionario. Posteriormente XEFO y XEOZ Radio Nacional de México.

Muy optimistas y extensas ambiciones tenía la estación, ya que quería mantener informados de lo que acontecía en su partido, hasta en los más remotos lugares de la República y más allá de sus fronteras.

Sin embargo fue singular esta radiodifusora, ya que era una experiencia de tipo único para nuestra patria que alternara en sus transmisiones la propaganda con la publicidad comercial. Además la transmisión del desarrollo de una campaña política se dio en nuestro país con ésta primera radiodifusora. (2)

Por otro lado, a fines de 1937 el PNR se reestructuró con el nombre de Partido de la Revolución Mexicana y el 18 de enero de 1946 éste desapareció para dar paso al actual Partido Revolucionario Institucional, el cual decidió deshacerse de inmediato de la XEFO quedando en manos la estación del radiodifusor Francisco Aguirre, pero nuevas necesidades y sistemas hicieron que el nominativo XEFO terminara por desaparecer.

En 1938 Emilio Azcárraga no conforme con la XEW, fundó la estación XEQ; la cual inició sus transmisiones de prueba el 17

de mayo y fue inaugurada el 31 de octubre del mismo año. Enrique Contel y Emilio Ballí fueron designados directivos de la estación. Asimismo, Ricardo Hinojosa estuvo como productor de programas radiofónicos en esa estación y otras.

Así comenzó la emisora que marcó nuevos caminos a la radiodifusión mexicana, que muchos consideraban la mejor de Latinoamérica y una de las mejores del mundo, allá por los años cuarenta.

En 1942 había ya numerosas radiodifusoras en toda la extensión del territorio nacional. Las más importantes que transmitían en la capital de la República eran XEW, XEQ y la XEB que hasta nuestros días se mantienen en el gusto popular. Así como la XEFO, que a pesar de desaparecer alrededor de los años 37 no impidió al señor Francisco Aguirre Jiménez incursionar como radiodifusor, ya que luchó por lanzar al aire -tiempo después- una nueva radiodifusora llamada Radio Centro.

Por aquel entonces, Pepe Iturbe asesorado por Ignacio Díaz Raygosa lanzó al aire su difusora: XEOY, Radio Mil. Ricardo Hinojosa nuevamente colaboró para que Radio Mil tuviera éxito también. Más aún, en 1949 ésta pasó a otras manos y en esa misma fecha la XEOY se convirtió en el periódico hablado, transmitiendo exclusivamente noticias durante sus 18 horas de labores. Participaron en esta breve etapa Octavio Colmenares y Ángel Fernández.

Para diciembre de ese mismo año, inició labores en la ciudad de México la Cadena Radio Continental, con un bloque de diez emisoras contactadas con líneas telefónicas, para saturar los cuadrantes con programas de gran impacto.

La CRC cambió dos veces de propietarios. Los Fernández traspasaron la Cadena a Manuel Suárez, quien la manejó cuando estuvo en Córdoba 48. Posteriormente, la XEQR y su sistema de transmisión simultánea pasó a poder de Francisco Aguirre, quien hizo desaparecer la CRC, para dar nacimiento a Radio Centro.

Finalmente, les diremos que el 30 de octubre de 1947 nació la XEX La Voz de México, la cual fue fundada por Alonso Sordo Noriega a quien se le consideró maestro de la crónica y estrella de la narración hablada, porque según se dice suscitaba en los radicescuchas una emoción cargada de calor humano que comunicaba lo visual.

El señor Noriega se inició como locutor en la XEN de la ciudad de México. Después tuvo intervenciones en los micrófonos de XEW, XEFO Y XEQ. Alonso Sordo Noriega fue un gran locutor y en opinión de muchos el mejor que ha tenido México.

Hasta aquí hemos señalado a grandes rasgos lo que ha sido la historia de la Radio en nuestro país. Enseguida, nos asomaremos al interesante mundo de los locutores.

1.2 INICIADORES DE LA LOCUCIÓN EN MÉXICO

La radiodifusión mexicana dio sus primeros pasos entre los aplausos y la aceptación de todos. También las personas que transmitían cualquier tipo de mensajes o simplemente hablaban ante una micrófono, fueron recibidas con cariño.

Cabe señalar que en los años veinte, esas personas eran llamadas con el nombre de anunciadores, ya que todavía no se conocía lo que actualmente es el locutor.

La XEB tuvo un magnífico cuadro de locutores, en el que figuraron: Alonso de Alvarado, Gabriel Galant, Enrique W. Curtiss, Alanís, Humberto G. Tamayo, Guillermo Núñez Keith, Raymundo Muciffo Arroyo, Francisco Moreno, Joaquín Gamboa y otros locutores llenos de vocación. Así como, Julián Moran y Jorge Marrón; mejor conocido como el Doctor IQ.

Fue también mérito de la antigua estación de El Buen Tono, el gran fomento que dio al radioteatro con la transmisión dominical de obras completas, por medio de las cuales lograron adentrarse en el gusto familiar las voces inolvidables de Pura Córdoba y Abraham Galán. (3)

Así paso el tiempo, la radiodifusión sufrió transformaciones y con ello el estilo y la voz de los locutores, ya que de esta forma se respondía a las necesidades que exigía cada época y sobre todo porque los locutores son factor decisivo para el triunfo o fracaso de un programa de radio. Es así, que las voces de quienes hablaban ante un micrófono debían ser claras, mesuradas e infinitamente cordiales.

La radio habla a las mayorías en la voz de un locutor, por ello la XEW, como ya se había señalado anteriormente, dio gran importancia a los suyos. Así, el anunciador llegó a convertirse en un nuevo tipo de idolo.

Estos nuevos artistas alcanzaron el triunfo hablando magistralmente, haciendo doblajes, narrando, interpretando poemas e improvisando siempre de manera convincente, evitando en todo momento caer en la rutina de leer y leer guiones escritos; como lo dijera años después (1953) Ignacio Hernández Lumbreras, locutor de la XEQ en la columna "En Alta Voz" de la Revista

Radiolandia: El locutor no es como la mayoría de la gente piensa, un señor que lee ante un micrófono un "script" previamente pensado por el productor de tal o cual programa.

Y con toda certeza, porque en primer lugar no todos los programas eran escritos, en segundo porque había productores que ni siquiera sabían escribir y por último porque existe la necesidad de tener una base cultural en la que se pueda fundamentar sobre cualquier tema.

Lo anterior puede constatare cuando recordamos a Leopoldo de Samaniego, quien fuera el primer locutor cuya voz se escuchó en la W, a Pedro de Lille conduciendo La Hora Azul, a Ricardo López Méndez, Manuel Bernal, Arturo García "El locutor de las elegancias" (mejor conocido en el mundo del espectáculo como Arturo de Córdoba), Jorge Vélez, Ramiro Gamboa, Dante Aguilar y un sinnúmero de locutores que desfilaron por la XEW.

Asimismo, entre los grandes locutores de la Voz de la América Latina desde México hay que mencionar a Alonso Sordo Noriega, genio de la crónica y la narración, cuyas presentaciones como "El investigador policiaco del aire" fueron toda una cátedra de autenticidad y dinamismo. (4)

Hay que mencionar que entre los valores de la Radiodifusión mexicana, Alonso Sordo Noriega ocupó un lugar preponderante. Su singular dinamismo, su voz y su palabra se conjugaban en una dimensión emotiva que superaba lo visual.

Más aún, no puede negarse que en 1949 con la muerte de Sordo Noriega la radiodifusión nacional perdió a uno de sus mayores exponentes. Sin embargo, sería erróneo desconocer que la W y otras estaciones en las que participó, siguieron siendo excepcionales difusoras. Aún sin él.

Por otro lado, cabe destacar también a uno de los más antiguos locutores de la W, y sin duda uno de los mejores: Luis Cáceres "El Cocuyo", quien tiene cerca de 40 años anunciando dentro de la radiodifusión mexicana. Hoy en día participa en el programa "Línea Directa" en FM 103, Fórmula Romántica, emisora perteneciente a Organización Radio Fórmula y según dicen su voz y dicción se conservan con la misma lozanía de sus mejores años.

No cabe duda, que la XEW con sus voces, sus artistas, sus programas y sus ideas excitó la imaginación del niño que todos llevamos dentro. Además, en ese entonces era el espectáculo al alcance de los pobres y la presunción al alcance de los ricos. También era la cumbre del estrellato y el noviciado amargo para quienes deseaban triunfar, con la voz o con la música; como la dice Ramiro Garza Treviño, en la Revista Antena de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión en 1989.

En XEFO Radio Nacional, se encontraban como locutores: Luis Ignacio Santibañez, Juan Roa, José Rodríguez Garza, Raúl Ortiz Avila y Emilio Karam, así como, Jorge Marrón.

Allí se inició en la profesión de hablar ante el micrófono, el fallecido Alonso García, quien mucho habría de significar en esa emisora y en la XEW. (5)

Al principiar la década de los cuarenta, surgió una emisora que marcó nuevos caminos a la radiodifusión mexicana: la XEQ. Enrique Contel su dirigente tenía una idea clara de lo que debían ser sus locutores, por ello hacia una selección especial de éstos.

Entre los principales locutores de la XEQ estaban: Alonso Flores López, Eduardo González Pliego, Rafael Rubio, Carlos Pickering y Dionisio González.

Al paso del tiempo estuvieron también ante los micrófonos de la Q. Salvador Pliego Montes, Rogelio González, Rubén Marín y Kall, así como Enrique Bermúdez.

En Radio Mil, el buen éxito se debió a Ricardo Hinojosa, quien supo equilibrar perfectamente la programación de la estación con transmisiones de béisbol, toros y espectáculos. Este gran mérito lo logró gracias a que desde muy joven sintió un inmenso interés por la Radiodifusión Mexicana.

Los locutores en este ramo fueron Eduardo Orvañanos, Pepe Alameda, Paco Malgesto y Joaquín Villasana.

La estación se inauguró con los locutores: Nacho Carral, Joaquín Bauche, Dante Aguilar y Luis Cervantes, en las calles de Ayuntamiento 101 en la colonia Centro.

En la antigua Radio Mil también brillaron como anunciadores Gabriel Olivas, Ernesto Sandoval Rojas, Joaquín Ortiz Galván y José Francisco Díaz.

Asimismo, Salvador Novo y el periodista Félix P. Palavicini tuvieron su espacio de comentarios en la estación del NRM, que en el año 1991 instalara su "Agora" (estudios y oficinas) en Insurgentes Sur 1870.

Por otro lado, en Radio Cadena Continental (hoy Radio Centro) existieron grandes locutores. Entre los cuales podemos mencionar a Eulalio González, Mario Tercero, Emilio Ygartúa y Jacobo Zabudovsky, quien es considerado actualmente una figura de la televisión y uno de los comentaristas más influyentes.

En el ramo de los deportes destacaron Fernando Marcos, Manuel Alanís, Cristino Lorenzo, Agustín González y Aurelio Pérez.

Entre los colaboradores que la Cadena Radio Continental tuvo, cabe mencionar a los locutores Federico Bolaños, Emilio Valencia, Pedro D' Aguillón, Alonso Alonso y Alonso y Emilio Silvester.

En cuanto a los locutores de XEX, La Voz de México su forjador Alonso Sordo Noriega tenía un concepto muy especial acerca de que el auténtico locutor debía desechar las rutinas escritas. Por eso quería en la X locutores con iniciativa, como Carlos Fradera Brunet, quien era partidario de sacar los micrófonos de la emisora para llevar a cabo entrevistas y reseñas en las que hacía gala de su espontaneidad.

En la XEX anunciaron Ricardo Merino, Joaquín Gamboa, Rubén Santos, Rafael Águila, Gabriel Olivas, Raymundo Mucino Arroyo, Adrián Fournier, Gonzalo Castellot, Rafael Vidal y Aurelio Pérez.

Otro gran señor de la palabra hablada lo fue el desaparecido Licenciado Agustín Barrios Gómez (Padre). Sus relatos en la XEX eran un delicioso viaje narrado por un hombre de mundo que era mucho lo que había visto, leído y oído. (6)

Por otra parte, hay que considerar el periodismo radiofónico realizado por la X. En ella charlistas especializados del

micrófono fueron Guillermo Vela, Manuel Ángel Bayardi, Elvira Vargas, Julio Teissier, Lotario Coli, Félix F. Palavicini y Pedro Ferriz.

Todos estos locutores que hemos mencionado de una u otra manera formaron parte de las familias de aquel entonces que les permitían entrar en sus hogares a través de la radio. Sin embargo, cuando las radiodifusoras se volvieron disqueras empezaron a conceder mayor importancia al teléfono como elemento de enlace entre el locutor y el auditorio.

Finalmente, es válido decir que hubo infinidad de personas quienes colaboraron como locutores, pero como no tenían bien definida su capacidad hacia esta profesión se dispersaron en diferentes áreas de trabajo.

A pesar de ello, esas personas y el gran número de locutores perpetuaron su voz y su incomparable estilo para comunicar, en el gusto de los radioescuchas que vivieron el surgimiento y desarrollo inicial de la Radio en México.

Como vemos la Radio fue todo un suceso en aquella época y los locutores ocuparon un lugar preponderante en ella. No obstante la gente nueva que ingresaba a éste medio se colocaba en el lugar de líder de opinión, gracias a la mayor preparación cultural con la que contaba. Por lo que el locutor se vio en la necesidad de recurrir a una autocalificación, con excelentes resultados en ese tiempo.

Hasta hace un año, el locutor además de autocalificarse tenía una preparación especial que lo acreditaba como tal. Y hoy día los locutores que obtienen su licencia para serlo reúnen en su mayoría las características esenciales para esta difícil profesión, de acuerdo a los lineamientos de las radiodifusoras.

1.3 DEFINICIÓN DE LOCUTOR.

A lo largo de la historia de la Radio y aún en la actualidad no existe un concepto universal o general de locutor más que el de "presentador de una emisión de radio o televisión", o el de "persona que habla ante el micrófono, en las estaciones radiofónicas para dar noticias, avisos, etc."

Estas definiciones a pesar de encontrarse en sitios de gran renombre como enciclopedias, están limitadas en todos los aspectos, ya que el locutor no es aquella persona que sólo se pare ante un micrófono para dar noticias, avisos o presentar un programa. Más bien, es alguien consciente de que es el instrumento de los medios de comunicación para emitir cualquier tipo de mensaje.

Además, es la persona que por medio de su voz va a transmitir diferentes emociones al público que lo escucha, y esto a su vez le va a permitir tener un contacto más estrecho con dicho público.

No obstante en el libro "El sonido de Radio" sobre producción radiofónica, el autor se limita a decir que "es la persona encargada de la presentación, despedida y créditos del programa. Lector de noticias, informador y enlace en la continuidad de la transmisión". (7)

Todas estas expresiones son válidas, sin embargo, para que un locutor llegue a ser bueno, admirado, conocido, etc. es necesario que cuide aspectos que le ayuden a crearse una identidad propia que lo diferencie de los demás locutores. Y en un momento dado esa personalidad ayudará a que un programa sea algo excelente.

Por otro lado, la necesidad de poder establecer un concepto propio de locutor que responda a los fines de la tesis, nos llevó a realizar entrevistas con personas relacionadas con el medio.

Cabe señalar, que algunos locutores entrevistados son personas que llevan años de desempeñar esa labor y aunque no fueron iniciadores de la locución en México, tuvieron un modelo de ese entonces que se fijaron para crearse una imagen propia.

Primeramente, el señor Julio Bravo, opina que el locutor

"responde al concepto general de la idea de locución, se adapta a la cultura y al medio masivo que lo impone. El locutor es un complemento de la comunicación". (8)

Esto lo dice porque antes la producción se adaptaba al sentido, a la idea del locutor y hoy día debe adaptarse al concepto de producción, ya que es bien sabido que la publicidad es una base importante para que una estación radiofónica sobreviva. Y además, porque el acelerado desarrollo tecnológico no permite que un locutor se estanque en ningún sentido y por ello, es importante que éste se desenvuelva al par de la tecnología misma.

El señor Bravo en su trayectoria dentro del ambiente radifónico no fue precisamente como locutor, sino que desempeña y aún hoy desempeña tareas de producción radiofónica en Grupo IMER.

Por su parte, los locutores gracias a la imagen que se forjan con el pasar del tiempo y en base a sus experiencias logran en el receptor crear no sólo una imagen propia de sí mismos, sino que le permiten una rápida identificación y personalidad de la estación en que laboran.

Es así, que se les puede considerar como una institución y la voz que da imagen a las radiodifusoras, por lo que deben de abrirse camino ante la tecnología que los viene desplazando.

Con respecto a lo anterior, cabe mencionar que el desarrollo de la tecnología ha avanzado a tal grado que las computadoras hoy día generan hasta miles de tonos de voz diferentes, al mismo tiempo que están desarrollándose programas que ayuden en gran parte en la continuidad de la programación en las emisoras radiofónicas.

El señor Rafael Cinta, locutor de Radio Red, ve al locutor como "la persona que nace y se entrega de alma y de sentimiento. Tiene consciencia plena de entregarse a la locución. Pone el amor posible ante el micrófono para reflejar el cariño y el estímulo a través de su calidad de voz, para que así el auditorio lo perciba". (9)

Según la definición anterior, cabe mencionar que es aquí

donde valoramos realmente el papel del locutor como humano con respecto al avance tecnológico que nos llega constantemente, puesto que no es un ser infalible ni tampoco un erudito capaz de abordar con profundidad cualquier tema.

Es cierto, el locutor debe ser un hombre preparado y dotado de una voz clara y agradable, pero de esto a encontrar un ser sobre humano hay una distancia enorme. Lo que si podemos afirmar, es que el locutor hombre tiene la consciencia plena de por que desempeña esa labor.

En este mismo sentido el señor Alfonso Ameixeira, quien es locutor de Estereo Joya y el cual posee una de las voces que hemos elegido como objeto de estudio de esta tesis, señaló que "el ser locutor es algo que se siente, principalmente por aquellas personas que les gusta serlo y que se han fijado como meta llegar a ello, aún sin haber estudiado una carrera profesional". (10)

Cabe mencionar, que los dos locutores anteriores, tienden hacia la satisfacción de ser escuchados por el público, ya que consideran aprecian su voz y su estilo, precisamente porque -a fin de cuentas- son estos aspectos los que crean la imagen de una estación. Y como dijo Platón "Había para que te conozca".

Por otra parte, el concepto de locutor tiene tiempo que ya desapareció y actualmente se ha cambiado por conductor o comunicador; y aunque a fin de cuentas es lo mismo varia según la persona.

Es así, que a pesar de este cambio el locutor no ha perdido su valor, porque ha sido, es y seguirá siendo el instrumento radiofónico que a través de su voz es capaz de hacer sentir emociones diversas.

Y como ya se dijo, el locutor debe sentir aquello que quiera hacer sentir al escucha, porque como comenta Ramiro Garza: "en el momento que alguien habla a alguien y dice algo interesante la gente abre los ojos, abre los tímpanos y abre el corazón; por lo que resulta más sencillo motivarla, impactarla y conmovierla al grado de que se sienta en la necesidad de responder al radiodifusor diciendo: Si te apoyo, si te entiendo, si te escucho, si hago caso de tus recomendaciones".

Todas las opiniones anteriormente expuestas abarcan aspectos variados de la concepción de locutor, que hasta cierto punto nos ayudan para poder establecer una definición propia.

Sin embargo, creemos pertinente hacer mención de las cualidades de la voz, que finalmente son el instrumento esencial de todo locutor, así como enumerar sus funciones y características como tal.

A) LA VOZ

El ser humano desde pequeño posee una aptitud innata extraordinaria por la cual reproduce los sonidos que escucha. Es entonces cuando a través de la voz expresa emociones fundamentales.

Por esta razón se le considera a la voz como:

- "Instrumento de expresión del yo, en donde aún en el adulto la voz es el conducto privilegiado por el cual se expresan las emociones".

- "Instrumento de afirmación del yo. Aquí la persona que habla trata en un grado mayor o menor de ejercer un efecto en su interlocutor". (11)

Independientemente de estas funciones se considera que la voz es determinante en la personalidad. Es por ello que la radio se percató de que ésta cuenta con la fuerza y riqueza capaz de generar mensajes.

No obstante, cuando una persona sabe dominar todos los recursos de la voz como son: inflexión, textura, color, personalidad vocal, dinámica, lenta, rápida, fuerte, suave, baja, alta, brillante, oscura, triste, feliz; se logra concebir a la voz como un elemento radiofónico por excelencia, gracias a las cualidades con las que cuenta, que son:

TONO: Mayor o menor elevación del sonido por la rapidez de la vibración de las cuerdas vocales.

- TIMBRE:** Personalidad de la voz o calidad diferenciadora.
- INTENSIDAD:** Fuerza que expide la voz.
- CANTIDAD:** Duración de la voz emitida que propicia su calidad. (12).

Por todas las características que tiene la voz, en la Radio el locutor es el que emite mensajes a través de ella y al mismo tiempo es la persona más conocida de la estación. Por esta razón retomamos nuevamente los recursos de la voz, para ampliar su explicación.

1. **RESPIRACIÓN:** Para hablar ante un micrófono, lo más importante es saber respirar. Respirar bien es la clave para dominar el flujo del aire. La respiración debe de pasar desapercibida y deben aprovecharse las pausas para hacerla, siempre con la nariz y guardando reserva, ya que sin esta las últimas sílabas se apagarían.
2. **VOCALIZACIÓN:** Consiste en articulación y dicción, en donde deben pronunciarse todas las sílabas y las letras de tal manera que se puedan leer los labios, resultando así natural al oído.
3. **ÉNFASIS:** El énfasis puede ser marcado en las palabras y en las frases. El énfasis en las palabras significa hacer las inflexiones ascendentes y descendentes en las sílabas acentuadas. Las frases se leen armoniosamente y se termina en forma descendente. El énfasis depende de la velocidad adecuada y del ritmo emocional.
4. **NATURALIDAD:** Al hablar por radio se tiene que hacer de una manera natural, amigable, como platicando con un amigo. De tal manera que si cometemos un error de dicción podamos corregir con tranquilidad.
5. **VOLUMEN:** El volumen o intensidad de la voz debe ser modulada de tal manera que no resulte estridente. De lo contrario ni bajando el volumen de los aparatos radiofónicos mejora la audición.

6. **VELOCIDAD:** Debe hablarse un poco más despacio de lo normal, dando la cantidad adecuada a las palabras, de tal manera que se asimile fácilmente al escuchar.
7. **POSICIÓN ANTE EL MICRÓFONO:** Es preferible hablar ante el micrófono de pie. Se recomienda colocarse más o menos a 25 centímetros del micrófono y tratar de mantener la misma distancia.
8. **IMPROVISACIÓN:** El locutor tiene la capacidad de estructurar frases correctas. La improvisación debe ser llana, simple y breve. Deben evitarse los lugares comunes y las frases hechas.
9. **LECTURA:** La clave para la lectura radiofónica es el leer bien y esto quiere decir que no se note que se está leyendo. (13)

B) FUNCIONES DEL LOCUTOR

Tomando en cuenta que el locutor a través de su voz es el instrumento directo de la transmisión de mensajes de cualquier índole en las diversas estaciones de radio, desempeña funciones que van de acuerdo a las necesidades de cada época.

Los roles de un locutor a lo largo del desarrollo de la Radiodifusión son los siguientes:

1. Presentar discos
2. Presentar los comerciales en los formatos de discos, cartuchos, cassettes, cinta abierta y disco compacto.
3. Jingles de identificación de estaciones.
4. Identificación técnica de la emisora.
5. Transmitir anuncios de servicio público, incluso en vivo.

6. Promociones en vivo o grabadas.
7. Animar y conducir competencias y concursos.
8. Reportes específicos del tiempo, deporte y clima en general.
9. Noticieros. A veces como staff del noticiero o como locutor.
10. Informe o narración de deportes.
11. Entretenimiento. Desde introducción de discos hasta notas de humor o animación
12. Dar información variada.
13. Promocionar a otros locutores y programas de su misma emisora.
14. Crear atmósferas específicas especiales de acuerdo al director de programación.
15. Conversar con los radioescuchas al aire mediante sistemas de teléfonos o llamadas.
16. Operar su propia consola. (14)

Hoy día, el responsable del micrófono se adapta a las necesidades de una compañía transnacional, se vuelve un hombre que exalta el producto que vende, al mismo tiempo que realiza una vía fácil de comunicación. Ejemplo de ello lo veremos con Stereo 97.7, Estereo Joya y Amor 106, emisoras que cuentan con la voz de un sólo locutor, tienen una programación grabada totalmente musical y han sido elegidas como objeto de estudio de ésta tesis.

Antes, el locutor era un presentador, un maestro de ceremonias, la voz del programa en vivo, el hombre de la transmisión, bondadoso, tierno, cariñoso. Quizás con la voz un poco estereotipada, pero a fin de cuentas un amigo de la familia.

Actualmente, los locutores están especializados, según los conocimientos con los que cuentan por lo que hay locutores de comercialización, deportes, de presentación de discos, de ceremonias, etc. Por ello, ya no se le puede considerar como el señorón que tenía el don magnífico de hacerlo todo y de hacerlo bien.

C) CARACTERÍSTICAS DEL LOCUTOR:

Desde que nació la radio, el locutor ha sido muy importante. Es el alma y el espíritu de la comunicación masiva, gracias a que cuenta con una voz agradable y verdaderamente radiofónica (que pasa bien a través de los aparatos electrónicos) por la cual entretiene y hace reír.

Otras veces arrebató pensamientos y convence de comprar algún producto como se ve hoy en día, dado que la publicidad es precisamente la que ha sabido mantener esa gran Industria de la Radiodifusión.

El locutor tiene la característica de saber manejar su voz. La entrena hasta lograr una voz suave y pulida, salvaje y veloz. Voces con tonos de autoridad, sugestiva, informativa, amigable, agresiva, melosa, sofisticada, vivaz, humorística y hasta seria.

Por otro lado, el locutor como persona que es tiene la capacidad de conseguir que el oyente note su personalidad y de que sienta su empatía¹, para así mantener un diálogo con él, (De forma invisible), pero a través del cual logra que quiera saber y conocer más para encontrarse consigo mismo.

¹ Según la teoría elemental Griega entre las fases principales de la Comunicación se encuentra la *Empatía*, que es una fuerza enorme de atracción hacia quien comunica. En otras palabras "Es la capacidad de colocarse en la posición de otra persona, simulando sus sentimientos, prejuicios y valores", es decir; "La proyección imaginaria de nuestra propia conciencia en otro ser". En la Radiodifusión el ser *Empático* es colocarse en el lugar de quien va a escuchar.

También debe poseer una amplia cultura, que sustente todo lo que pueda decir. Esa cultura se apoya en la experiencia de la vida y de los conocimientos de cada persona, que muchas veces los adquiere hasta en el propio lugar de trabajo por medio de los cursos de capacitación que se le imparten.

Es necesario que el locutor desarrolle una gran habilidad para trabajar en equipo, ya que en los medios masivos de comunicación oral nadie depende de sí mismo. Son triunfos que se logran mediante fracasos y superaciones y en donde todo los miembros del equipo se unen para ello.

Por último, se puede decir que una característica no propia sólo del locutor es la de "ser humilde en su trabajo, pero con humildad que nazca de la verdadera confianza y el auténtico conocimiento del propio valer, que por ser auténtico no necesita de alardes o desplantes", como lo dice Cristián Caballero en su libro "Como educar la voz cantada y hablada".

Finalmente, con base en la recopilación de opiniones y comentarios acerca del concepto de locutor, lo mismo que al contemplar las funciones y características de éste y de su voz, logramos establecer una definición propia en donde afirmamos que el locutor: **ES LA PERSONA QUE POSEE UNA VOZ AGRADABLE Y VERDADERAMENTE RADIOFÓNICA, QUE LO HACE SER EL INSTRUMENTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PARA EMITIR MENSAJES. CUENTA CON AMPLIOS CONOCIMIENTOS, NISMOS QUE LE AYUDAN A CUBRIR LAS NECESIDADES DE LA LOCUCIÓN EN DETERMINADA #POCA Y AL MISMO TIEMPO ES LA VOZ QUE IDENTIFICA A LAS RADIODIFUSORAS.**

1.4 DEFINICIÓN DE LOCUCIÓN

Con el concepto de locución sucede lo mismo que con el de locutor, ya que no existe una definición conceptual fuera de la que los diccionarios conciben como "modo de hablar". Por tal motivo se recurrió a entrevistas personales con locutores, quienes en base a sus vivencias de años o de poco tiempo atrás dieron a conocer su concepto del término locución.

Primeramente, podemos decir que hay quienes piensan que la locución es sólo mantener una relación con el escucha, poner todo el amor posible en lo que se hace y sentir que lo que se está diciendo es escuchado por un sinnúmero de personas, como en el caso del Sr. Alfonso Ameixeira, locutor de Estereo Joya.

El señor Ameixeira dice que la locución "es el medio por el cual se tiene comunicación con un gran número de personas, al mismo tiempo que es saber expresarse y transmitir determinadas emociones a la gente, a través de la palabra hablada". (15)

Esto es muy cierto, dado que la locución es el verdadero Arte de saber decir las cosas tal como deben ser. Al mismo tiempo que se debe "hablar con apego al derecho"², es decir, con la plena libertad que tiene el ser humano a escuchar y ser escuchado, aunque claro, no por ello va a difundir notas alarmantes, sin fundamento y sin sentido.

Esto refuerza lo que decía nuestro anterior entrevistado, debido a que el locutor al abrir un micrófono se convierte en una guía de orientación, en alguien que a través de la palabra va a llegar a un auditorio que por más pequeño y único que sea mantendrá una amplia relación de entendimiento entre él y su escucha y aún más, de esta forma responde a los fines que se ha marcado la Radiodifusión de: enseñar, distraer, orientar y educar.

Sin embargo, la expansión de los medios masivos de comunicación y en especial el de la Radio, han tenido que ir

² Lema representativo de la "Asociación Nacional de Locutores".

desarrollando de manera paralela métodos, técnicas o estrategias de comunicación que satisfagan la necesidad del público, ya que como se dice los tiempos cambian y los gustos también.

En este sentido el Sr. Julio Bravo de Grupo IMER comenta que la locución "responde a épocas y necesidades de los medios masivos de comunicación, lo mismo que a necesidades masivas de criterios culturales y masivos de comercialización". (16)

Estos tres aspectos, los podemos ver reforzado con lo que menciona el señor Ramiro Garza en la Revista Antena en el año 1992. Nos habla de una capacitación de la gente, de la producción efectiva e interesante y de la venta creativa; porque como dice es fundamental capacitar a la gente, darle una orientación de como poder hacer mejor lo que está haciendo y así tener herramientas para una excelente producción y por ende hacer del conocimiento y la cultura un verdadero negocio, es decir, la venta creativa que hace del Radio un camino espléndido para los nuevos formatos en Radiodifusión.

Hasta aquí ha expresado su opinión la gente que tiene más tiempo en el quehacer radial y aunque no fueron de los locutores de antaño, mantienen vivo su ánimo de cumplir con la meta que se han fijado desde el inicio de la radiofonía en México.

De ésta misma forma, los locutores aún más jóvenes y los que apenas empiezan a dar sus primeros pasos en el medio expresan su opinión, quizá con un lenguaje más sencillo, pero con la misma esencia que los anteriores.

Jesús Álvarez locutor de Radio Alegría, concibe a la locución como "la relación que existe entre el locutor y el radioescucha; simple y sencillamente es el estar platicando con la gente". (17) Muchas veces es a través de la línea telefónica y mediante ella satisface la necesidad del radioescucha al conversar con él.

Es importante mencionar que la Radio ha sido creada no sólo para entretenimiento de la gente. Más bien tiene fines educativos, culturales y formativos entre otros y por ello ha tenido que crear programas en donde se eduque, se motive y se oriente al público receptor, satisfaciendo de esta manera sus necesidades.

De esta forma, resulta también interesante comentar la definición de locución que estableciera en 1987 Martha Lidya Hernández Rojas en su tesis "La capacitación profesional del locutor en México", y en la que dice que "es la actividad comunicacional que se realiza por medio de la expresión oral a través de los medios electrónicos de comunicación, con el objeto de educar, orientar, motivar y recrear a los receptores".

Ello es muy cierto, ya que la pujanza de los radiodifusores, el avance de la tecnología y la creatividad de sus programadores crean en el radioescucha la necesidad de no alejarse de la radio y así recibir diversión, orientación e información.

Por todo esto, la radiodifusión es hoy por hoy el medio de comunicación por excelencia, aún en el sitio más apartado del país. Además, de tener en cuenta todas y cada una de estas concepciones consideramos necesario establecer una definición propia que contenga aspectos determinantes para el objetivo de esta tesis, ya que creemos la locución debe crear una atmósfera acústica que atienda a las necesidades de cada época y logre así que el oyente entre o se identifique con determinada estación.

Al mismo tiempo, la locución explotaría en el público el sentido visual, del olfato, del gusto y del tacto; en base al sentido sonoro con que cuenta.

Dentro de la atmósfera acústica podemos contemplar elementos del lenguaje radiofónico tales como:

- LA MÚSICA:** Que tiene una función expresiva, reflexiva, gramatical, ambiental y descriptiva.
- EFFECTOS:** Muchas veces son sonoros, propios de la radio; porque se producen en cabina. Los produce la misma radio.
- RUIDOS:** Que pueden ser naturales, de animales, humanos (interjecciones, físicos/onomatopéyicos) y de objetos (onomatopéyicos, físicos/cinéticos).
- SILENCIO:** Sirve para hacer reflexionar y cambiar de una situación a otra, pero nunca debe aparecer por accidente o por error.

LA PALABRA: Que se expresa a través de un texto escrito (texto literario) y de un lenguaje técnico.

LA VOZ: Es la herramienta esencial del locutor, que responde a un tono, timbre, intensidad y cantidad, a fin de obtenerse una voz clara, fuerte, agradable al oído, rica en matices y entonaciones que expresen emociones y sentimientos. (18)

Cabe aclarar, que para lograr una buena locución no basta sólo con que el locutor tenga una agradable voz, bonita voz, o audible voz, y tener una estrecha relación con el radioescucha. Más bien es respetar un tanto las reglas o técnicas de locución, que en cierto modo son el complemento de la unión de elementos del Lenguaje Radiofónico que conforman la Atmósfera Acústica.

Entre las técnicas que debe seguir un locutor se encuentran las siguientes:

- Hablar a 25 centímetros del micrófono.
- Mantener una posición cómoda, ya sea sentado o de pie.
- Evitar el movimiento.
- No soplar, ni silbarle al micrófono.
- Cuidar que la respiración se realice por la nariz.
- Evitar el salibeo.
- Cuidar de articular bien las palabras y ponerles énfasis.
- Hablar clara y pausadamente, con modulación y nitidez.
- Llevar ritmo y dicción.
- Hablar a una velocidad moderada y mantenerla.
- Mantener las hojas del guión a una distancia considerable.
- Realizar ejercicios de calentamiento, previos a la grabación:
Relajación, Respiración y Dicción. (19)

Por lo anteriormente expuesto concluimos que la locución es:

ES EL MANEJO QUE HACE UN LOCUTOR DE LAS CUALIDADES Y RECURSOS DE SU VOZ, TALES COMO: TIMBRE, TOMO, INTENSIDAD Y CANTIDAD; PARA LOGRAR ASÍ UNA EXPOSICIÓN PROFESIONAL, EN DONDE SU DICCIÓN, MODULACIÓN, RITMO Y ENTONACIÓN TRANSMITE EMOCIONES Y SENTIMIENTOS A TRAVÉS DE LOS MICRÓFONOS DE UNA ESTACIÓN RADIOFÓNICA.

1.5 IMPORTANCIA DE LOS LOCUTORES EN LA HISTORIA DE LA RADIO EN MEXICO.

La importancia de un locutor en la historia de la Radio en México, no radica solo en poseer una voz que sea realmente radiofónica, sino que en base a sus aptitudes como presentador, maestro de ceremonias o como improvisador o lector de textos da pie al desarrollo de estaciones dentro del sistema de transmisión radiofónica, tanto en la banda de Amplitud Modulada como en la de Frecuencia Modulada y en las cuales se presentan diversidad de programas que hoy día todavía existen y entre los cuales podemos mencionar: los culturales, deportivos, de entretenimiento, musicales e informativos.

Por otro lado, tomando en cuenta que un locutor es la persona que se dirige a un auditorio a través de un micrófono, ya sea para dar noticias, improvisarlas o leerlas y según el grado de improvisación que tenga al decir o leer textos previamente redactados, así como dependiendo de las distintas especialidades que desempeñen se han establecido varios tipos de locutores como son: Locutor de noticias, comercial, de programas humorísticos, de programas de preguntas y respuestas, de entrevista o charlas, de los cuales hablaremos en el capítulo cuarto.

Todo lo anterior nos lleva a decir que cuando nació la Radio, el locutor era muy importante en las cabinas, era un hombre muy popular, bondadoso, tierno, cariñoso, afable. Era la persona que entraba a los hogares, se volvía un verdadero amigo de la familia. Había el momento de que se reunieran a comer en casa, de prender la Radio, de escucharla y convivir con los suyos.

Ahora, con el transistor a la mano, en el automóvil o en el trabajo; ese ritual de oír, escuchar y de preferir sigue cumpliéndose, pues en el fondo es el ritual de la vida interna. Es así que la Radio cumple su cometido de comunicar, de dar un buen servicio y de ser una grata compañía.

Antes el locutor tenía la posibilidad de comentar o manejar algunas improvisaciones dentro de lo que realizara en el programa, por lo que se le consideraba un locutor general. Sin embargo, se encontraba limitado, ya que sólo participaba en la Radio, puesto que no existía la Televisión y una serie de

sistemas que se han venido diversificando. Es por ello que ha tenido que ajustarse al desarrollo técnico y a la modernización.

Cabe mencionar que en épocas pasadas un locutor no tenía que estar bien preparado, pero claro si quería tener mayores oportunidades en los diferentes programas tuvo que prepararse y así tener una miscelánea de temas.

Actualmente, el locutor prácticamente ha desaparecido y media un concepto muy relativo, que es de comunicador o conductor.

La innovación y el avance de los medios masivos se han encargado de que el locutor sea algo marginal, sacándolo totalmente de los conceptos de la comunicación generalizada, donde era el alma viva y el espíritu vital de ella.

Hoy día, están especializados según el rango o tipo de conocimientos que tengan, en locutores de comercialización, deportes, presentación de discos, etc.

Es así que el locutor tiende a desaparecer, ya que en un futuro habrán locutores especializados en Medicina, geometría, arquitectura, astronáutica, y en muchas otras áreas.

Ante esta situación los locutores tienen que abrirse camino frente a la tecnología que los viene desplazando de alguna forma, a tal grado que ya hay computadoras que hacen cinco mil voces o más y dan el tono, la edad y el matiz que se requiera.

Es por ello, que deben de capacitarse y de prepararse para poder desenvolverse en varias áreas y no limitarse a leer un texto, en donde la precisión del mismo concreta su labor, negándole la oportunidad de poder improvisar o dar su opinión.

Cabe aclarar, que en la actualidad existen radiodifusoras en las cuales se permite un tanto salirse del guión, porque se considera que hacer comentarios acerca de lo que se está hablando es importante en el desenvolvimiento del locutor, siempre y cuando se tengan fundamentos y pleno conocimiento de ello, ya que es de gran responsabilidad hablar ante un micrófono.

Asimismo, la preparación profesional del locutor se caracteriza porque tiene metas definidas y conoce sistemas para obtener lo que desea. Al mismo tiempo, sabe que debe poner en su ejecución un interés que estará relacionado con su satisfacción y su prestigio futuros.

Las metas definidas son fundamentalmente dos:

- a) "Una preparación remota que exige la realización de una tarea profesional".
- b) "El desarrollo de una personalidad propia en la ejecución de sus funciones". (20)

Por otro lado, debido a que hoy en día hay sólo conductores y presentadores se tiende a que el comunicador sea parte concisa del medio, sin voz bonita o con voz bonita; sin estilo o con estilo. No tiene importancia, pues en la época de la especialización la función del hombre de cultura desaparece, no importa que la tenga, si es técnico en la rama con eso basta, ya que únicamente va a presentar. Ese va a ser su mundo, como en el caso de las estaciones de Frecuencia Modulada, en donde el locutor sólo se limita a dar el título, el autor e intérprete de las melodías que se van a presentar. Otras veces los cortes de estación y promocionales, pero aún así siguen siendo locutores.

Nuevamente, reiteramos que a éste tipo de emisoras con programación meramente musical pertenecen Stereo 97.7, Estereo Joya y Amor 106, mismas que serán analizadas más adelante.

También podemos decir, que el locutor como el principal ejecutor de la voz para lograr ser la persona más conocida de la estación y la voz que identifique a la emisora, debe tener en cuenta que no existen horarios, ni fechas, ni descansos. Debe poner todo el amor posible para que se refleje, precisamente el cariño, la actuación y el estímulo al oyente. Ayudado claro de su preparación y conocimientos que posea.

Es así que consideramos a los locutores pilares de la Radio, ya que han sabido desempeñarse en una profesión de lo más difícil, en donde su importancia radica en sus funciones y características que lo hacen ser un líder de opinión y como tal tiene la responsabilidad de tener bases y fundamentos acerca de

lo que dice, porque es una persona que a través de la palabra puede cambiar la frase de un niño, su manera de ser o actuar, así como la credibilidad que el radioescucha tenga en él.

Lo anterior se dice porque gracias al comportamiento y desenvolvimiento del locutor en los programas se ha ganado a su público, ya que no por el hecho de poseer una licencia que los acredite como tal le va a permitir decir notas alarmantes que como ya se dijo causen disturbios o confusión. Y lo que es peor, no cuenten con bases sólidas para decir las.

Asimismo, cabe mencionar que los locutores se han fijado como meta llegar al receptor, ganándose su confianza y amor; a través del buen manejo de los elementos con los que cuenta su voz y de sus experiencias vividas, que a fin de cuentas es la aplicación de esas experiencias las que se vuelven conocimiento.

De esta forma le es más fácil al locutor interpretar diversidad de papeles en los programas y transmitir al escucha con naturalidad y sencillez sentimientos y valores de: sinceridad, nostalgia, amargura, desesperación, ternura, miedo o amor. Más que nada porque ha sabido manejar su voz, la ha entrenado hasta conseguir voces con tonos de autoridad, sugestiva, informativa, amigable, agresiva, sofisticada, vivaz, humorística, así como lograr voces suaves y pulidas, veloces y salvajes. Y sobretodo, porque el ser humano podrá mentir, podrá contener sus ademanes, pero no podrá ocultar sus verdaderos sentimientos en las inflexiones de la voz.

Finalmente, decimos que el locutor es un instrumento dentro de los medios masivos de comunicación, esencialmente porque sabe lo que anhela y siente lo que desea hacer sentir al escucha. Asimismo es un factor decisivo en el triunfo o fracaso de las radiodifusoras.

Y esto, más que nada se ha logrado por el buen manejo de todos los elementos técnicos que despiertan en el auditorio la sensibilidad de creer y respetar a la persona que está transmitiendo cualquier mensaje a través de su aparato receptor, aunque no la vea físicamente.

Es así que podemos concluir, que nos parece increíble que con un montón de sonidos, que con 29 letras, que con un alfabeto y con sonidos que inventamos, producimos o mezclamos, se atrape la atención de la gente.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. MEJÍA PRIETO, Jorge. "Historia de la Radio y la Televisión en México", p. 14.
2. *Ibidem* p. 59.
3. *Ibidem* p. 35.
4. *Ibidem* p. 51.
5. *Ibidem* p. 60.
6. *Ibidem* p. 63.
7. Coedición Unidad Xochimilco, IMER. "El sonido de la Radio: Ensayo teórico-práctico sobre producción radiofónica", p. 180.
8. BRAVO, Julio. Entrevista personal. Productor de Grupo IMER, México, D.F. 14 de agosto de 1992.
9. CINTA, Rafael. Entrevista personal. Locutor de Radio Red, México, D.F. 15 de agosto de 1992.
10. AMEIXEIRA, Alfonso. Entrevista personal. Locutor de Estéreo Joya, México, D.F. 16 de junio de 1992.
11. CORNUT, Guy. "La voz", pp. 69 y 70.
12. ROMO GIL, María Cristina. "Introducción al conocimiento y práctica de la Radio", p. 50.
13. *Ibidem* pp. 51 y 52.
14. TORRES V., Marco Polo. "Locución Radiofónica", pp. 43 y 44.

15. ANEIXEIRA, Alfonso. *Entrevista personal. Locutor de Estereo Joya, México D. F. 16 de junio de 1992.*
16. BRAVO, Julio. *Entrevista Personal. Locutor de Grupo IMER, México, D. F., 14 de agosto de 1992.*
17. ALVAREZ, Jesús. *Entrevista personal. Locutor de Radio Alegría, México D.F. 16 de junio de 1992.*
18. CURIEL, Fernando. *"La Escritura Radiofónica" Manual para guionistas, pp. 25 - 41.*
19. SERRANO, Antonio. *Entrevista personal. Técnico de Radio de la ENEP Aragón, Edo. de México, 18 de agosto de 1992.*
20. TORRES V., Marco Polo. *Op. cit. p. 35.*

II. LO REAL
Y LO FICTICIO DE
ORGANIZACIÓN
RADIO CENTRO

AUTOR: FRANCISCO RUIZ BERNARDEZ

(ESCRITOR ARGENTINO)

*"Si para recobrar
lo recobrado
tuve que haber perdido
lo perdido
tengo por bien ganado
lo ganado
y tengo por bien perdido
lo perdido.*

*Si para estar ahora
enamorado
hube de haber
estado herido
tengo por bien sufrido
lo sufrido
tengo por bien llorado
lo llorado.*

*Porque después de todo
he comprendido
que no se goza bien
de lo gozado
sino después
de haberlo padecido.*

*Porque después de todo
he comprendido
que el árbol
lo que tiene de florido
vive de lo que tiene
sepultado."*

Versión estenográfica de la
Conferencia impartida el 28 de
mayo de 1992, en el Teatro
Clavijero de Veracruz, Ver.,
durante la XLI SESIÓN ORDINARIA
DEL CONSEJO CONSULTIVO DE LA
CIRT.

II. LO REAL Y LO FICTICIO DE ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO.

Organización Radio Centro actualmente es uno de los grupos de radiodifusión más destacado de México y América Latina. Por tal motivo, se ha destinado el presente capítulo a esta Organización, ya que su trayectoria como grupo y en especial la de cada una de sus estaciones han sido de gran trascendencia y por tanto digna de ser estudiada.

Stereo 97.7 y Estereo Joya como emisoras de Frecuencia Modulada y debido a que cuentan con una sola voz que las identifique a lo largo de sus transmisiones se han elegido como principal objeto de estudio.

Estereo Joya tiene una historia que data de la década de los cuarentas y aún hoy gracias a su programación, así como al estilo y el tono de voz de su locutor se mantiene en el gusto del público.

Por su parte, Stereo 97.7 ha logrado en poco tiempo llegar a un primer lugar entre las difusoras que transmiten música moderna en español. Porque han elegido la voz idónea y han implantado un formato musical de tres en tres. (Ver anexo I Posición General de Radiodifusoras en la Ciudad de México).

Asimismo, nos interesa hacer mención que para el desarrollo del presente capítulo se recurrió a entrevistas con personas clave que nos pudieran proporcionar la información necesaria. Por tal motivo, si se llegase a tropezar con afirmaciones un tanto riesgosas, son datos procedentes de un testimonio vivo (no documental) que únicamente se presentan con el fin de enriquecer la Tesis.

2.1. ANTECEDENTES DE ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO.

1942 marca el inicio en la trayectoria de transmisiones en cadena de diez estaciones que se integraban de las 13:30 a las 15:00 horas y de las 20:00 a la 22:00 horas, en la Cadena Radio Continental.

Es así que en las calles de Bolívar 30, Altos del Teatro Principal se montan los estudios de la Cadena que inicia labores en la ciudad de México en diciembre de ese mismo año, con un bloque de diez emisoras, que se encontraban dispuestas a dar batalla con la nueva fórmula de encadenar sus emisoras a través de líneas telefónicas y de esta forma saturar los cuadrantes con programas de gran impacto.

Las estaciones piloto de Cadena Radio Continental eran la XEBZ, XEK, XEAL, XEBS, XEML, XERC, XERC, XELZ y la XEJP Radio Variedades, que desde entonces es propiedad del señor Francisco Aguirre Jiménez junto con la XEQR Radio Centro, considerada un eslabón en el grupo al igual que la XERQ.

El entusiasmo del ingeniero Juan A. Egúrrola, de Gabriel Fernández Sáyago y de Antonio Fernández, dan inicio a la trayectoria de transmisiones en cadena y en donde cabe destacar que algunas de alta calidad fomentaron el nacimiento y afianzamiento de verdaderos pilares radiofónicos en el medio como lo es actualmente la ORC (Organización Radio Centro).

Sin embargo, este sueño duro tan poco, tal vez los malos negocios o si hubo quijotismo como lo dice Jorge Mejía Prieto provocaron que los Fernández traspasaran la Cadena a Manuel Suárez, quien la maneja cuando estuvo en Córdoba 48. (1)

La CRC cambia nuevamente de propietario y es entonces en el año de 1946 cuando la XEQR y su sistema de transmisión simultánea pasa a poder de Francisco Aguirre Jiménez y con ello la desaparición de la Cadena Radio Continental y el nacimiento de Organización Radio Centro.

La reacción natural de la Radio ante la Televisión hace que Organización Radio Centro, una cadena pequeña de estaciones mexicanas, preparara su cañonazo y desde sus nuevas instalaciones de Artículo 123 No. 90 Colonia Centro cristalizara la más ambiciosa idea de combinar la publicidad radiofónica con la directa a los consumidores.

De esta manera, reafirma las funciones de la radio comercial que surgió en México en el año de 1923 con las estaciones CYL Y CYB y la cual se consolida en 1930, como se dijo en el capítulo anterior.

En cuatro pisos se han instalado los estudios de Organización Radio Centro. Un gran jardín en el último piso del edificio y muchos atractivos, como un restaurante gratuito y una gran cantidad de premios para todos los oyentes (2) nos hacen pensar que era un peligroso enemigo que se avecinaba. El peligro también incluía a las emisoras grandes como la XEW, la catedral de la Radio en México, o Radio 620 de los señores Blanco. Lo mismo que Radio Mil que se expandía al par de ella.

Organización Radio Centro que en un principio fuera de la Radio "pequeña", con su autonomía singular, así como con su personalidad adaptada a las nuevas generaciones y a la visión empresarial de Don Francisco Aguirre Jiménez, actualmente es un grupo de empresas de radiodifusión y servicios que se encuentra bajo el poder de la señora María Esther Gómez viuda de Aguirre.

La familia Aguirre Gómez mantiene a sus empresas bajo un concepto corporativo, por lo que se crea grupo FAMEGA, formado por tres divisiones: Radiodifusión, Turismo y Desarrollo.

Asimismo, la División de Radiodifusión de Grupo Radio Centro se integra por: ORC (Radiodifusión del Valle de México), OIR (Radiodifusión Nacional) y CRC (Radiodifusión Internacional). Áreas que a continuación explicamos con base en la información proporcionada por la misma Empresa mediante un folleto y una visita guiada.

ORC, OIR y CRC agrupan emisoras a lo largo del país y en las principales ciudades con población de habla hispana en los Estados Unidos. Es por ello, que grupo Radio Centro es la Organización radial con mayor número de radioescuchas de habla hispana a nivel mundial, ya que como ellos dicen les llega entretenimiento, cultura, información y educación; fomentando así el desarrollo socioeconómico de México.

Primeramente CADENA RADIO CENTRO (CRC) es uno de los medios informativos de habla hispana más importante en los Estados Unidos y desde 1983, año en que se hiciera la primera transmisión desde México, vía satélite Morelos, sigue enviando su señal las 24 horas del día a Dallas, Texas, lugar donde el sistema de Satélite Westar IV repite para sus radiodifusoras afiliadas 24 noticiarios diariamente con un total de 1320 servicios informativos al día.

ORGANIZACIÓN IMPULSORA DE RADIO (OIR) por su parte, es de las Cadenas Radiofónicas más importantes en el interior de la República Mexicana, ya que cubre los principales mercados con más de 80 estaciones afiliadas y a las que les proporciona servicios de Comercialización Nacional, Programación, Producción, Asesoría técnica, jurídica y administrativa.

OIR cuenta también con un sistema de satélite en donde a través del sistema Satélite Morelos cubre las principales plazas de la República y transmite programas musicales, culturales, noticiosos y eventos especiales. Así como, resúmenes noticiosos, notas informativas, programas especiales de información y comentarios a las estaciones de provincia.

Por otro lado, NOTI CENTRO es un servicio noticioso integral que proporciona información veraz y oportuna al auditorio radiofónico, a través de los programas informativos de Cadena Radio Centro, Organización Impulsora de Radio y Organización Radio Centro.

Este servicio se nutre de los contenidos noticiosos recibidos de las principales agencias informativas nacionales e internacionales, además de las aportaciones de su extenso cuerpo de reporteros, corresponsales y comentaristas especializados, ubicados en puntos estratégicos de todo el mundo.

ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO (ORC) fundada en 1946 opera a nivel Radio en el Distrito Federal y Área metropolitana.

Actualmente, ORC cuenta con seis estaciones radiofónicas en Amplitud Modulada (AM) y cuatro en Frecuencia Modulada (FM), operando todas ellas la 24 horas del día.

La XEQR Radio Centro transmite balada en español y se localiza en la frecuencia de 1030 KHz. La XEJP Radio Variedades en el 1150 de la banda de AM difunde música Grupera. Cabe destacar que estas dos emisoras eran parte de las diez radiodifusoras de Cadena Radio Continental, pertenecientes al señor Aguirre Jiménez.

Otra difusora de AM que formó parte de Radio Centro fue la XERCN que se vendió para posteriormente comprar la XERC Radio éxitos, actualmente conocida como El Fonógrafo, aunque claro

también fue muy conocida como expresión 790 y la campeona 790. Esta difusora emite música del recuerdo.

Más tarde, surge la XELZ Radio Sensación con 1320 KHz, estación que hasta hace unos meses dejara de sonar para dar paso a FORMATO 21 "La estación de las Noticias". En 1980 nace Radio AI en el 1560 que se convierte en Radio Consentida conservando sus siglas XEFAJ y transmitiendo melodías Rancheras.

Un año después XEST 1440 cambia a Estudiantes AM y hoy día se conoce como Radio Alegría, la cual tiene una programación de tonadas modernas en español.

En cuanto a las estaciones de Frecuencia Modulada, la XEQR Radio Universal con 107.3 MHz ha conservado su nombre desde sus inicios, así como el tipo de música que transmite: balada en inglés.

Sin embargo, la XEJP Radio Joya que se localiza en el 93.7 KHz de la banda de FM se vio precisada en cambiar su nombre a Estereo Joya en 1991, pero no su giro musical, ya que aún hoy toca canciones románticas. (Ver apartado Origen y Evolución de Estereo Joya)

La tercera estación de FM es la XERC que empezó como Radio Hits y en 1988 se convirtió en Stereo 97.7, la cual es ahora la número uno dentro de Organización Radio Centro, con su programación de música moderna en español.

Por último, XHFO Sonido Z es la estación que en 1993 comenzara a escucharse con música gruperá en el 92.1 de la banda de FM. Frecuencia que ocupara la extinta Crystal FM.

Por otra parte, el desarrollo y el funcionamiento de las diez estaciones se encuentran bajo la responsabilidad de Gerentes Artísticos, quienes son los encargados de supervisar, aprobar o desaprobar las ideas de los Directores Artísticos.

Asimismo, el trabajo del Director Artístico consiste en realizar las promociones y eventos especiales de la estación, así como elaborar toda la programación que se transmite.

Por su parte, los gerentes encargados de una estación de FM y dos de AM reportan sus actividades a un Director de Operaciones.

Es importante mencionar, que se les destina a cada grupo de estaciones un estudio de grabación, independientemente de la cabina de transmisión que tiene cada una de ellas.

<i>GERENTE ARTÍSTICO</i>	<i>EMISORAS</i>	<i>FRECUENCIA</i>
<i>Adolfo Fernández</i>	<i>Radio Universal</i> <i>Formato 21</i> <i>El Fonógrafo</i>	<i>FM</i> <i>AM</i> <i>AM</i>
<i>Gabriel Hernández</i>	<i>Stereo 97.7</i> <i>Sonido 2</i> <i>Radio Variedades</i> <i>Radio Alegría</i>	<i>FM</i> <i>FM</i> <i>AM</i> <i>AM</i>
<i>Manuel Trueba</i>	<i>Estereo Joya</i> <i>Radio Centro</i> <i>La Consentida</i>	<i>FM</i> <i>AM</i> <i>AM</i>

Retomando lo expuesto anteriormente, podemos decir que la gente encuentra en la Radio diversidad de estilos musicales que varían según los gustos y necesidades de cada época, como lo vemos en las diferentes emisoras de Organización Radio Centro, misma que a lo largo de 47 años se ha preocupado también por adoptar la innovación tecnológica para mantenerse a la vanguardia de la Radio en México.

2.2 ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE ESTEREO JOYA

La Radio siempre ha tenido un valor incalculable en los hogares mexicanos, al ser el medio de comunicación por excelencia, y quienes trabajaron en ella tuvieron que luchar mucho, idear cosas nuevas y desarrollar mejores técnicas de comunicación. Muestra de ello, es la creación de la Frecuencia Modulada, la cual es un sistema de transmisión radiofónica inventado por el Mayor Armstrong de la Marina de los Estados Unidos.

En México, mientras la Televisión iniciaba su segundo año de vida en medio de un acelerado proceso de industrialización y del desarrollo económico, nace la Frecuencia Modulada en 1952, que tiene su banda de operación entre los 88 y los 108 megaciclos, que permite la reproducción fidedigna del sonido.
(3)

Asimismo, podemos decir que quien tiene el mérito de haber introducido y estudiado las grandes posibilidades de la FM aquí, fue el Queretano Federico Obregón Cruces, hombre de gran visión que hizo todo lo posible hasta ver ese sueño hecho realidad.

Fue así, como el 9 de diciembre de 1946 Obregón Cruces solicitó una concesión de FM a la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, para la instalación de radorreceptores que captaron su estación radiofónica.

Dos años después, el 28 de diciembre de 1948 fue aprobada la instalación de la estación a la que el Queretano le dio por nombre Radio Joya de México. Su potencia era de un sólo kilowatt y su frecuencia de 94.1 megaciclos.

No se sabe con exactitud porque se le denominó a la estación así, pero suponemos que por tratarse de un sonido único, de un tesoro musical.

En aquel tiempo, se tenían unos estudios ubicados en el décimo piso del edificio de Reforma No. 1.

Ya establecida, Radio Joya de México inició pruebas desde 1949 hasta que en el período comprendido entre mayo de 1952 a diciembre de 1953 salió definitivamente al aire.

Entre los locutores que se encontraban al frente de Radio Joya estuvieron José López, Rodolfo Tellez e Ignacio Herrera, así como los operadores Mario Velázquez, Arturo León, Raúl García Vargas y Rubén Quijano; quienes se encargaban de dar continuidad a sus emisiones.

Su programación se basaba principalmente en programas musicales y los primeros anuncios que se transmitieron fueron los de la Lotería Nacional.

XHFM Radio Joya de México, marcó una pauta en el proceso incontenible de la Radiodifusión Mexicana. Además enseñó a oír y escuchar a toda una generación, ya que con la creación de la FM Federico Obregón Cruces dio inicio a una nueva etapa de la Radio Nacional, que aún hoy se mantiene porque ha sabido hacer frente a las nuevas tecnologías.

Sin embargo, Radio Joya de México subsistió hasta el 26 de julio de 1957, día en que un fuerte temblor sacudió la ciudad y derribó el edificio que la albergaba.

Federico Obregón Cruces no tuvo más alternativa que vender su estación, por los problemas económicos que se generaron por el desastre.

En ese entonces, el Sr. Francisco Aguirre, quien fuera dueño de Organización Radio Centro se interesó y una vez concluidas las negociaciones, la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas aprobó la venta el 16 de agosto de 1958. (4)

Radio Joya continuaría así otra etapa, pero dejaría una huella imborrable en la Radiodifusión Mexicana.

Tiempo después del surgimiento de la pionera Radio Joya, vendría una época de crecimiento de la FM en la década de los setentas.

Con la adquisición de Radio Joya de México, el Sr. Francisco Aguirre se vio en la necesidad de adaptar la estación a los lineamientos y políticas de su empresa. Así desaparece XHFM Radio Joya de México para dar nacimiento a XEJP Radio Joya.

En un principio, se encontraba en Nuevo León 16 junto con las dos estaciones más de FM pertenecientes a Organización Radio Centro.

Estas instalaciones albergaban La Central de Grabaciones de ORC que se adquirió en 1961, con el fin de que sus anuncios fueran de lo mejor y menos costosos, por lo que se le dotó de los equipos más profesionales de la época y de la más alta calidad en el mercado; como se menciona en la Revista Antena de los meses de Enero-Febrero de 1979.

Tiempo después, las tres emisoras se trasladaron a Artículo 123 No. 90 con el fin de tener a las nueve estaciones de la Organización juntas; por necesidades de trabajo y comodidad de la empresa, ya que el material para la programaciones se grababa en Artículo 123 y de ahí se tenía que mandar a Nuevo León, en donde las estaciones transmitían por medio de un carrusel automático.

Cabe mencionar, que las instalaciones de Nuevo León 16, aún hoy son propiedad de Grupo Radio Centro y en ella se mantienen dos estaciones que se manejan como Agencias de Grabación, que transmiten a 70 estaciones de provincia pertenecientes a Organización Impulsora de Radio.

Además, es interesante señalar que se ha observado una evolución y avance digno de ser considerado, ya que las estaciones de Radio en la Nación parecen preocuparse más que antes por mejorar sus programaciones, por interpretar el gusto popular y por salir de un estancamiento en el que muchas de ellas habían caído para meterse en el terreno de la competencia y así ganar más auditorio.

Por ello, Radio Joya y Organización Radio Centro se han preocupado por mantener una programación musical que sea del agrado del público. Es así, que a finales de 1991 surge el concepto musical de Tres en Tres y gracias a éste cambio se pudo tener menos y mejor publicidad.

En este sentido, hoy día existen varias emisoras que han adoptado este formato musical, como en el caso de Digital 99, Estereo 102, Universal Stereo, Amor 106 y otras. Por lo que parece que esto se ha convertido en una guerra, ya que se ha llegado hasta el grado de incluir en las programaciones conceptos

musicales de cuatro en cuatro y hasta de cinco en cinco como en Radio Uno (sucesora de Jazz FM) y Pulsar FM.

Con esto posteriormente querrán salir con uno de diez en diez, pero se corre el riesgo de que mientras más programen canciones ligadas se descuide el tiempo del patrocinador. Y el caso es que por querer ganar una guerra de formatos se encarecen los segundos de venta, ya que a mayor música, mayor número de público, mayor costo del comercial y menor tiempo del mismo. Sobre todo porque esa comercialización es la que sostiene a las radiodifusoras económicamente hablando.

Ahora bien, continuando con la historia de Radio Joya vemos que en 1991 se transforma en Estereo Joya, gracias al sonido Gold Estereo, el cual permite tener un sonido más potente y de mayor nitidez. En este sentido, el nuevo concepto musical de tres en tres se vio apoyado por el sonido Estereo.

Actualmente, Estereo Joya tiene una frecuencia de 93.7 MHz y 10 000 watts de potencia. Transmite música las 24 horas del día con una programación donde desfilan melodías de corte fino, romántico e instrumental. Este repertorio musical se complementa con el timbre de voz del señor Alfonso Ameixeira, quien ha sido el locutor oficial desde que naciera Radio Joya.

Es importante aclarar también, que hoy en día la emisora cuenta con la voz del señor Enrique González de la O, que de alguna forma apoya la del señor Ameixeira, especialmente porque su timbre de voz es semejante y característico de la estación.

Asimismo, cabe mencionar que a lo largo de la programación de Estereo Joya que es totalmente musical, se pasan cápsulas informativas y se transmiten servicios sociales como lo son los reportes de vialidad.

Por último, podemos decir que en Estereo Joya, su nuevo concepto de tres en tres, el sonido Gold Estereo y la comercialización con la que cuenta han logrado que se mantenga no sólo la voz del señor Ameixeira como locutor, sino también que la misma emisora conquistara uno de los primeros cinco lugares de popularidad dentro de Organización Radio Centro. (Ver anexo III Tabla de posiciones en Organización Radio Centro)

Además, como lo dice Juan Cuevas de la Revista Radiolandia en el año 1957 "y con toda certeza" las nuevas técnicas de radio lograrían una mayor rapidez en sus transmisiones, así como movimientos para todos los gustos que harían de las radiodifusoras una verdadera fuente de recreo para el público que las escucha. Sobretudo, porque en los últimos 25 años, la Tecnología ha avanzado a pasos agigantados y la Radio se ha beneficiado enormemente; de los bulbos se pasó a los transistores, del sistema analógico al binario y ahora se puede procesar el sonido en los micrófonos, en las consolas y en los transmisores.

Y por si fuera poco, el sonido con el sistema digital se produce nítidamente y se puede grabar la música, además de los anuncios en el disco duro de las computadoras para registrarse posteriormente y obtener así la absoluta seguridad de su transmisión.

Es así que la Radio se renueva en el aspecto tecnológico, ya que desea brindar constantemente a su auditorio grandes beneficios, como la calidad de transmisión y la recepción instantánea.

Muestra de ello, es la instalación del Sistema Digital de Comerciales en las cabinas de transmisión de las emisoras de esta Organización, así como una terminal de computadoras que agiliza no sólo el trabajo del operador sino que permiten enviar una señal cada vez más nítida.

Más adelante se profundizará en lo relacionado a este aspecto.

2.3 NACIMIENTO DE STEREO 97.7

La penetración de la radiodifusión Nacional crece día a día, el tiempo pasa y el gusto en cuanto conceptos musicales es diferente cada época.

Así, en 1977 aparece XERC FM Radio Hits " La estación de la Manzana ", una emisora más de Organización Radio Centro.

Esta Radiodifusora fue singular, al igual que muchas más, ya que en ese entonces imperaba en la moda radiofónica la música en inglés, que aparecía como fenómeno de venta, complacencia y audiencia.

Radio Hits fue la precursora junto con otras estaciones, en enviar este tipo de melodías que el auditorio joven pedía.

Los locutores con los que contaba Hits eran Héctor Lama la voz principal de la estación, actualmente la voz de los comerciales de la Volkswagen, y Eduardo Pasquel. Posteriormente, ingresaría a este equipo de voces el Sr. Jesús Álvarez.

Radio Hits mantuvo su línea musical durante varios años, sin embargo en la década de los 80 la estación empezó a sufrir un declive un poco grave en cuanto a su programación, ya que no pudo mantener más la línea musical que ella misma se había marcado.

Por ello, a finales de 1984 Jesús Álvarez comenzó a manejar Radio Hits y el primero de febrero de 1985 la toma oficialmente.

La idea de contratarlo en Organización Radio Centro, fue precisamente para que se hiciera cargo de Radio Hits y la cual a un mes de haberla tomado reflejaba un salto gigante en cuanto al rating. Para abril ya estaba arriba y en mayo ya ocupaba un buen lugar en la tabla de posiciones como lo dice el mismo Jesús Álvarez, actual locutor de Radio Alegría. (5)

Ya establecida de esta manera, Radio Hits decidió manejar programas de música mezclada y rock mezclado, así como hacer programas en vivo.

Además, se rompió con lo establecido en cuanto programación y se quitaron las voces de Eduardo Pasquel y Héctor Lama.

Por tal motivo, Jesús Álvarez se dio a la tarea de dirigir tanto la programación como la voz.

Con todos estos ingredientes, se logró mantener bien conservada la estación hasta 1986. Pero a pesar de ello, en agosto de ese mismo año el Sr. Álvarez dejó de hacerse cargo de la dirección de la estación y según palabras de él mismo, no porque la música en inglés hubiese terminado sino porque se dio un bloqueo en cuanto al manejo de la emisora, trayendo como consecuencia que el rating de la misma bajara de manera considerable e incluso hubiera meses en los que ya no apareciera en la tabla de popularidad.

Tiempo después de la salida de Jesús Álvarez, vino otra etapa verdaderamente difícil para Radio Hits, ya que se empezaron a hacer con la estación pruebas y la utilizaron como laboratorio tratando de meter programas en vivo con Heavy Metal.

Además, se pusieron locutores como Jaime Curt, Federico Lira, Adolfo Fernández y Raquel Castro; que desmembraban con los lineamientos que tenía Hits.

Con esto, podemos darnos cuenta de que no se tenía una organización ni mucho menos existía una comunicación entre todas las personas que colaboraban en Radio Hits.

También, se puede ver que no hubo el más mínimo control de la situación y la rienda se les fue de las manos.

Además, " hubo pequeños problemas de no integración y falta de comunicación entre la gerencia y la dirección artística ".
(6)

Todos estos problemas aunados con el auge de la música en español, en aquel tiempo, trajeron como consecuencia que Radio Hits desapareciera. Esta pérdida fue lamentable y sin embargo, hoy en día la sustitución de esa etapa musical con una nueva emisora (Stereo 97.7), ha sabido responder a las exigencias de las nuevas generaciones.

Quizás, la razón más importante para que el nacimiento de esa nueva estación se suscitara fue precisamente el advenimiento de la música en español, ya que en ese entonces se había abusado demasiado de la música en Inglés y una gran mayoría de estaciones en la capital tenían programación de ese tipo.

Así que, se debía buscar una variante para poder salir adelante y se tomó la música en español porque aún no estaba muy explotada y además era una oía musical virgen. Con ella llegaron también ideas diferentes, así como grupos y voces nuevas.

Esa fue la última etapa que viviera Radio Hits en el gusto popular, aunque claro no puede negarse que dejó una imagen dentro de la Radiodifusión Nacional.

El tiempo pasó, otros auditorios nacieron; con otros gustos, con otra sensibilidad, con otros conceptos y el 8 de agosto de 1988 nació la estación que marcó una singular personalidad de las nuevas generaciones: XERC FM, Estereo 97.7; juvenil, arrolladora y con imaginación vibrante.

"Estereo 97.7 nace por el auge de la música en español, y porque se vio la necesidad de darle un espacio a ese nuevo tipo de música, que se avecinaba desmedidamente; sobretodo, porque el 70 por ciento de la población que es juvenil lo pedía." (7)

Así Gabriel Hernández -integrante de Organización Radio Centro- presenta el plan y el proyecto para una nueva etapa de la estación. La idea es aprobada por la Dirección General de la empresa y con ello Radio Hits se transforma en Stereo 97.7.

El señor Hernández es el actual Gerente Artístico de Radio Variedades, Radio Alegría y Stereo 97.7.

Al transformarse la estación, el primer paso fue buscar la imagen adecuada para la misma, por ello se decide hacer varias pruebas a locutores y así poder localizar un timbre de voz diferente, algo que no estuviera demasiado cacofónico y que además no fuera muy escuchado en la Radio, sobretodo, en la banda de Frecuencia Modulada.

De esta manera surge el saludo Musical de Arturo Flores,

quien se inició como locutor en Radio éxitos y hasta el momento sigue siendo la voz oficial de la Emisora.

Sin embargo, en 1991 se unió al equipo de Stereo 97.7 la voz del locutor Manuel Larrieta, como complemento y apoyo de la expresión del señor Arturo Flores.

Stereo 97.7 tiene una Frecuencia de 97.7 MHz y 100 000 watts de potencia. La música que transmite a lo largo de las 24 horas del día es de tipo moderna e internacional en español. Este estilo de programación conjugado con la voz de Arturo Flores han logrado hacer de ella la número "uno" a lo largo de sus cuatro años y medio que lleva de vida. Y ese primer lugar lo ha mantenido mes tras mes, gracias al formato musical de tres en tres, que implantara ella misma y que en la actualidad varias emisoras de diversos grupos radiofónicos lo han adoptado. (Ver anexo I Posición General de Radiodifusoras en la Ciudad de México y Anexo III Tabla de posiciones en Organización Radio Centro)

Cabe mencionar, que Arturo Flores en su afán por hacer de Stereo 97.7 la mejor de ORC, lo llevó a ser no sólo el locutor de la Radiodifusora, sino también el Director Artístico.

En cuanto a programación se refiere Stereo 97.7 transmite "oldies but goodies" que se traduce como "viejititas pero bonitas", todos los días de 10:00 a 11:00 de la mañana y por la tarde de 7:00 a 8:00 hrs. Además, tiene series especiales llamadas "Las famosas de..." y los sábados al mediodía sale al aire el programa del "Metrónomo 97.7".

En lo que se refiere a Información, ésta la maneja el Área de noticias de Organización Radio Centro y aunque en Stereo 97.7 no se transmiten con cierta periodicidad se cuenta con cápsulas informativas a las que se les destina un espacio a lo largo de la programación cien por ciento musical que tiene la estación, y que de alguna manera la saca del círculo restringido en que se encuentran otras emisoras en ese sentido.

Finalmente, cabe señalar que Stereo 97.7 al igual que Estereo Joya, maneja todo tipo de publicidad y al mismo tiempo, es la estación más cara desde el punto de vista comercial; tal como lo podemos comprobar con las siguientes tablas de tarifas de spots de la Estación.

No. DE SPOTS	PRECIO EN N.º	DURACIÓN EN SEGS.	DIAS POR SEMANA
1	• 987.00	30	4 ó menos
1	• 850.00	30	5 ó 6
1	• 774.00	30	7

FUENTE: INRA. 1993.

No. DE SPOTS	PRECIO EN N.º	DURACIÓN EN SEGS.	DIAS POR SEMANA
1	• 2 000.00	60	4 ó menos
1	• 1 716.00	60	5 ó 6
1	• 1 548.00	60	7

FUENTE: INRA. 1993

No cabe duda, que una estación de primer lugar no puede marcar un límite en el terreno de la publicidad, ya que nuestra generación requiere calidad y desea anuncios creativos para sintonizar su mente, así como sus aparatos receptores.

Para esto se necesita del trabajo en equipo de locutores, operadores, Directores, Gerentes Artísticos, Empresarios, Publicistas, etc, ya que realmente son ellos los que poseen las ideas y la experiencia necesaria para combinar de la mejor manera la música y la publicidad que se programa, que apoyadas con el buen manejo de sus recursos, hacen de su programación lo mejor en cuanto a variedad, creatividad y calidad que se pueda ofrecer al radioescucha.

De esta manera, concluimos que es necesario mezclar la sal y la pimienta, hacer el cocido y después dar el postre; receta que definitivamente ha sabido aplicar Stereo 97.7, el señor Arturo Flores y Organización Radio Centro.

2.4 LOS LOCUTORES: IMAGEN Y VIDA DE UNA ESTACIÓN

La radiodifusión a lo largo de mucho tiempo es una de las tareas más apasionantes para los locutores, sobretodo porque es un Castillo en el Aire que se construye todos los días y no queda nada de el al día anterior.

Sin embargo, la entrega, el empeño, así como el profesionalismo y el conocimiento que se adquiere por la experiencia hacen del locutor en la Radio un pilar, una base que a largo plazo sería la identificación misma de las estaciones de Radio, como lo vemos ahora con Estereo Joya y Stereo 97.7.

Organización Radio Centro por ejemplo, mientras formó parte de Cadena Radio Continental con sus emisoras Radio Centro y Variedades contó con grandes locutores como Federico Bolaños, Emilio Valencia, Pedro D'Agullón o el señor de tan redundante nombre Alonso, Alonso y Alonso, así como Emilio Silvester, un locutor que hoy día pertenece a la BBC. (8)

Entre otros precursores de la Radiodifusión de aquel entonces en Cadena Radio Continental se encontraba Alonso Sordo Noriega, Emilio Ygartúa, a quien se le diera el honor de ser el precursor del poderoso movimiento sindical de los trabajadores de la Radio, al igual que Eulalio González; conocido hoy en día como "Piporro". También es importante mencionar a quien diera sus primeros pasos en la CRC y hoy día sea una figura destacada de la televisión: Jacobo Zabludovsky.

Estas figuras han logrado en los actuales locutores de Organización Radio Centro, crear una plataforma firme que hace que la audiencia radiofónica crezca día a día, especialmente porque el interés de escuchar música o a alguien que habla detrás del aparato receptor es mayor conforme transcurren los tiempos.

Actualmente, ORC cuenta con 32 locutores que ha distribuido estratégicamente a lo largo de sus 10 estaciones en AM y FM.

Decimos que estratégicamente, porque el tono de voz con el que cuentan cada uno de ellos ha ayudado a determinar la estación en donde su voz cumple con la tendencia de la misma.

En las estaciones de Amplitud Modulada como son: Radio Centro, El Fonógrafo, Radio Variedades, la Consentida y Radio Alegría; la programación es en vivo de las seis de la mañana a las diez de la noche.

Por ello, cuentan con cuatro locutores a lo largo del día, con un horario de 4 horas diarias.

Al locutor en este caso, se le proporciona una copia de la carta de programación musical que ha sido elaborada a computadora por el Director Artístico y donde se especifica el momento en que entran los cortes comerciales y las melodías que se van a presentar.

Es aquí entonces, donde el locutor en base a su estilo presenta y despide las melodías, improvisa comentarios alusivos y está dispuesto a enseñar habilidades, a compartir puntos de vista y experiencias. A través de la línea telefónica trabaja muy cerca de la gente, la escucha y la complace. Pero claro, todo lo debe hacer sin salirse ni de la tangente, ni de la mecánica que está sujeta a una disciplina que establece la línea de la Estación, como lo dijo Rubén García Castillo, locutor de Radio Alegría.

Cabe señalar, que de las diez de la noche a las 6 de la mañana la programación es grabada y tan sólo el operador nocturno se encarga de dar continuidad a las emisiones y en donde inserta la voz de locutores como: José Antonio Cabrera, Jorge Gutiérrez Zamora, José Sánchez, César Pérez, Jesús Álvarez, Víctor Rojano, Jesús Hernández, Manolo Cruz, Alberto Sánchez, Esteban Hernández, Luis Lorio, Javier González, Bolívar Domínguez, Víctor Macías, Enrique Cuevas Baez, Constanzo Campini, Fernando Álvarez Tercero, Enrique del Callejo, Salvador Luna, Edmundo García y José Antonio Macías, locutor del Fonógrafo que falleciera el 16 de febrero de 1993.

Sin embargo, en las estaciones de Frecuencia Modulada la programación es cien por ciento grabada, a excepción de eventos especiales o promociones, como en el caso de Stereo 97.7. Y a pesar de esto en las emisoras Estereo Joya, Stereo 97.7 y Universal F.M. se cuenta con la voz de locutores como la del señor Alfonso Amelxeira, que desde el año de 1958 ha sido la voz que identifica Radio Joya, aún por encima del cambio que sufrió en 1991 en su nombre (Estereo Joya) y en la programación (de tres en tres).

Tal vez el señor Ameixeira no haya estudiado una carrera profesional, pero es un hombre preparado, dotado de una voz, clara y agradable. Siempre pendiente de la competencia tecnológica que se avecina.

Arturo Flores por su parte, es locutor de Stereo 97.7 con un timbre de voz diferente, no muy sonada en la radio por la característica de no ser demasiado cacofónica, sobretodo, en las estaciones de Frecuencia Modulada.

Cabe mencionar, que Arturo Flores inició su carrera radiofónica en Radio éxitos al rededor de los años 1980 - 1981.

En Universal FM la voz principal es de Adolfo Fernández, locutor que iniciara en Radio Hits. Actualmente, alterna en Universal con Raquel Castro, la única locutora mujer que tiene Organización Radio Centro y que también se iniciara en Hits.

Como un paréntesis, podemos decir que en Organización Radio Centro se tiene la idea de que la voz femenina no funciona en Radio y no porque no sea atractiva para el auditorio, sino por el hecho de que no se esmeran por una preparación a fondo y además, de que su nivel cultural es muy precario, les falta constancia en lo que hacen, ya que muchas veces se casan y se van.

Es así, que algunas mujeres que incursionan en la Radio sólo les queda el recuerdo de que su voz era muy bonita y que en algún tiempo estuvo de moda.

Regresando a nuestro punto, en Stereo 97.7 y Estereo Joya participan también los locutores Manuel Larrieta y Enrique González de la O, respectivamente.

Sus voces son utilizadas como complemento de la principal y una característica muy importante de su voz, es que son tan semejantes que llegan a confundirse con las de Alfonso Ameixeira y Arturo Flores. Y quizá, en esto radique la imagen que se ha creado cada emisora.

Finalmente, Sonido Z es identificada por Ramón Castillo.

La voz del locutor en las emisoras de Frecuencia Modulada son de vital importancia, no obstante, la continuidad de su programación y el gran mérito de que salgan al aire se debe a la labor de los operadores, que al igual que en AM cuentan con una carta de programación musical, donde se marca la entrada de las melodías y cortes comerciales que se van a presentar.

Los horarios de trabajo de un operador son de 6 horas diarias y a lo largo de todo el día hay cuatro turnos.

En Estereo Joya cabe destacar la labor de los señores operadores José Santos Osuna de las 6 de la mañana a las 12 del día, Bonifacio Gloria Guerrero de las 12 a las 18:00 horas, de Samuel Salinas Alvarez de 6 de la tarde a 12 de la noche y finalmente la del señor Francisco Romero Mercado de las doce a las seis de la mañana.

En Stereo 97.7 sus operadores son: Jesús Vega, Vicente Islas, Enrique Callejo Abud y Narciso Santiago Huerta, en los mismos horarios que los de Estereo Joya.

En estas dos emisoras como en las demás se cuenta con un operador auxiliar, al cual se le llama descansero y en este caso son: Fernando Sánchez Gómez en Estereo Joya y Jorge Amaya de 97.7.

Finalmente, podemos decir que en Organización Radio Centro no se tienen locutores ni operadores improvisados. Se cuenta con gente capaz de comunicar, de hacer sentir al escucha que es su amigo. Locutores que hablen con naturalidad y sencillez y que no engolen la voz y se sientan galanes de la Radio como lo comentó el Lic. Gerardo Barrueco, Director General del Departamento de Producción de esta Organización.

Realmente eso ya se acabó, es algo que ha quedado en los inicios de la radiodifusión, en donde había un sinnúmero de voces aterciopeladas.

Por último, podemos decir que Organización Radio Centro es un grupo donde la solidaridad y la unidad derivan del sentido de organización y del criterio que tienen para juzgar situaciones que ayudan a armonizar sus intereses y los propios puntos de vista de sus dirigentes.

Esto se ve reflejado a través de todas y cada una de sus diez emisoras, porque como ya se mencionó, cuentan con una programación nivelada, tanto en el aspecto musical como en el comercial y el Tecnológico.

2.5 LA PROGRAMACIÓN: JOYAS PARA GENTE JOVEN.

A raíz del surgimiento de la Radio como medio de comunicación, muchos han sido los cambios tecnológicos que se han propiciado. De aquel entonces, cuando la programación se realizaba en vivo, siguió la innovación que hiciera Don Francisco Aguirre, fundador de Organización Radio Centro, quien utilizó el disco de 78 rpm para transmitir los programas musicales.

Con el tiempo, llegaron las grabadoras y reproductoras de cinta magnética, que dieron origen a las cartucheras o grabadoras reproductoras de cartuchos.

Este sistema de programación para las emisiones musicales dependía totalmente del discotecario como se le designaba. El escribía los guiones que a continuación leería el locutor, esencialmente porque era quien sabía la melodía que incluía cada uno de los cartuchos, así como noticiarios y cortes comerciales.

Es curioso, pero en ese tiempo las cabinas de audio se encontraban tapizadas por un sinnúmero de cartuchos, puesto que cada uno de ellos incluía una sola melodía, corte comercial o noticiario.

Sin embargo, la programación radiofónica es diferente cada día, pues cada época requiere de estilos para adaptarse a los sueños y a las fantasías del tiempo mismo y así salir del anquilosamiento que los limitaba en el terreno de la competencia.

Por esta razón Organización Radio Centro, se vio en la necesidad de introducir el DAT (Digital Audio Tape), una especie de cassette pequeño, pero con una mayor fidelidad del sonido.

Hoy en día el DAT es de gran utilidad, ya que incluye de 15 a 20 melodías dependiendo el tiempo que dure cada una de ellas. Es así que en aproximadamente cien DAT's se condensan hasta 2000 temas musicales, comerciales y en ocasiones hasta programas completos. Y lo que es más importante, se guardan en espacios más pequeños.

Además es fácil identificarlos, ya que tienen anexada una tarjeta en donde se especifica el número de DAT y las canciones con las que cuentan.

Dichas etiquetas en ORC son de color gris para las estaciones de Amplitud Modulada y Azules para las de Frecuencia Modulada.

Esto lo veremos mejor en el funcionamiento de cada una de las Frecuencias que opera esta Organización y que a continuación describimos.

Primeramente, en las estaciones de Amplitud Modulada podemos apreciar que se tienen una consola de diez canales, la cual sirve para regular el sonido de los aparatos que se encuentran en cabina. De igual forma, una consola reproductora de carrete abierto que está montada en una cinta magnética y en donde se graba la voz del locutor.

También se cuenta con una tornamesa que reproduce el sonido de un disco normal. Cartucheras que van a reproducir el sonido que se tiene grabado en cartuchos y por último, la reproductora de DAT.

En cuanto a las Emisoras de Frecuencia Modulada, el equipo con el que se cuenta es: Tres máquinas DAT modelo 7010, tres cartucheras, de las cuales dos son Delta con reloj interno y otra Otario, que son de carrete abierto, una consola de transmisión y teléfono en el caso de reportes de vialidad.

La diferencia que existe con respecto a las cabinas de AM es que se tiene un sonido Estereo Digital y la programación es totalmente grabada.

En ambas frecuencias se utilizan todavía los cartuchos, ya que incluyen comerciales y aún no se han podido computerizar como veremos más adelante.

Asimismo, se tiene al compact disc como un archivo, del cual se hace uso cuando las cintas de algún DAT que contenga melodías que se van a presentar en determinado momento se enrede. Y además, porque estos si se vuelven a grabar transmiten un sonido fiel de la grabación original.

Por otro lado, con respecto al procedimiento que se sigue en la continuidad de las emisoras tanto de AM como de FM podemos decir que es en base a una carta de programación musical y otra de continuidad.

En la CARTA DE PROGRAMACIÓN MUSICAL, se especifican las melodías que se van a presentar, por nombre e intérprete y se determina el momento preciso en que deben entrar los cortes comerciales y el tiempo que deben durar.

La CARTA DE CONTINUIDAD por su parte, sirve para aclarar la hora en que aparece la comercialización. Aquí, se especifica la hora, el nombre del producto, la duración del corte, el número de cartucho o DAT en que se encuentra y finalmente el total de comerciales de ese bloque.

Estos dos tipos de carta actualmente son elaboradas a computadora por el Director Artístico de cada estación, tanto de AM como de FM.

Por otra parte, en las estaciones de Amplitud Modulada, dado que la programación es en vivo se le otorga diariamente una copia de la Carta de Programación Musical a los locutores, para que así tengan conocimiento de las canciones que van a anunciar.

A los operadores en cambio se les da la Carta de Continuidad, ya que ellos son los responsables de insertar oportunamente la comercialización.

En el caso de las emisoras de Frecuencia Modulada, en donde la programación es totalmente grabada, a los operadores se les destinan los dos tipos de carta (de programación musical y de continuidad) para que así ellos vayan insertando las melodías junto con su presentación y los cortes comerciales que deben aparecer.

Es importante aclarar, que en Estereo Joya, 97.7 y Universal FM, así como en Sonido 2 los locutores graban la presentación de las melodías, los promocionales y jingles de identificación, en cintas de carrete abierto. También cabe mencionar, que estas grabaciones son realizadas varios días antes de salir al aire.

Organización Radio Centro al igual que otras radiodifusoras se lanza a la caza de más auditorios, a través de equipos cada vez más sofisticados, porque como dicen no hay nada nuevo bajo el sol y deben de buscarse estrategias tecnológicas que cubran las necesidades que existen en el público receptor; las cuales van cambiando según los tiempos.

Es así que ahora, en ORC se ha implantado en sus cabinas de transmisión el Sistema Digital de Comerciales, cuyo uso agiliza el trabajo diario del operador de cabina.

El principal objetivo del Sistema Digital de Comerciales es sustituir las cartucheras y cartuchos en el proceso de grabación y reproducción de material de corta duración; como son comerciales, noticieros, promocionales, jingles de identificación, la información de la hora y los flashes informativos.

Así, cada una de las cabinas de transmisión cuenta hoy con una terminal de computadora para reproducir bloques de información pequeños.

Las características del Sistema son:

- A) El audio es de uso digital,
 - B) Se puede manejar un extenso catálogo - hasta 9,999 cartuchos en forma aleatoria; siempre y cuando no superen la capacidad de memoria del sistema-
 - C) El operador evita errores por omisión o repetición de cartuchos.
 - D) La programación es continua,
 - E) Se puede retirar, añadir y mezclar cartuchos por medio de comandos que obedecen a un programa computarizado,
 - F) Dentro de las cabinas se reduce físicamente el número de cartuchos. Los master de los comerciales se mantienen en cartuchos para tenerlos como respaldo.
- (9)

Este proyecto es el resultado del entusiasmo del Ingeniero Juan Carlos De Lassé que junto con el Ingeniero Luis Cepero se han dedicado durante año y medio a buscar en convenciones,

manuales y diferentes empresas distribuidoras de equipo para Radio, el sistema que más se adecuara a las necesidades de Organización Radio Centro como Empresa.

Con el fin de adiestrar a las personas que operarian el nuevo Sistema, ORC se preocupó por darles cursos de capacitación en donde el propio ingeniero De Lasse profundizó en su instrucción y aún hoy aclara cualquier tipo de interrogante que pudieran tener los operadores.

Respecto al nuevo Sistema Digital de Comerciales los operadores tienen mucho que decir, ya que han visto varias evoluciones técnicas dentro de las cabinas de transmisión. Por ejemplo, han experimentado el cambio de las tornamesas Harris a las Delta. Cambio que hizo pasar a la historia el disco de 78 rpm, dado que las nuevas tornamesas eran mucho más rápidas y traían sólo dos revoluciones, la de 33 y la de 45. Posteriormente el de las cartucheras y con los años la del DAT, como nos lo dijo Teófilo Ortega, operador de la emisora Radio Centro.

Sin embargo, el nuevo Sistema será práctico y eficiente siempre y cuando se le dote de la información adecuada, porque aunque ya se empezó a utilizar en la transmisión continua de noticiarios, es necesario realizar ajustes con respecto a los comerciales.

Es importante que las cartas de tiempo, de continuidad con el nombre y clave de los comerciales que se tienen que transmitir en determinado momento coincidan con las que se están introduciendo al nuevo Sistema, porque cualquier variación puede significar un grave error para el operador.

Una ventaja más del Sistema es que cuenta con un regulador de energía que impide que las estaciones se salgan del aire.

Lo anterior y el aminorar el uso de cartuchos y desechar los DAT's hacen que la continuidad en las transmisiones sea casi perfecta, lo que podría provocar que en un futuro no muy lejano desaparezcan los operadores y los mismos locutores manejen su computadora.

Cabe mencionar que en las emisoras de Amplitud Modulada se han instalado micrófonos y amplificadores que cubren

efectivamente el rango de frecuencias y con ello, la voz sale con más nitidez.

Además, los estudios se han acondicionado con un material de color rojo, llamado sonex, que es igual de acústico que el material blanco que antes era de lo mejor en materia de radiodifusión.

Otro punto importante que se debe mencionar dentro de la programación, es el porcentaje en que se divide. Primeramente, un 80 por ciento se destina a entretenimiento, un 15 por ciento a información y un 5 por ciento a cultura. Esto suma un total del cien por ciento del cual por ley el 12 % se le dedica a RTC como pago a la concesión a excepción de Stereo 97.7, en donde sólo se destina un 9 % por el hecho de tener menos tiempo dedicado a la comercialización y más a la música que en otras estaciones, por el formato que maneja de tres en tres.

Los lunes mandan de la Secretaría de Gobernación una cadena, denominada RTC con spots de las diversas Secretarías y demás Organismos de servicio social, que se desea se transmitan. Así como los espacios "Cuento sobre Cuento" y "Ventana al Teatro", que se envían a las diferentes emisoras.

En Stereo 97.7 generalmente se paga a la concesión con media hora de música continua "por cortesía de..."

Mucho hemos hablado ya del tiempo destinado a la publicidad y sin embargo, nos falta decir que la radiodifusión es un medio publicitario de utilidad comprobada y en donde desemboca todo el proceso de acuñación de ella, a través de la repetición que se da a lo largo de todas las emisoras.

Es por ello, que en tanto la repetición sea necesaria a la publicidad, la Radio será indispensable a la publicidad como lo dice Jorge Mejía Prieto (10), principalmente porque la Radio más que una opción para los anunciantes, es la sabia elección cuando se trata de llegar a los consumidores.

Por tanto, también podemos decir que crear en selectividad, rapidez, frecuencia, variedad, publicidad, así como en un medio inmediato, flexible, eficaz y accesible, es crear en la Radio.

Los anunciantes por su lado, buscan los momentos precisos en que deban aparecer sus productos y en ocasiones cuando eligen un determinado horario, no les importa pagar el 30 por ciento adicional que marca el reglamento y las normas especiales en cuanto a Radio y Televisión se refiere. Además de las cuotas señaladas en las tarifas que no incluyen elementos artísticos, producción, grabación, locutor, dirección artística, estudio o promoción. (11)

Con respecto a lo anterior, podemos decir que actualmente la gente experimenta y oye más y está expuesta a mayores cosas que antes. A través de un medio como la Radio las personas tienen acceso útil a la información sobre todos los hechos.

Nuestra generación es por demás informada, experimentada, sofisticada, suspicaz e inteligente, por lo que se ha vuelto exigente, perspicaz y encantadora al buscar variedad, creatividad y calidad que le ayuden a sintonizar su mente y no sólo sus aparatos receptores, como ya se dijo.

No obstante, Organización Radio Centro sabe que la Radio lo que vende es Aire-Sonido, por lo que sus dirigentes deben mantener un equilibrio en todos los aspectos y así llegar a la cima, ya que las emisoras si no tienen un buen sonido es como si no tuvieran dueño.

Al respecto también podemos decir que se ha dado una nueva dimensión a la Frecuencia Modulada, gracias a los atinados sistemas de programación, comercialización e indudablemente a la calidad del personal y lo moderno de los equipos, pero sobre todo porque siempre ha existido en las radiodifusoras la preocupación por adquirir los mejores equipos del mercado. De esta forma aprovechan lo sofisticado de la Tecnología y dan a sus hombres las "armas" con las que puedan saciar la necesidad del escucha.

Y aún así, la responsabilidad de lo que sale al aire en las estaciones de Radio, no puede descargarse únicamente en los concesionarios, en los locutores, ni en los comentaristas, sino en todas aquellas personas que contribuyan de alguna manera en el contenido de las programaciones, incluyendo publicistas, anunciantes, fabricantes de material para radiodifusión, etc., que logran que la Radio se gane la comprensión y el apoyo del radiorreceptor.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. MEJÍA PRIETO, Jorge. "Historia de la Radio y la Televisión en México" p. 77
2. Radiolandia. Magazine Continental. 7 de marzo de 1953. p. 4
3. CIRT Revista Antena. mayo - junio, 1992. p. 15
4. Ibidem p. 18
5. ALVAREZ, Jesús. Entrevista Personal. Locutor de Radio Alegría. México, D.F. 21 de enero de 1992.
6. Ibidem
7. BARRUECO, Gerardo. Entrevista personal. Director General del Departamento de Producción. México, D.F. 22 de enero de 1993.
8. MEJÍA PRIETO, Jorge. Op. Cit. p. 77
9. "SINTONÍA" Boletín Grupo Radio Centro, febrero 1993. pp. 1 y 9.
10. MEJÍA PRIETO, Jorge. Op. Cit. p. 289
11. CIRT "La Radio en México" Radio y participación Activa en el Desarrollo de México. 1991. p. 27

III. AMOR 106:

UN SUEÑO HECHO

REALIDAD

¿ QUE SIGNIFICA "ARTSA" ?

Para nuestros clientes, es decir, los anunciantes y las agencias que manejan su publicidad, "ARTSA" significa confiabilidad, experiencia, profesionalismo, demostrados con hechos, a lo largo de treinta y cuatro años de labor conjunta.

Para nuestros afiliados "ARTSA" significa una representación nacional a la altura de la calidad y categoría de sus difusoras.

Para nosotros, el equipo humano, "ARTSA" significa una oportunidad y un reto constante.

Oportunidad de servir a las agencias y anunciantes, así como a nuestras 42 radiodifusoras representadas.

Reto constante por superarnos cuantitativa y cualitativamente.

Y es que expresado en una palabra, "ARTSA" significa... SERVICIO.

Agentes de Radio
y Televisión, S.A. de C.V.
Señal extraída de
la revista Antena.
Marzo-Abril 1979.

III. AMOR 106: UN SUEÑO HECHO REALIDAD.

Gracias a la calidad en el sonido, exclusividad en los anuncios y una impactante penetración en el radicescucha a través de la voz de sus locutores, la FM ha propiciado el inicio en la nueva tecnología que venía dándose desde años atrás, ya que ésta siempre se ha preocupado por cubrir las necesidades del hombre conforme evoluciona.

Tal es el caso de Agentes de Radio y Televisión S.A de C.V. (ARTSA Radio) que por medio de sus radiodifusoras: Amor 106, Digital 99 y Azul 89; refleja este sueño hecho realidad.

3.1 ANTECEDENTES DE GRUPO **ARTSA.**

Dentro de la Radiodifusión, los albores de Grupo ARTSA se dieron en la ciudad de Guadalajara Jalisco, alrededor de los años cuarenta con el señor Alejandro Díaz.

El entusiasmo y la inquietud por abarcar nuevos y mejores Ambitos hizo posible que en el año 1959 la familia Díaz penetrara en la ciudad de México. Sus instalaciones se establecieron en las calles de Jalapa No. 17 casi esquina con Puebla.

Es así, que en ese entonces adquirieron XHM-FM Radio 88.8 que se registra oficialmente ante la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) en el año 1961 como Sonido 89, la cual presentaba melodías de corte moderno internacional las 24 horas del día en el 88.9 de la banda de FM.

En años anteriores, ésta radiodifusora creó la idea de que la Frecuencia Modulada era una Radio sin comerciales y que la música que transmitía era ambiental y para descanso exclusivamente.

Esto se propicio a partir de que la Compañía 1-2-3 de Don Santiago Ontañón adquirió un equipo de este tipo que utilizaba para proporcionar sonido ambiental a las tiendas de esa Cadena. Mientras tanto, los que tenían receptores captaban la señal, lo que provocó que se llegará a esa falsa idea. (1)

ESTO NO SE DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Este suceso estancó un poco el desarrollo de la FM, puesto que se había limitado en cuanto a comercialización y a nuevos clientes.

Sin embargo, ésta forma de comunicación radiofónica siguió avanzando, ya que posteriormente vinieron grupos como Estero Rey, Estereo Mil, Sonomil y Radio Imagen, así como la XHPOP-FM Radio Frecuencia Modulada perteneciente a ARTSA, que comenzó a funcionar en 1962 bajo la denominación de Música Feliz, con una potencia de 10,000 watts y 99.3 MHz difundía música internacional las 24 horas del día.

En el año de 1969 ARTSA Radio adquiere XHDFM-FM Fórmula Melódica que al igual que XHPOP tocaba melodías internacionales durante todo el día en la frecuencia de 106.5 MHz y con 120,000 watts de potencia.

Cabe mencionar, que en Guadalajara, éste grupo radiofónico es mejor conocido como Cadena Nacional ARTSA y en el Distrito Federal como Agentes de Radio y Televisión S.A de C.V. (Grupo ARTSA Radio).

Asimismo, podemos decir que a lo largo de la República Mexicana cuenta con 42 emisoras representadas, de las cuales seis tienen sus instalaciones en Guadalajara Jalisco, lugar de origen de la Empresa y residencia de sus actuales dueñas, las señoras Díaz.

Al paso del tiempo, la Radio y la música se vieron expuestas a cambios tecnológicos, técnicos y de estilo, que los beneficiaron enormemente. Y por ello, en ARTSA a través de estudios de mercado se han determinado cuales son los segmentos de población más importantes de acuerdo a edades, poder adquisitivo, etc., así como el tipo de música y el tono de voz del locutor que prefieren, de tal manera que la programación musical de sus emisoras ha sido adecuada precisamente a esos gustos, asegurando así una personalidad definida para cada una de ellas.

No obstante, este nuevo proyecto no se vio afectado por el cambio de instalaciones que se suscitó a raíz del temblor de 1985, el cual derrumbó el edificio que las albergaba; razón por la que se vieron en la necesidad de comprar una casa en Boulevard de los Virreyes 1030, Lomas de Chapultepec y adaptarla de acuerdo a sus intereses.

Así, el 10 de enero de 1989 surge XHDFM-FM Amor 106 para transmitir balada romántica actual, con sonido digital dirigida a jóvenes y adultos de ambos sexos, en el 106.5 del cuadrante de la banda de FM.

Enseguida, el color de la música se ve reflejado en XHM-FM Azul 89 que aparece el 5 de mayo de ese mismo año con la transmisión de melodías en inglés de los años 70, complementados con temas de los 50, 60 y 80 hasta llegar a las canciones más recientemente grabadas.

Además, a esta radiodifusora le dan una especial personalidad el Bossanova, temas en Italiano, Francés y de tipo instrumental con la que penetran en Adultos y Adultos contemporáneos de ambos sexos.

Por otro lado, al tomar en cuenta que aproximadamente el 63% de la población es menor de 24 años se buscó la emisora que satisficiera los gustos de ese público. Por ello, el 16 de noviembre de 1989 lanzan al aire Digital 99, XHPOP-FM con sonido totalmente digital para emitir los éxitos juveniles del momento las 24 horas del día, en el 99.3 de la banda de FM.

Cabe mencionar que Amor 106 y Azul 89 son cien por ciento grabadas y con la voz de un sólo locutor. Por su parte, Digital 99 es una estación con transmisión en vivo de las 8:00 am a las 10:00 pm., por lo que cuenta con la voz de varios locutores.

De esta manera, están constituidas actualmente las tres difusoras de Grupo ARTSA, las cuales llegan a las ciudades de Toluca, Cuernavaca, Puebla y Pachuca.

Un aspecto muy importante que podemos destacar de este grupo, es que no maneja ninguna clase de noticieros, ni cápsulas informativas, ya que consideran que para ello, existen radiodifusoras especializadas como Radio Red, FM Globo Stereo o Grupo ACIR que transmiten noticieros bien estructurados y bien manejados, cosa que en ARTSA no se lograría porque están dedicados completamente a la música.

Por otra parte, el funcionamiento de las tres emisoras se encuentra bajo la responsabilidad del Director Artístico, que en este caso es el señor Héctor Lama, voz oficial de Azul 89.

Asimismo, cabe aclarar que el trabajo del director Artístico consiste en supervisar todo lo que sale al aire, coordinar la labor entre los locutores y operadores, así como crear formatos musicales nuevos que en determinado momento pueden ser utilizados para mantener a las estaciones a la vanguardia del advenimiento de la tecnología.

Lo anterior se ve reforzado con lo que dice Antonio Rivera Carrera de la Revista Antena en el año 1979, al prever hasta donde llegaría la FM. Afirmó que eso dependía del grado de la creatividad e imaginación que alcanzara el hombre y en la radio lo mismo que en cualquier otro medio ensayar constantemente nuevas formas de utilización de sus recursos, aprovechar su eficiencia, la velocidad de Comunicación, la dinámica misma del medio y la riqueza de afinidad que puede obtenerse en la relación con el auditorio.

En otro sentido, como ya se dijo, en los inicios de la FM se pensaba que era música sin anuncios, porque en muchos establecimientos la usaban como ambiental, pero poco a poco se dieron cuenta de que era una Radio que se tenía que pagar. Por esta razón, en Grupo ARTSA para destacar la calidad y la exclusividad de Frecuencia Modulada se creó PROGRAMUSIC, la única filial con la que cuenta.

Más aún, la finalidad primordial de fundarla es porque en términos generales están conscientes de que una autolimitación en la producción de comerciales beneficia al medio y lo mantiene en la preferencia del público.

En este aspecto PROGRAMUSIC tiene un criterio bien definido que es el de incrementar sus ingresos al aumentar las tarifas, pero nunca los anuncios.

De esta forma, podemos decir que PROGRAMUSIC funciona 1) como una estación de compañía con música propiamente ambiental, que no tiene cortes comerciales, ni locutor que identifique las melodías. Además, como no se encuentra dentro de la frecuencia de estaciones comerciales, provoca que el auditorio común no la identifique y no precisamente porque no le guste ese tipo de estación, sino porque no se pretende captar audiencia.

2) Dado que la radio a diferencia de otros medios es el único que acompaña al consumidor potencial en su casa, oficina,

automóvil, etc., prácticamente a cualquier hora del día o de la noche y sin interrumpir sus actividades actúa como una Agencia de Publicidad, en donde se elaboran los mensajes publicitarios justos a ese tipo de consumidor que el mismo ha seleccionado para cada una de las estaciones según sus formatos programativos. Es así como se evita no sólo el desperdicio de audiencia, sino también costos improductivos.

A este servicio lo respaldan 30 años de experiencia a lo largo de los cuales asesoran y recomiendan el plan publicitario en radio, adecuado a las necesidades y presupuestos del cliente tanto de venta directa como de agencia, gracias a que cuentan con un departamento de producción comercial altamente especializado en radiodifusión, y el cual tiene un estudio de grabación profesional con elementos electrónicos avanzados y diseñados para grabar los mensajes publicitarios más impactantes en beneficio de su negocio.

En dicho departamento, PROGRAMUSIC le elabora a sus clientes directos su anuncio escrito, le escoge la música y la voz del locutor que grabará su texto, todo esto sin cargos. Así, el cliente contrata su publicidad lo mismo en Amor 106, Digital 99 o Azul 89, ya que las tres se dirigen a auditorios de clase socioeconómica más alta y de mayor poder adquisitivo.

Por otro lado, el beneficio al que nos referimos anteriormente es que en las tres emisoras de Grupo ARTSA se preocupan por hacer producciones especiales para FM, de tal manera que el comercial no sea el mismo de AM. Por lo que los vendedores desde la producción del mensaje y de su grabación llevan consigo ya argumentos de una calidad única, además de la excelente penetración de su producto en el mercado, como lo dijo Héctor Lama de ARTSA. (2)

Hasta aquí, hemos visto como ha avanzado Agentes de Radio y Televisión dentro de la Radiofonía Mexicana. Notamos que ha sabido aprovechar las ventajas que ofrece la FM para establecer la mejor comunicación radiofónica entre sus emisoras y el auditorio.

También, podemos decir que es un grupo que sabe que la calidad del sonido digital, la voz de los locutores y la exclusividad de los anuncios no pueden ir separados, al mismo tiempo que saturar de comerciales significaría perder popularidad y en consecuencia la desaparición de la emisora.

Finalmente, citamos como conclusión la Misión y la Filosofía que han forjado la imagen de lo que es Grupo ARTSA.

MISIÓN:

- * Ser para los clientes una de sus mejores inversiones publicitarias.
- * Ser para el auditorio una de las mejores opciones de Radiodifusión comercial en su género.
- * Ser para su personal la mejor empresa del ramo para trabajar.
- * Ser para los accionistas la mejor opción de rentabilidad en el ramo.

FILOSOFÍA:

1. Hacia los clientes.

Creer:

- Que son importantes porque generan los ingresos de la empresa.
- Tratarlos siempre con honestidad, veracidad y respeto.
- Superar expectativa en calidad y servicio.
- Un pago justo y oportuno por su servicio.

2. Hacia el personal.

Creer:

- Que las personas son el activo más importante.
- En el respeto a la dignidad humana.
- En proporcionar oportunidades de crecimiento y desarrollo integral.
- Propiciar el ambiente adecuado para que las personas satisfagan lo mejor posible sus expectativas.
- Conocer y retribuir el esfuerzo del personal basados en sus resultados.
- En el trabajo de equipo, la participación, la armonía y el diálogo.

3. Hacia los accionistas.

Creem:

- Son importantes, sin ellos no hay empresa.
- Deben recibir una retribución justa de acuerdo a su inversión y riesgo.
- Tienen la responsabilidad de marcar el rumbo de la empresa.
- Deben cuidar la permanencia, el crecimiento y la calidad total de la empresa.

4. Hacia el Auditorio.

Creem:

- Es vital para la empresa.
- Debe recibir su mejor esfuerzo para superar sus expectativas.
- Debe ser tratado con ética y respeto.

5. Hacia la Sociedad.

Creem:

- En su responsabilidad para colaborar a crear una mejor sociedad, fomentando la paz, la libertad, los valores fundamentales, el desarrollo económico y el cuidado del medio ambiente.

6. Hacia el Gobierno.

Creem:

- En un gobierno que proporcione los medios y el ambiente adecuado para el mejor desarrollo económico y social dentro de un marco de paz y libertad.
- En cumplir de la mejor manera posibles con sus obligaciones legales.
- En una buena relación Empresa - Gobierno. (3)

3.2 SURGIMIENTO Y TRAYECTORIA DE AMOR 106 .

Como es bien sabido la Radio es entretenimiento, que con su particular estilo capta la atención de públicos con gustos específicos y los mantiene cautivos a través de su música. Así, la radiodifusión vende entretenimiento y por medio de la publicidad opciones de compra.

Ello se ve reflejado en XHDFM-FM actualmente conocida como Amor 106, en donde no sólo la publicidad y la música, sino también la voz del locutor han sido determinantes en el éxito de la estación.

Sin embargo, para llegar hasta donde está tuvo que superar altibajos que se le presentaron, dado que la Radio es un medio que ha crecido no a pesar de los retos de hoy, sino más bien a causa de ellos.

Es así, que al rededor de 1969 en la frecuencia de 106.5 MHz y con 120 mil watts de potencia empieza a operar la XHDFM-FM Fórmula Melódica, con la transmisión de música internacional las 24 horas del día.

La tendencia musical que en ese momento mantenía la radiodifusora no duró mucho y en poco tiempo se hizo de ella una especie de laboratorio, en donde se cambiaban constantemente los formatos hasta el grado de llegar a establecer una programación de música de tipo Ranchero, que no les funcionó muy bien en ese entonces porque se encontraba en su pleno apogeo la música moderna en español, lo que hizo que Fórmula Melódica regresara al estilo musical con el que había empezado.

El tiempo transcurrió y la emisora seguía inestable, ya que suscitaba constantes cambios de guía de acuerdo al nombre de la misma.

Después de ser Fórmula Melódica paso a ser la Nueva Onda, luego Estereo Amor y desde el 10 de enero de 1989 se llama AMOR 106.

Quando hablamos de los cambios de guía nos referimos a la continuidad de las canciones que se presentan según el formato

de la estación y la época a la que pertenecen. Esto se da principalmente por los movimientos del mismo mercado y por la manera en que la competencia maneja sus radiodifusoras.

Actualmente, "Amor 106 es la única emisora en el cuadrante de la FM dentro de la Radio del Valle de México que transmite exclusivamente balada Romántica"³ actual con sonido digital todo el día.

Sin embargo, el que esta radiodifusora haya llegado a ser el "corazón de la FM"⁴ se debe en gran parte al señor Héctor Lama, (actual Director Artístico de las tres estaciones de Grupo ARTSA) porque las ideas tan frescas que traía hace unos cinco o seis años que ingresó a esa Empresa, así como los lineamientos que implantara a cada una de sus emisoras son el resultado de la experiencia que adquirió durante su estancia en Organización Radio Centro; que como ya se dijo en el capítulo anterior es uno de los grupos radiofónicos más importantes de México y América Latina. (Ver anexo II Veinte años de participación de Audiencia)

Lo anterior se dice porque el señor Lama fue la voz oficial de Radio Hits durante los ocho años que se mantuvo al aire, tiempo en que pudo percatarse de la aceptación que tenía Radio Joya, emisora de corte romántico, con la voz de un sólo locutor, en este caso la del señor Alfonso Ameixeira, así como de la preferencia por parte del público del nuevo formato musical de tres en tres que se introdujera tiempo después en Stereo 97.7 al desaparecer Hits.

De esta manera, al entrar Héctor Lama a Grupo ARTSA incorporó no sólo la voz de un locutor y el formato de tres en tres a sus estaciones, sino que trató de hacerlas diferentes a las de ORC en cuanto a comercialización al reducir los cortes comerciales de uno a dos anuncios bien elaborados y exclusivos de FM.

³ Frase utilizada por la emisora AMOR 106.

⁴ Frase con la que se identifica la radiodifusora AMOR 106.

En el caso particular de Amor 106, la estación se encuentra más adornada porque desde que se llamaba Estereo Amor, ya incluía pensamientos alusivos a las melodías, especialmente aquellas que se promocionaban con el fin de incluirlas en su catálogo musical.

Amor 106 integra su catálogo con canciones de los años 60, 70, 80, así como las actuales y las promocionales. Todas ellas se clasifican en grupos de acuerdo al éxito con que cuenten, ya que de ello depende la cantidad de veces que se puedan tocar a lo largo del día.

Cabe mencionar que cuando el tema promocional pasa a ser éxito se integra al catálogo y es entonces cuando se le quita el poema que se le había asignado. También es importante decir, que los pensamientos muy pocas veces se elaboran, puesto que en su mayoría son adaptaciones de obras poéticas ya establecidas.

La programación que sigue Amor 106 se realiza a computadora, con la guía que establece el programador de la estación, tomando en cuenta del tipo que es, el auditorio al que va dirigida y la música que toca. Al mismo tiempo respeta el formato de tres en tres, con dos temas actuales y uno del recuerdo, según el catálogo musical con que se cuenta.

En este sentido podemos decir que el único programa que se realiza de manera manual en la estación es el de "Noche de Bohemia", que se pasa de lunes a viernes de 7 a 9 de la noche, ya que la sensibilidad que lo caracteriza no sería igual si se elaborara a computadora. Asimismo cabe aclarar, que a consecuencia de este programa en la estación se transmiten también cada dos horas y a lo largo del día testimoniales que dan a conocer el resultado que haya tenido la convivencia con el artista que se promocionó a lo largo de una semana.

Por otro lado, la voz, el sentimiento y el romanticismo de Emilio Guerrero, al presentar y despedir las melodías, lo mismo que al declamar la poesía simbólica de la emisora han logrado no sólo que se haya elegido como locutor oficial, sino que han hecho de Amor 106 una radiodifusora diferente a las demás del cuadrante.

Por tanto, la estación cuenta con un público selecto entre los 17 y 35 años, pero especialmente mujeres más que hombres, ya que como lo dice Héctor Lama, director artístico de ARTSA, éstas

son más tiernas, sensitivas y suaves y por ende el blanco perfecto en cuanto a audiencia se refiere, porque resulta fácil atraparlas con tan sólo un poema y una voz cautivadora. (4)

Ahora bien en cuanto a publicidad se refiere, notamos que Amor 106 es una estación que registra altos costos, que comparados con los de otras radiodifusoras como en el caso de Stereo 97.7 son un poco más accesibles al anunciante.

A continuación para una mejor visión de las tarifas publicitarias de Amor 106, presentamos una tabla representativa:

EMISORA E IDENTIFICACIÓN	TARIFAS EN ₡				
	10"	20"	30"	40"	60"
HXM-FM Azul 89	\$ 95.00	\$130.00	\$195.00	\$260.00	\$390.00
XHPOP-FM Digital 99	\$105.00	\$145.00	\$215.00	\$285.00	\$425.00
XHDFM-FM Amor 106	\$ 95.00	\$130.00	\$195.00	\$260.00	\$390.00

FUENTE: Agentes de Radio y Televisión S.A. de C.V. 1993

NOTA: Las tarifas NO incluyen I.V.A.

De esta manera concluimos, que Amor 106 es una radiodifusora más en la banda de FM, que ha alcanzado el éxito gracias al uso de un sólo locutor a lo largo de su programación, porque ha sabido elegirlo, ha sido certera en escoger el tono de voz que logre apoyar la música romántica que transmite y sobretodo ha tenido la imaginación de adornar su estación con chispas de Amor, Poesía y Romanticismo, que conjugadas con el formato musical de tres en tres en donde intervienen melodías actuales y del recuerdo logran la selección óptima del público que acepta entrar en ese mundo.

3.3 LOCUTORES: FORJADORES DE UNA IMAGEN.

Dentro de la Radiodifusión Mexicana, los locutores ocupan un lugar preponderante, porque desarrollan el trabajo quizá más importante en las emisoras, ya que ayudan a crear una imagen propia de ellas.

Además, por medio de su desempeño, estas personas se forjan una personalidad única que los hace ser diferentes. Es así, que los locutores al igual que en otros medios se encuentran un tanto restringidos por los lineamientos de cada una de las emisoras, mismos que establece la empresa de acuerdo a sus objetivos y políticas.

No obstante, ello no es obstáculo para que los maestros del micrófono desempeñen tanto su labor comunicativa como social en pro de ellos mismos y de su auditorio. Por lo que los directores Artísticos y la misma empresa, deben conceder un poco más de libertad al locutor para que sin salirse del sistema ya establecido y del estilo de transmitir pueda llegar a proyectar su propia personalidad, la cual ayuda a mantener una mejor comunicación con el público, como lo dijo José Luis Arenas, locutor destacado de los años setenta en una entrevista para la Revista Antena en 1979.

Otro aspecto que mucho se ha cuidado en la Radio es el de designar a cada una de las estaciones el locutor que por su tono de voz convenga a los fines de la empresa.

Dichos fines han sido establecidos por la tendencia musical de cada una de las difusoras.

Ahora, en el caso especial de Grupo ARTSA Héctor Lama, Director Artístico de Azul 89, Amor 106 y Digital 99 nos explica como empezó su tarea por encontrar las voces idóneas y las características que se tomaron en cuenta para elegir a sus siete locutores.

Primeramente, dijo que en Azul 89 se eligió él mismo porque consideraba era necesario que la gente se sintiera identificada con un tono de voz ya conocido y bien relacionado con la música internacional en inglés que transmite.

En este sentido, resultó muy provechoso que él hubiera sido el locutor principal de Radio Hits, emisora que en su momento hizo el lanzamiento de tantos éxitos que hoy presenta Azul. Este motivo, aunado a la experiencia musical que adquirió en esos años, lo hicieron ser la persona ideal para que se pusiera al frente de la estación.

En lo que se refiere a Amor 106, el señor Lama comentó que se necesitaba una voz no muy madura y no muy joven pero sí de un todo grave, que es principalmente el que cautiva a las mujeres. Es así, que se escogió a Emilio Guerrero porque tiene una voz bonita con matices suaves y tiernos.

Asimismo, mencionó que es importante señalar que tanto en Azul 89 como en Amor 106, existe sólo una voz porque así se logra una mayor identificación de la emisora, al mismo tiempo que se consigue que el escucha idealice su apariencia física y no sienta la necesidad de conocerlo.

En cambio en Digital 99 por ser una estación en vivo y contar con promociones, así como eventos especiales es indispensable que el locutor no sólo tenga buena voz de tono juvenil, sino también un aspecto agradable que le permita un mejor contacto con el público en las presentaciones. (5)

En cuanto a los horarios que tienen los locutores, podemos decir que Emilio Guerrero y Héctor Lama por ser voces oficiales en estaciones grabadas no tienen uno fijo, más bien sus grabaciones se realizan conforme lo va requiriendo la estación.

Por su parte, en Digital 99 se tienen 5 locutores que son Rocío Ichazo, Jorge Villegas, Delia Vargas, Carlos Martínez Córdoba y Julio César Palomera de la Ree, quien se podría decir que es la voz que identifica la difusora, porque además de sus intervenciones en su horario normal graba las identificaciones de estación, la hora, los promocionales y las salidas de las melodías.

Cabe aclarar, que en Digital el tiempo de locución en vivo es de las ocho de la mañana a las diez de la noche únicamente, ya que el resto del día la programación es grabada como en Amor 106 y Azul 89. Y el horario de cada locutor es de cuatro horas, dos por la mañana y dos por la tarde.

Por lo anterior podemos decir que en las Radiodifusoras el responsable de lo que sale al aire es el locutor, pero por otro lado se necesita del trabajo de gente capacitada como lo son los operadores de transmisión para dar continuidad a la programación.

Es por ello, que en ARTSA se cuenta con cuatro técnicos de planta, un descansero y un suplente por cada una de sus estaciones, los cuales tienen un horario de seis horas.

Asimismo, para que los operadores realicen mejor su trabajo se les proporciona diariamente la hoja con la programación musical que se va a presentar, elaborada a computadora; así como la BITÁCORA COMERCIAL, en donde se organizan por bloques los anuncios comerciales que deben aparecer.

En la CARTA DE PROGRAMACIÓN MUSICAL se especifican las entradas y salidas de las canciones que se van a presentar, lo mismo que el número de bloque al que pertenece el comercial que va a entrar, la hora y el tiempo que debe durar.

En Amor 106, a diferencia de otras emisoras grabadas de FM se considera que es bueno dar a conocer el nombre de la persona encargada de que las melodías, cortes de estación identificaciones de estación, etc., se presenten de una manera oportuna, ya que este trabajo en cuanto a importancia ocupa un primer lugar al par del de los locutores.

Por este motivo, la estación presenta el nombre de su operador en turno a lo largo de su programación. Esto además de hacerla diferente habla bien de ella porque sabe valorar el trabajo de Francisco Acuña, Alvaro Carrillo, Jorge de la Rosa, Moisés Santiago, Miguel Roman y el de la única mujer operador en el grupo Ma. Eugenia García.

De esta forma, Agentes de Radio y Televisión S.A de C.V. refleja el resultado de su labor constante por conseguir las personas adecuadas que hacen posible se proyecte no sólo la personalidad de sus radiodifusoras sino la imagen de sus locutores y como consecuencia la visión de una Empresa.

Para terminar podemos añadir, que la dedicación, la preparación y la lucha constante por superarse, hacen que en la locución al igual que en otras profesiones, siempre haya unos que sobresalgan más que otros.

Es así, que dentro de la Radiodifusión se tienen locutores estrellas, porque así lo quiere el auditorio y porque le conviene a la empresa, ya que con ello acrecenta su economía.

3.4 PROGRAMACIÓN: UN ESTILO DE VIDA.

Dentro del campo de la Radiodifusión en los últimos años se han desarrollado un sinnúmero de equipos, sistemas y programas computarizados que ayudan no sólo a que la voz del locutor suene con mayor nitidez, sino que buscan también que las transmisiones tengan una continuidad casi perfecta.

En este sentido, en Grupo ARTSA a pesar de que no se cuenta con una tecnología muy avanzada han logrado hacer frente a la competencia, puesto que tienen en sus emisiones el sonido digital que mucho ha significado en la Radiofonía Mexicana.

Así, al igual que muchas otras difusoras ARTSA Radio empezó a enviar su señal a través de sus tres radiodifusoras por medio del disco de 78 rpm. Pero al paso del tiempo, este método tuvo que cambiar, ya que el uso de los cartuchos había entrado en la Radiodifusión con mejores efectos, razón por la cual el disco resultaba obsoleto.

La Radio seguía evolucionando y con ello la tecnología al introducir el sistema DAT (Digital Audio Type) que es el más avanzado en cuanto a fidelidad de audio se refiere, así como el Compact Disc, considerado en este grupo radiofónico como lo más sofisticado y de uso práctico comparado con los dats, según palabras de Lidia Esquinca, Programadora de Amor 106.

Asimismo, comentó que esto proviene de la idea de que por el uso constante el dat llega a desgastarse y en un momento dado podría llegar a enredar la cinta, cosa que no sucedería con el disco compacto. (6)

Quizá esta opinión sea muy válida, pero si tomamos en cuenta que en Organización Radio Centro se ocupa también el mismo material y con la misma frecuencia podemos ver que el uso que se hace con ellos es diferente aunque mejor estudiado, ya que es mejor valerse del Dat para las emisiones y tener el Compact disc como archivo, que en determinado momento servirá para poder grabar los dats que lleguen a dañarse.

Sin embargo, en Agentes de Radio y Televisión se pretende que un futuro no muy lejano se deje de manejar el dat y se implante tan sólo el compact disc para las transmisiones musicales.

Por su parte, en el cartucho se guardan los anuncios comerciales, las identificaciones de la estación y los ambientes (como son saludos al público, nombre del locutor, promocionales, etc.), que sirven de apoyo a la emisora.

Por otro lado, la presentación y despedida de las melodías que se van a transmitir, así como los pensamientos o versos que declama el locutor -Emilio Guerrero en el caso particular de Amor 106- se graban en cinta de carrete abierto y posteriormente se pasan a los dats o cartuchos con el fin de conseguir una grabación cabal.

Cabe mencionar, que dicha grabación se realiza en un estudio especial, que se sitúa independientemente de la cabina de transmisión.

Este mismo procedimiento se sigue también en Azul 89 por el hecho de tener un sólo locutor a lo largo de su programación y por ser cien por ciento grabada.

En cambio en Digital 99 que es una emisora que transmite en vivo de ocho de la mañana a las diez de la noche, tiene un manejo semejante a las radiodifusoras de Amplitud Modulada, ya que se nota de una manera más directa la relación locutor - operador, y por este motivo las cabinas de cada uno de ellos se encuentran de manera contigua.

El equipo de las cabinas de transmisión y el estudio especial de grabación de grupo ARTSA se conforma de una reproductora de cartuchos, dos de dat, otra de compact disc y una de carrete abierto, que es generalmente donde se graba lo relacionado al pago a RTC. También se tiene una consola de transmisión que da entrada a los canales de cada una de las reproductoras.

Por otra parte, es importante decir que el pago a RTC en ARTSA como en las demás emisoras de AM como de FM, se realiza al presentar cápsulas informativas relacionadas con las diversas Secretarías, la personalidad del gobierno, así como las de beneficio social.

No obstante, el manejo que se da a estos mensajes es de forma tal que no afecte el estilo musical de las estaciones en

que van a aparecer, por lo que entre Grupo ARTSA y la Secretaría de Gobernación se llegó al acuerdo de que sólo se enviarán las cápsulas habladas, para así poderlas ambientar conforme a su tipo de música.

Ahora para continuar, veremos como se caracterizan los estilos musicales de Digital 99, Azul 89 y Amor 106.

Para empezar, Digital es considerada una emisora bilingüe que toca un porcentaje más alto de melodías en español que en inglés, ya que éstas últimas son tan sólo un adorno en la estación.

Azul 89 por su parte, tiene una línea musical tranquila que se caracteriza por el tipo de música en inglés que dedica al auditorio, que al mismo tiempo la disfruta y le sirve de compañía; ya que es una emisora selecta que presenta temas de los años sesenta a la fecha, por lo que se le puede considerar un "Adulto Contemporáneo" como aquel formato Norteamericano, en donde se hace alusión a una estación que se encuentra a la mitad del camino, porque transmite canciones recientes y pasadas, pero nunca redundante en lo viejo.

Finalmente, podemos decir que Amor 106 posee un estilo musical Moderno en Español, exclusivamente Romántico.

Incluye en sus transmisiones todas aquellas melodías que habien de ternura, poesía y amor, tanto de la época actual como de la del recuerdo.

Ahora bien, en las tres radiodifusoras se maneja el formato musical de tres en tres, gracias al cual se ha conseguido aminorar el tiempo de comercialización, a la vez que se proporciona al público receptor más música continua. Misma que se organiza estratégicamente por los programadores de cada estación a modo de que no entren los mismos números todos los días, ni en la misma hora ni frecuencia.

De esta manera, al tomar en cuenta el uso de la voz de un sólo locutor en Azul 89 y Amor 106, así como el formato y el estilo musical de estas y Digital 99, que haya implantado el señor Héctor Lama desde hace cuatro años que ingresó a Grupo ARTSA, nos permite compararla con Estereo Joya, Stereo 97.7

y con lo que fuera Radio Hits, difusoras pertenecientes a ORC (Organización Radio Centro).

En primer lugar, comparamos a Azul 89 con la ya desaparecida Radio Hits y encontramos que 1) Hits fue identificada por Héctor Lama, actual director Artístico y voz oficial de Azul 89. Su estilo y tono de voz armonizan con la música que presenta. Esto quizás sea la clave por lo que el señor Lama se sienta tan familiarizado con estaciones de este tipo, además de que tiene la experiencia que ha adquirido a lo largo de su trayectoria como locutor que lo hace más capaz. 2) El estilo musical de melodías en Inglés de los años 60 a la fecha que mantiene vigente Azul 89 es el mismo que tuvo Hits hasta el momento en que desapareció por el auge de la música moderna en español. No obstante, hay quien escucha este tipo de música y en Azul 89 para hacer más amena la programación le insertaron chispas musicales del idioma francés e italiano.

Por ello, vemos que el señor Lama ha dado un buen manejo a su difusora, ya que se encuentra bien relacionado con el tipo de emisora y con la música que presenta.

En segundo término, el análisis del caso entre Digital 99 y Stereo 97.7 (sucesora de Radio Hits) muestra que A) las dos transmiten música en inglés y en español en un porcentaje proporcional; B) ambas se dirigen a un público juvenil muy prendido; C) sus locutores se relacionan por la energía que proyectan a través de su tono de voz, propio de la estación que transmite música juvenil. Con la diferencia de que 97.7 es totalmente grabada y con un sólo locutor y en Digital 99 casi la mitad de la programación es en vivo, con la intervención de varios locutores; D) en las dos se realizan eventos promocionales en vivo con el fin de tener una estrecha relación con el público y con ello una mayor audiencia.

Por último Amor 106 se puede comparar con Estereo Joya, ya que I) transmiten el mismo tipo de música, romántica en español; II) el formato musical que manejan es el de tres en tres, además de que III) cuentan con un sólo locutor de tono romántico, varonil y grave, propio de estaciones de corte fino.

Por lo señalado anteriormente y con base a nuestras investigaciones concluimos que en Organización Radio Centro:

* El uso de la voz de un sólo locutor se estableció en el año 1974, cuando adquirieron Radio Joya y se eligió la voz del señor Alfonso Ameixeira, que hasta hoy se mantiene.

Esto se vio reforzado en 1988 al nombrar como oficial la voz de Arturo Flores en Stereo 97.7.

** El formato musical de 3 en 3 tiene en ORC cinco años, mismos que lleva al aire Stereo 97.7. Emisora que lo utilizara por primera vez y lo implantara como lo nuevo en cuanto a programación en todo el cuadrante de la banda de FM.

*** El estilo musical que se presenta en Azul 89, en Radio Hits se estableció desde 1977 y se mantuvo hasta 1985, año en que se perdió la estación.

De igual forma los lineamientos musicales de Stereo 97.7 y Estereo Joya se tienen desde que surgieron.

Es así, que podemos afirmar que Grupo ARTSA es un grupo radiofónico que hace sólo cuatro años logró instalar en sus emisoras un formato musical estable, que las sacó del estancamiento en que se encontraban, gracias a la oportuna intervención de su actual Director Artístico el señor Héctor Lama.

Aunque claro, no podemos descartar la idea de que la imagen de Azul 89, Amor 106 y Digital 99, son el reflejo de las estaciones Radio Hits, Estereo Joya y Stereo 97.7 respectivamente. Emisoras pertenecientes a Organización Radio Centro, una Empresa que como ya se vio en el segundo capítulo ha explotado sus recursos por más de cuarenta años con el fin de ofrecer a sus radioescuchas no sólo una forma de entretenimiento, sino un estilo de vida.

Porque como ya se dijo con anterioridad, las ha dotado con atinados sistemas de programación, comercialización y con los mejores equipos del mercado, que además de ser de lo más moderno en radiodifusión, garantizan la más alta calidad en cuanto a fidelidad de sonido se refiere, así como del personal capacitado que se requiere.

Es por ello, que el ingenio de conectar cada vez más música continua ha llevado a la Radio a establecer formatos musicales de tres en tres, de cuatro en cuatro y hasta de cinco en cinco, lo que ha generado aprovechar los espacios tan cortos de publicidad con comerciales creativos y substanciosos.

Con esto nos referimos a nuncios que se adueñan no sólo de cualidades y valores humanos, sino también culturales; a través de la atribución abstracta de virtudes, actitudes y aptitudes humanas que se les hace a los productos y en donde un osito habla y actúa para dar a conocer la marca o hasta un radio receptor tiene la iniciativa de invitar al público a que escuche la Radio...etc.

De esta manera, la nueva dimensión que se ha dado a la Frecuencia Modulada, hace que los radiodifusores se sientan satisfechos por preocuparse de dar a sus hombres las mejores "armas".

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. *CIRT Revista Antena Mayo-Junio, 1979, p. 12*
2. *LAMA, Héctor. Entrevista Personal. Locutor de Azul 89 y Director Artístico de Grupo ARTSA. México, D.F., 30 de marzo de 1993.*
3. *Semblanza proporcionada por Agentes de Radio y Televisión S.A. de C.V.*
4. *LAMA, Héctor. Entrevista Personal. Locutor de Azul 89 y Director Artístico de Grupo ARTSA. México, D.F., 30 de marzo de 1993.*
5. *Ibidem.*
6. *ESQUINCA, Lidia. Entrevista Personal. Programadora de XHDFM-FM AMOR 106. México, D.F., 9 de marzo de 1993.*

IV. VOCES DE
NUESTRO TIEMPO

.....

UN SOLO

MUNDO

LOCUTOR

Por el Profr. Plinio Héctor Espinosa B.

Locutor Licencia No. 34

*Locutor es crisol donde funde la idea
y transforma en mensaje,
es la fuente sagrada que señala los rumbos
de todas las verdades,
espirales de ensueños que con fe los realizan,
espesismos lejanos que siempre cristalizan
porque son poseedores de inmensas cualidades.*

*Son voces soñadoras, sensibles, verticales,
locutores altivos como las catedrales
que elevan su lenguaje como saeta ardiente,
porque sienten que envían con su voz elocuente
un saludo expresivo de amor y esperanza
y un canto explosivo de bienaventuranza.*

*Porque son forjadores de idea innovadora,
porque son alma y vida en toda difusora
que emite su experiencia y personalidad
como ejemplo creativo en nuestra sociedad.*

*Voces inolvidables que anida nuestro pecho,
repicaron a gloria las campañas del mundo
y que nos heredaron con respeto profundo,
el derecho de hablar, con apego al derecho.*

Cortesía:

Asociación Nacional de Locutores de México.

Delegación Nuevo León

Directiva 1985 - 1988

IV. VOCES DE NUESTRO TIEMPO

.....UN SOLO MUNDO

El mundo de la Radio encierra un sinnúmero de sonidos y voces; diversos tipos de música y variados estilos de presentaría, así como un extenso surtido de programas: de variedad, musicales, informativos, etc.

Es así, que en la Radiodifusión Mexicana de acuerdo al manejo de la voz y a la sistematización en el aprendizaje de cada locutor, se puede hablar de que han tenido una preparación profesional o empírica.

Por otro lado, la actitud que tiene mientras habla ante el micrófono refleja no sólo su propia personalidad, sino que lo sitúa en alguno de los tipos de locutores que se han venido estableciendo a lo largo de la historia de la Radio.

Lo anterior es en general lo que se abordará en este capítulo, que consideramos de gran importancia dentro de esta tesis, ya que la voz y la actitud del locutor, así como su tipología son factores determinantes para que una radiodifusora mantenga a lo largo de su programación la voz de un sólo locutor. Sobre todo porque creemos que de este hecho depende la identificación de las estaciones.

4.1 TIPOLOGÍA Y ACTITUD: IMAGEN DE UN LOCUTOR

A lo largo de los capítulos anteriores hemos hablado del gran compromiso que tiene el locutor para con sus receptores al informarle, orientarle, educarle, y principalmente brindarle entretenimiento.

La función que desempeñan éstos amos del micrófono es indudablemente de mucha responsabilidad, ya que de ellos depende en gran medida la actitud que pueda tener en un momento dado el público, sobretodo porque el hombre como ser humano que es tiende a repetir o imitar lo que ve o escucha.

Ahora bien, podemos decir que en las radiodifusoras, actualmente se cuenta con locutores meramente profesionales

(independientemente de la preparación académica o empírica de cada uno de ellos) que dan originalidad, dinamismo, entusiasmo y alegría a las programaciones de estas difusoras, de tal forma que resulte agradable al oyente.

La actividad que desarrolla un locutor es fundamentalmente a base de comentarios que realiza, ya sea con el apoyo de un guión o de manera improvisada. Ello depende de la línea de la emisora.

Asimismo, hoy día la Radio se caracteriza por la especialización en cuanto a programación se refiere y como consecuencia el maestro de ceremonias ha tenido que incursionar en ese mundo, que por una parte hace pensar que la locución de la radiodifusión se estaba estancando, pero por el otro nos muestra que la especialidad permite la óptima elección de aquellos que posean las aptitudes básicas para llegar a desempeñar su actitud como locutor en determinada área con gran profesionalismo.

La preparación y las condiciones que se deben tener para cada una de las especializaciones en la locución son muy variadas, dado que generalmente dependen de las características y el estilo de cada formato (musical, informativo, de variedad, etc.)

De esta manera, hacemos alusión a lo anterior al presentar la Tipología de locutores que se ha establecido de acuerdo a los roles que han tenido a lo largo del desarrollo de la Radiodifusión.

Primeramente el locutor "DISC JOCKEY" desempeña tareas que requieren de gran habilidad y especial talento. Generalmente combina introducciones con notas breves acerca de fabricantes, de discos, cantantes o conjuntos, a la vez que deja sonar la música. A todo esto lo acompaña con comerciales, diálogos por teléfono, entrevistas y promociones y anuncios.

Las cualidades que debe tener este tipo de locutor es un especial sentido del humor y el esmero por preparar sus comentarios a manera que no suenen como simples notas eruditas tomadas de enciclopedias.

El crearse una personalidad e inventar formatos especiales cortados a su propio estilo, son características de los disc jockeys que destacan gracias a una larga y paciente práctica, creatividad, ensayos en diálogos con la audiencia que les ayuda no solo a ganar su simpatía, sino que les permite interpretar sus gustos e intereses.

El locutor **REPORTERO** por su parte debe poseer además de sus virtudes locucionales, un suficiente respaldo académico y profesional, ya que mientras más preparado esté mediante su educación, mejores posibilidades tendrá. Y aún así, continuamente debe actualizarse en las ciencias sociales y políticas, conocer y seguir de cerca la historia y por tanto dominar la redacción periodísticas y el estilo radiofónico.

Este tipo de locutor se considera un pilar dentro de la Radiodifusión Mexicana, ya que son personas que se han formado profesionalmente en el campo del periodismo y al mismo tiempo están asociadas al gremio de locutores en donde realmente comunica y no sólo lee los mensajes que transmite.

Lo anterior se dice porque primordialmente son dos las actividades que desempeña:

a) Como reportero y periodista se lanza a la calle a buscar noticias. Ve de manera real los hechos y de acuerdo a su juicio redacta la nota que aparecerá en los noticieros.

b) Como locutor desarrolla ampliamente un sentido de entendimiento de lo que habla su nota. Además de que busca el ritmo y el fraseo adecuado, así como la correcta pronunciación y acentuación de las palabras para el momento preciso en que dará a conocer la noticia al público.

El resultado de esa dedicación, conocimiento y responsabilidad del **LOCUTOR PERIODISTA** al preparar las notas informativas o al elaborar la edición de las noticias es la verdadera comunicación que hoy existe y que se escucha a diario en los espacios noticiosos de las diversas Radiodifusoras.

Normalmente el locutor **DEPORTIVO** realiza un tipo especializado de locución que requiere como base una serie de características peculiares y conocimientos específicos.

La persona que realice esta actividad debe tener "personalidad" y una gran atracción humana.

Sus tareas son múltiples y similares a las de los reporteros, sólo que en el área del deporte. Es una locución que necesita "color" para estar en el ambiente, es decir, debe enriquecer su narración con la historia de los equipos, récords, entrevistas, anécdotas, etc.

Por otro lado, el locutor **QUE HACE ENTREVISTAS** es del tipo de locutores que suelen sentirse muy satisfechos en su función, pues requieren un continuo roce humano y por tanto se sienten muy comprometidos con quien van a entrevistar, o buscan simpatizar con su interlocutor e interesarse sinceramente en el tema.

En esta especialidad, existen dos casos: el primero cuando la entrevista se concerta con anterioridad para redactarla previamente y segundo la entrevista que se hace de forma repentina, por lo que debe poseer amplios conocimientos generales.

El locutor **MAESTRO DE CEREMONIAS**, entre todas las especialidades de la locución es el que requiere mayor preparación cultural y un mayor tacto en la conducción de programas.

Las cualidades de este tipo de locutor general son: un dominio de su expresión corporal y en cuanto a capacidades mentales debe tener una gran agilidad verbal, un armónico sentido del buen humor, ser fácil de adaptarse a la situación del momento y al estado de ánimo con mucha rapidez.

Debe tener sus trucos o habilidades para mantener el programa siempre vivo.

El papel del locutor **MODERADOR DE UNA MESA REDONDA O PANEL** es presentar una interacción en vivo entre él y algunos participantes, los presenta, controla y guía su participación al mismo tiempo que mantiene los tiempos y duración de las intervenciones.

Las características de éste hombre son sus cualidades de conversador, su atención e interés en el tema y puntos de vista,

su capacidad de síntesis y un tacto y lenguaje culto para mantener el tema en su vigencia.

Ahora bien, el locutor **COMERCIAL** y en este caso el que más nos interesa, primeramente debe poseer una voz agradable, con personalidad; tener una buena articulación y pronunciación correcta; conocer cabalmente la técnica del micrófono y poseer conocimientos de publicidad aplicados a la locución.

Quizá la dificultad del locutor comercial sea el mantener una naturalidad expositiva en su elocución, a pesar de tener que desarrollar a la voz ciertos "tips" de ventas que son más que palabras y frases que se destacan artificialmente. Artificialidad que se da a causa de los recalcos, pausas, etc.

No obstante, a pesar de esto no debe perderse la armonía rítmica o la musicalidad de la tonalidad del texto.

Cabe señalar, que este tipo de locutor en la actualidad es el que más se presenta en las radiodifusoras de FM con relación a las de AM, en donde todavía suelen tener rasgos de otras categorías, dado que se hacen programas hablados y la mayoría de las veces son en vivo.

Finalmente encontramos la categoría de locutor **GENERAL**, que desempeña tareas diversas como anunciar programas de música general y música especial, incluyendo la clásica; leer comerciales de todo tipo, preparar y conducir entrevistas, presentar las noticias, anuncios de servicio público, hacer identificaciones de la Radio e incluso servir de animador para un concurso local.

La cualidad fundamental que posee este tipo de locutor es la **VERSATILIDAD**, ya que tiene la capacidad de hacer muchas acciones con una calidad igual. Estas personas deben de tener una facilidad de adaptación ante la situación que se va a manejar, gran velocidad mental, pensamiento lógico, agilidad verbal y un vocabulario amplio y extenso para no caer en frases comunes y desgastadas. (1)

No obstante, los días del locutor general con excepcionales cualidades han pasado y no porque no se tenga la capacidad sino porque en la actualidad el objetivo primordial de la Radio

Comercial es incluir música grabada en sus programaciones, ya sea en español, en inglés; de corte romántico, moderno, etc., al igual que una barra de comerciales que con anterioridad se han seleccionado y noticiarios que transmiten en horarios diferentes.

En este sentido, en la Frecuencia Modulada la mayoría de sus emisoras son de formato especializado en música, la cual a lo largo de todo el día es de un tipo exclusivo; es decir, las estaciones programan un tipo especial de "sonido" a modo que sea identificable por el público receptor.

Sin embargo, al par de ello, se necesita la voz de un locutor, que en este caso es considerado de tipo comercial. El presenta y despide las melodías, hace comentarios alusivos, proporciona la hora, da a conocer con un estilo especial el nombre de la estación, el grupo radiofónico al que pertenece y su frecuencia, de tal forma que impacte y agrade al radio escucha; al mismo tiempo que se consigue que éste las localice con mayor facilidad en el cuadrante radial.

La labor de este locutor comercial parece muy sencilla, pero a pesar de ello debe estar bien preparado, dado que un medio tan importante como lo es la Radio llega a todos los estratos sociales.

Otro aspecto que es importante mencionar acerca de los locutores es la actitud que denotan a través de su voz, ya que el modo en que se dirijan al escucha es la clave para ganar audiencia.

Asimismo, esa actitud hará que el público se sienta identificado con el locutor; siempre pensará que este se preocupa por él y que trata de darle lo mejor mediante su actuación.

Ahora para conocer las características de los diversos comportamientos que tiene el responsable del micrófono para con el radioescucha se presenta a continuación un glosario de términos.

También nos resulta interesante mencionar que en la investigación documental que se realizó no se encontró ninguna otra clasificación. Sin embargo, ésta nos pareció muy precisa y de gran utilidad, ya que de acuerdo al monitoreo que realizamos

al respecto vemos que verdaderamente estos términos encierran la actitud que tienen los locutores en la Radio de hoy.

En primera instancia existen locutores que sostienen pláticas con el radiocescucha y durante la cual se comportan de manera amable, por lo que se les puede considerar AFABLES.

Un locutor es ALEGRE cuando por medio de comentarios ligeros, anécdotas o situaciones cotidianas, ya sea de cantantes, algún disco, melodías o cualquier otra persona muestra ese sentimiento emotivo que denota su estado de ánimo.

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

El locutor es COMPLACIENTE cuando al recibir una petición musical por parte del radiocescucha accede o satisface al momento. Esto muchas veces depende de la guía de la programación de ese día.

Por el contrario, suele ser BURLÓN al ridiculizar a un escucha ante el público oyente y generalmente no le importa la diferencia de edad o sexo cuando éste concursa.

INDIFERENTE es el carácter que presenta al dar poca importancia a los comentarios que manifiesta el público.

Es PREPOTENTE el locutor, cuando adopta una aptitud de superioridad ante el oyente, mostrándose dominante y sin darle oportunidad a que participe en los comentarios que se realicen durante la emisión.

Si en las emisiones hace comentarios (chistes) sobre la vida privada de los artistas o cantante sin importarle las consecuencias, el locutor se considera INDISCRETO, sobretodo porque a través de las llamadas telefónicas también quiere enterarse de la vida personal del escucha.

Por otro lado, se puede hablar de un locutor CULTO cuando independientemente de la emisión que se transmita llega a realizar comentarios sobre determinada nota del día y ahonda en ésta.

Se puede decir que es FORMAL cuando la actitud que tiene al expresarse es de seriedad, además de que da importancia a lo que expresa al radioescucha y muestra una distancia de respeto hacia éste.

Hay ocasiones que las personas tienen la característica de hablar demasiado y no dan oportunidad a los demás, hasta el grado de que dicen lo que deben callar, como en el caso del locutor PARLANCHÍN.

Otras veces a través del micrófono se trata de aconsejar o tranquilizar al oyente cuando platica sus problemas (principalmente amorosos) y esta actitud sólo la tiene un locutor PATERNALISTA.

El ser ROMÁNTICO es una aptitud que pocos locutores logran expresar. Este sentimiento lo dan a conocer en lecturas de diferentes poemas que generalmente tienen relación con los temas musicales de la programación.

Por último, la actitud que desarrollan todos los que hablan ante un micrófono es el ser PERSUASIVOS y esto es elocuente cuando emiten sus mensajes y lo realizan de tal forma que los radioescuchas se sienten atraídos por él. (2)

De esta manera, terminamos de ver los diversos comportamientos que transmiten al público receptor todas aquellas personas que son responsables de lo que sale al aire.

Además podemos añadir que lo anterior es obra única y exclusivamente de la voz que en Radio es el único pasaporte que tiene el locutor.

En la Radiodifusión se habla de la llamada "voz de micrófono" o "voz de locutor" refiriéndose más bien a la voz que es verdaderamente radiofónica.

Sin embargo, es necesario aclarar que muy pocas personas son las que poseen una voz como ésta y aún así no sólo su belleza es la que ha proporcionado a buenos locutores a la Radio sino todo un conjunto de elementos entre los que están una correcta locución y una amigable simpatía, así como una práctica constante

que ayuda a la corrección de esa locución. De esta forma se consigue una actuación meramente natural.

Ahora bien, las voces se dan en distintas variaciones de tonos y volúmenes, por lo que nos parece pertinente hacer notar que los gustos del escucha también dependen de esto.

Por un lado los tonos bajos tienden a ser placenteros. Los que se mantienen en elevación, así como los más altos, van a causar alegría y un entusiasmo progresivo y por el otro los tonos excesivamente altos o bajos tienden a ser molestos.

En cuanto al volumen de la voz, los de más bajo llegan a causar fastidio aún en esta época de rock y de instrumentos electrónicos.

Por último la locución rápida y constante acelera el pulso y despierta la emoción. (3)

Para terminar concluimos que actualmente la Radio Mexicana maneja, sobretudo en la banda de FM, locutores de tipo comercial que se limitan a presentar y despedir las melodías, decir la identificación de la estación (nombre de la emisora, grupo radiofónico al que pertenece y frecuencia en que se localiza) y ambientes como la hora, notas informativas breves o comentarios pequeños en alusión a las mismas canciones que aparecerán.

Esta función la desempeñan con un determinado estilo que podemos afirmar es el resultado del tono de voz que posee cada persona, por medio del cual hace sentir a quien lo escucha lo que el desea que entienda.

Esto y su simpatía no sólo logra que las radiodifusoras consigan un alto grado de aceptación por parte de los radicecuchas sino más bien el conjunto de todos esos elementos crean ante ellos una personalidad única de cada locutor que al mismo tiempo que reconocen su voz y estilo identifican de manera inmediata la estación que se sintoniza.

Y para seguir sintonizadas con este tema, a continuación narramos lo que descubrimos detrás de las voces de Alfonso Ameixeira, Arturo Flores y Emilio Guerrero locutores de Estereo Joya, Stereo 97.7 y Amor 106 respectivamente.

Encontramos tres finas personas que nos permitieron compartir sus experiencias dentro de la locución y sus conocimientos en el campo de la Radiodifusión, además de que nos dejaron ver más allá de sus pensamientos y sentimientos.

El llegar a conseguir una entrevista personal con éstos locutores nos fue un poco tardado y no porque ellos se negaran, sino más bien por las decisiones de terceras personas que no impidieron consiguiéramos nuestros objetivos.

El momento esperado se presentó, había nerviosismo por ambas partes. En nosotras porque nos enfrentábamos a algo desconocido, ya que ni siquiera sabíamos como eran físicamente, mucho menos como se irían a comportar. Ellos por su parte ignoraban que tipo de preguntas se les iban a realizar y eso era algo que les inquietaba.

Sin embargo, una vez entablada la conversación nos mostraron su agradecimiento por haber elegido sus voces, así como sus radiodifusoras como objeto de estudio de nuestra investigación. Dijeron que este hecho los honraba y el pago a esa predilección fue el tiempo que nos dedicaron y la cortesía con que lo hicieron.

Su forma tan sencilla de ser la dejaron ver en sus palabras, en sus expresiones y en la atención que nos tuvieron, a pesar de que invadimos no sólo sus horarios y lugares de trabajo sino también su mente y su corazón.

4.2 ARTURO FLORES: LA VOZ DEL MOMENTO

El fenómeno de la Radio se ha distinguido por ser considerado uno de los de mayor importancia y trascendencia, ya que reúne tres características que lo diferencian de los demás, como son: su alto perfeccionamiento técnico, la comodidad de su uso y su gran alcance de auditorio.



El Rostro de una Estación: Arturo Flores, locutor de Stereo 97.7.

Es por ello, que la Radiodifusión siempre ha sido una actividad apasionante para algunas personas como en el caso de Arturo Flores, locutor de Stereo 97.7, quien a cinco años de laborer en dicha emisora ha logrado colocarla en los primeros lugares de popularidad y además, posee una de las voces más intensas y genuinas de la locución en México, cualidades que lo hacen ser "la voz del momento"⁵, calificativo que es el resultado de 15 años de experiencia en el quehacer radial, como nos lo narra el mismo Arturo Flores.

⁵ Frase con que caracterizan en Stereo 97.7 a su locutor Arturo Flores.

Nací en Córdoba Veracruz, un 17 de octubre de 1957 y crecí entre el campo y el mar.

Empecé a trabajar como locutor en 1978 aproximadamente en la XEJP Radio Variedades de Tierra Blanca; posteriormente me trasladé a la XEGN Radio Sensación en Piedras Negras y poco tiempo después, me fui a Córdoba en una estación llamada Radio Juventud.

En los siguientes años, surge una oportunidad de trabajar en Puebla y decidí probar suerte en la emisora XE2P Radio Principal que pertenecía a la Organización Estrellas de Oro. Esto fue en el año de 1979.

De Puebla me vine a la ciudad de México y ya establecido, acudí al Sindicato Único de Trabajadores de la Industria de la Radio (STIR) de donde me mandaron a ciudad Lázaro Cárdenas Michoacán a la XEOJ Radio Horizontes y a la XECR Radio Variedades, en la cual permanecí durante quince días.

En provincia se aprende mucho, ya que en un 90% de las estaciones manejan operador-locutor y por eso, se improvisa constantemente y lo mismo se tiene que conducir un programa o realizar un control remoto desde cualquier lugar.

No obstante, en 1980 regresé a la ciudad de México y fue en Radio Felicidad, emisora de Grupo ACIR, donde empecé a desarrollar mi actividad como locutor nuevamente.

En ese mismo año, abandoné Grupo ACIR y me integré al equipo de trabajo de Organización Radio Centro (ORC) en lo que era Radio éxitos, la cual transmitía música en inglés y ahora todos la conocemos como El Fonógrafo.

Luego de Radio éxitos se habló sobre el cambio de una estación, Radio Hits, que se originó el 10 de agosto de 1988.

Para esto, hicieron un casting o muestra de voces y se decidió que quien debería identificar la radiodifusora fuera yo, entonces me propusieron quedarme hasta que se encontrara otra voz, pero al parecer la situación funcionó, les gusto mi voz y ya no me fui.

Es más, me pidieron trabajar en la estación de tiempo completo y dejar lo que era Radio éxitos. Así, en septiembre de ese mismo año me convertí en el locutor oficial de Stereo 97.7, aparte de manejar y dirigir la emisora como Director Artístico.

Sin embargo, hace algunos años debido a una enfermedad de la garganta del locutor de Stereo 97.7, se tuvo la necesidad de buscar otra persona con quien contar en casos de emergencia.

Por tal motivo, ingresó el señor Manuel Larrieta como apoyo a Arturo Flores y su emisora.

Arturo Flores Carrillo es casado y tiene dos hijos. El joven veracruzano se define como un verdadero apasionado de la Radiodifusión y confiesa que el ser locutor fue un accidente que le gustó.

En realidad nunca tuve estudios formales de locución, pero me sentía fuertemente atraído por la efervescente atmósfera que respiraba en la Radio.

Mi idea original era transmitir béisbol, ya que en Córdoba teníamos un Estadio y siempre que se llevaba a cabo un partido yo pensaba "a de ser bien padre estar ahí y decir los anuncios, así como describir lo que pasa en el juego".

Esto nunca se me hizo, me tope con la música y toda mi vida he trabajado con ella.

Aunque Arturo Flores nunca pensó en desempeñarse como locutor, el hecho de trabajar en la Radio provinciana despertó en él la inquietud por prepararse y capacitarse día a día, ya que sabía que el ser locutor implicaba convertirse en un profesional de la comunicación.

Entre a la Escuela Nacional de Locutores, pero desafortunadamente sólo pude permanecer un año en ella. No obstante, fue precisamente ahí donde me di cuenta de cual era en realidad mi camino.

Además, como la escuela se encontraba en la calle de Independencia tenía que atravesar Artículo 123, donde se localiza

Organización Radio Centro y siempre que lo hacía pensaba que debía ser muy difícil el cruzar la puerta de aquel lugar, sin embargo, veía la antena de Radio y me decía: alguna vez mi voz saldrá por ahí.

Efectivamente, así sucedieron las cosas y hoy Arturo Flores es considerado uno de los mejores locutores del momento.

Por otra parte, señaló que a lo largo de su trayectoria como locutor la Radio ha sido muy cambiante, lo que significa que las estaciones ya no permanecen tanto tiempo de una sola línea.

Esto quiere decir, que la radiodifusión está más acelerada y que la gente ya no se conforma y de una u otra manera, quiere figurar.

Quizás esto se deba, en gran parte, porque la situación laboral dentro del medio se encuentra muy especializada y se tiene ya una rama determinada para desarrollarse e identificarse con un auditorio dado.

En cuanto a la relación que existe entre la Radio, la Televisión y la Prensa, Arturo Flores sólo se limitó a decir que son medios de comunicación totalmente diferentes y que no existe un vínculo entre ellos.

Asimismo, puntualizó que obviamente hay relación entre estos medios y el Gobierno, pero ésta es sólo informativa, ya que toda la concesión radiofónica, así como la televisiva son federales y si en determinado momento se dice algo inconveniente para los intereses del gobierno, éste tiene todo el derecho del mundo de quitar de la frecuencia a la emisora, porque el único dueño del aire es la nación.

Es por ello, que tanto la Radio como la Televisión se encuentran regidos por la Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía en donde se estipulan los límites que tienen estos medios para actuar.

En ese mismo sentido el señor Arturo Flores dijo que dicha Ley a pesar de que posee normas muy definidas, mucha gente no la respeta y lo único a que da pauta es a dudar acerca de la credibilidad de la misma.

No obstante, esta es una opinión que no compartimos con el locutor de 97.7 porque creemos que las asociaciones relacionadas con la locución (en el caso de la SEP) y el mismo Gobierno vigilan no sólo a los locutores sino todo lo que sale al aire. Asimismo, cuidan que se respete la propia Ley, además de que se preocupen por revisarla y ver que se mantenga vigente. (Muestra de ello es la reciente reforma a la que se sujeta)

Ante esta situación pensamos que esos cambios en la Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía exigen por parte de los grupos radiofónicos una inmediata preparación de los locutores con base a esos nuevos preceptos mediante cursos o congresos, que ayudarán más que nada a evitar cualquier tipo de violación a tal Ley.

Aclaró, sin embargo, que se tienen ciertos límites al transmitir, lo cual depende de la mentalidad de los dueños y directivos de la Estación.

En Stereo 97.7, por ejemplo tratamos de no faltarle al respeto a nuestro auditorio y nunca les hablamos para darles problemas, si hay algo que ellos deban saber se lo decimos síno, no. Y es precisamente en estos aspectos donde radica nuestra responsabilidad.

Ahora bien, como todos sabemos la Radio disfruta de una gran influencia en el público receptor y esto le permite fácilmente suscitar ciertas reacciones en las personas.

Por tal situación, indicó Arturo Flores, se debe tener una gran responsabilidad con lo que se transmite al aire, para no distorcionar la realidad de quien los escucha.

Aunque claro, una canción no va a cambiar la manera de pensar de los individuos, ya que éstos reciben educación desde su casa y la complementan en la escuela.

Además, son las acciones de los seres humanos las que cuentan y no lo que digan que debe hacer.

En este aspecto, podemos darnos cuenta de que el señor Arturo Flores es una persona con ideas firmes formuladas

a lo largo de su vida en familia, pero como el mismo comentó, hay algunas situaciones en las que definitivamente no sabría como actuar; tal es el caso de aceptar o no la payola en la Radio.

Asimismo, fue muy claro al decir que no puede opinar a fondo de algo que no sabe con certeza, no ha hecho y no sabe si haría.

Finalmente, es interesante comentar que la aceptación de Stereo 97.7 se debe al esfuerzo realizado por Arturo Flores para lograr que su estación sea la número uno. (Ver Anexo I Posición General de Radiodifusoras en la Ciudad de México y Anexo III Tabla de posiciones en Organización Radio Centro)

Decimos esto, porque sabemos que para el joven locutor lo más importante es dar el mayor rendimiento en su área, así como buscar conceptos nuevos y positivos para el mejor funcionamiento de la emisora y en consecuencia, acaparar un auditorio mayor.

En fin, no hay nada nuevo bajo el sol y quien realmente se prepara sin lugar a dudas logra sobresalir.

Para esto, se necesita también, conjuntar un equipo de trabajo competente y sobretodo saber mantenerlo.

La prueba está en que Organización Radio Centro, Stereo 97.7 y el señor Arturo Flores han logrado permanecer durante todo este tiempo en el gusto del público. Sobretodo porque han sabido satisfacer la necesidad de ese público joven que muchas veces es el más exigente por la etapa que atraviesa (la adolescencia) en donde aún lo más novedoso no le es suficiente y quiere saber que hay más allá.

Ante esta situación, Stereo 97.7 ha tenido la idea de mandar a su locutor a la calle para experimentar un contacto directo con su auditorio a través de promociones y eventos especiales.

De esta forma, ha superado aquel enlace entre el locutor y el escucha que se daba por medio del teléfono y el cual era hasta hace poco tiempo el más directo.

En este sentido, también podemos decir que 97.7 es de las pioneras en Festivales Musicales y Eventos Especiales y hoy

en día radiodifusoras como Radio UNO, ¡Que Buena! y La Comadre entre otras repiten esa gran experiencia, ya que se han dado cuenta que el presentar artistas en vivo es la mejor manera de trabajar de manera conjunta: locutores y receptores.

Es así, como se ven los resultados de la creatividad de Arturo Flores Carrillo, como Director Artístico de la Estación. Creatividad que habla de la experiencia y capacidad que tiene no sólo como locutor sino como persona.

Sin embargo, todavía queda la duda de cómo adquirió esa experiencia y qué actitudes abrieron el camino a este locutor.

Fue la necesidad de trabajar lo que obligó a este joven locutor de 36 años a entrar en el ambiente de la locución. Es así que no pudo continuar con sus estudios profesionales, por lo que fue en el trabajo donde adquirió los conocimientos y la práctica que le exigía el mismo medio.

A pesar de su preparación empírica, Arturo Flores es una persona que lucha por superarse día a día; se prepara y se mantiene constante para enriquecer su trabajo.

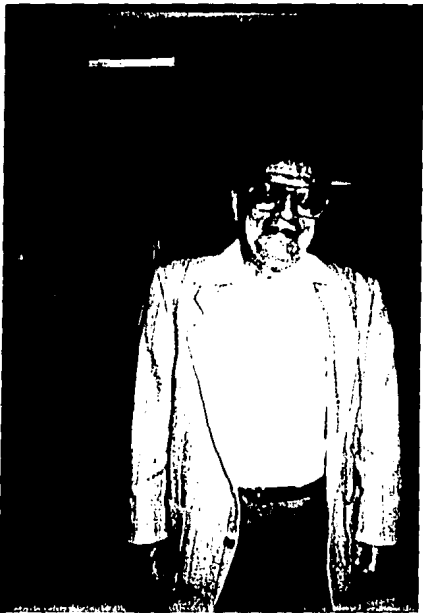
Su voz es poco común en Frecuencia Modulada. El matiz alegre y juvenil que la caracteriza lo han hecho ser diferente a los demás locutores. No se puede comparar ni con las voces de antes ni con las actuales. Es la voz del momento que se da aquí y ahora.

Este locutor comercial posee una voz radiofónica con matices alegres y juveniles, que genera al elevar el tono de su voz, causando así la alegría y el entusiasmo que busca el radiocescucha.

El sentimiento emotivo que denota su estado de ánimo lo hace ser no sólo un locutor alegre, sino también atento y amable; actitudes que deja ver en la Radio a través de su voz y en promociones en vivo donde tiene un roce directo con su público y le hace sentir su entusiasmo y dinamismo.

4.3 ALFONSO AMEIXEIRA: UNA JOYA EN SU RADIO

Dentro de la Radiodifusión Mexicana, siempre han existido infinidad de voces que con su peculiar estilo de hablar, nos transportan al maravilloso mundo de la imaginación y nos hacen sentir y vibrar con ellos.



ALFONSO AMEIXEIRA, una voz radiofónica que a más de cuarenta años de incursionar en la Radio aún hoy se mantiene a través de Estereo Joya.

Precisamente, en este medio encontramos a uno de los maestros del micrófono: Alfonso Ameixeira, quien a más de cuarenta años de incursionar en la Radio, conserva esa voz que lo caracteriza. Además de ser un locutor querido y respetado por todos sus compañeros, como nos lo dijo el señor Salvador Luna Ibarra, locutor de El Fonógrafo.

"Alfonso es un gran locutor, aquí todos lo apreciamos. Tiene una estupenda voz, muy buena dicción así como un tono grave y serio. Es una persona muy inteligente y ese para mí, es un señor locutor".

También la gente joven que lo conoce siente admiración por él, como es el caso de Fernando Sánchez Gómez, operador de Estereo Joya.

"Es un señor con toda la experiencia del mundo que posee una de las voces más bonitas y preciosas que hay. Es admirable realmente una carrera de ese tipo y creo que todos lo deberíamos seguir como ejemplo".

Pero, a pesar de que el señor Ameixeira es un gran locutor, una persona educada y amable, nos fue bastante difícil conseguir que nos proporcionara la información necesaria para seguir adelante en nuestra tesis, ya que tiene serios problemas respiratorios desde el año de 1982.

Sin embargo, no nos dejamos vencer por este obstáculo y logramos conseguir una pequeña entrevista con este locutor.

Para empezar, explicó que comenzó a trabajar como locutor en 1949 en varias estaciones de la Radio Comercial, como la XEB y Radio Éxitos, emisora perteneciente a Organización Radio Centro. En esta estación no pudo permanecer mucho tiempo por la dinámica que llevaba y por este motivo resolvieron cambiarlo a una emisora de corte tranquilo y serio, como en el caso de Radio Centro donde hasta hace poco cubría el turno de las 14:00 a las 18:00 horas.

Al par de ello, el señor Ameixeira continúa como locutor oficial de Estereo Joya desde el año de 1974, fecha en que se decidió poner una sola voz a lo largo de la programación.

De igual forma, nos comentó que a partir de 1992 comparte créditos en la locución con el señor Enrique González de la O, quien es también locutor de El Fonógrafo.

Asimismo, señaló que su licencia de locutor fue de las primeras que otorgaba el gobierno y como deseaba superarse en este medio, se vio en la necesidad de aprender todo de manera empírica, ya que en aquel entonces no existían ni escuelas ni instituciones para asesorarlos en ese terreno.

Por ello, indicó que al realizar su examen para obtener la licencia de locutor le pareció complicado y difícil porque tenían

que efectuar pruebas de dicción, improvisación, pronunciación de idiomas y redacción, así como tener conocimientos de cultura general.

En ese tiempo, era de vital importancia conocer perfectamente la legislación. Sobre esto nos comentó su gran descontento respecto a la clausura de los exámenes para adquirir la licencia de locutor, puesto que considera tal situación perjudicial para las nuevas generaciones de locutores.

Y es que con la aplicación de dicho examen se tenía una mayor preparación, ya que se obligaba a los aspirantes a capacitarse.

Por otra parte, es interesante añadir que acudimos con locutores de antaño de la talla de Salvador Luna Ibarra, maestro del micrófono de El Fonógrafo; Enrique González de la O, quien posee gran experiencia en la Radio y José Antonio Cabrera, que con su escuela de locución está ayudando a preparar a los jóvenes de hoy.

Todos ellos, al igual que el señor Alfonso Ameixeira tienen los mismos puntos de vista sobre determinadas cuestiones. Por ejemplo, a lo largo de la Historia de la Radio en México han visto grandes cambios en las voces de los locutores.

"Antes las voces eran demasiado fingidas e impostadas, por lo cual se anunciaba de una forma más seria, tranquila y romántica, pero en aquel tiempo no existían tantos modismos en el idioma". (4)

Pese a esto, se nos precisó que no podíamos olvidar que características como estas aún identificaban a locutores como el señor Ameixeira, desde luego, explicaron que su voz no es fingida ni muchos menos impostada.

En cuanto a la locución podemos decir que es la misma, no obstante han existido voces, estilos y formas de trabajar diferentes.

En cambio ahora, se introducen voces muy llamativas por lo que las emisoras ya no permanecen tanto tiempo en una línea.

Y esto es muy cierto, ya que al encender la Radio nos encontramos con que Jazz FM en tan sólo un año se convirtió de música antigua en inglés a Radio Uno; la Tropi Q que era cien por ciento salsa se transforma en una emisora que transmite música gruperá; Radio Al de estación hablada se vuelve tropical y Radio Sensación desaparece para dar paso a Formato 21, la estación de las noticias.

En fin, sea cual sea el cambio la Radio evoluciona a pasos gigantescos y eso es importante.

Respecto a la relación que existe entre los medios de comunicación (Radio, Televisión y Prensa) se nos informó que "las fuentes de información casi siempre son las mismas, ya que existen agencias nacionales e internacionales que la proporcionan. Además, estos medios tienen funciones primordiales como informar, enseñar, educar, divertir y anunciar". (5)

Cada medio cuenta con sus métodos para conseguir los elementos necesarios para salir adelante y los tres se complementan para dar lo mejor a su público.

Para ello, deben mantener una relación directa y constante con el gobierno y así manejar de manera positiva las campañas publicitarias relacionadas con el mejoramiento de la sociedad y por supuesto, porque existe una legislación que marca la pauta de lo que debe ser un locutor.

Dentro de ese mismo contexto, indicaron que la Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía es una norma para establecer una situación sociopolítica de respeto hacia el radioescucha. Más esta finalidad no siempre se cumple, ya que existen múltiples aspectos que están prohibidos y aún así, se dan todavía.

Precisamente, por esto existe una gran responsabilidad por parte de quienes hablan ante un micrófono, porque lo que éste dice se toma como ejemplo a seguir.

También por esa razón, deben prepararse cada vez más y tener en cuenta que existen ciertos límites que deben respetarse para evitar en un momento dado conflictos y confusiones que pudieran afectar al radioescucha.

Claro, "el locutor tiene sus límites y la responsabilidad es la misma para todos, sólo que se conducen según los objetivos y políticas de la estación". (6)

Lo anteriormente señalado tiene como consecuencia una enorme influencia de la Radio en las personas y es que como se nos dijo, con este medio de comunicación el hombre ha conseguido un instrumento capaz de llegar hasta el rincón más alejado y transmitir toda clase de información.

Por último, coincidieron en que la Payola siempre ha existido en la Radiodifusión, pero que "éste problema se ha incrementado porque la juventud apoya canciones que no tienen ni contenido ni mucho menos mensaje". (7)

Aclararon, sin embargo, que este problema no se maneja a nivel de los locutores, sino que se da por debajo del agua y a ellos ya no les toca nada.

En realidad esta es una verdadera corrupción y quien acepta tal postura dentro de la Radio, así como en otros medios, es porque no tiene la suficiente capacidad para realizar una profesión de este tipo.

Esto se dice porque en México la mayoría espera un fin mercantilista al realizar un trabajo, ya que lo único que busca es ganar dinero y no prepararse.

Asimismo, podemos pensar que hace más de cuarenta años la "payola" se dio en el ámbito de la locución como resultado de la carencia de escuelas donde se pudiera capacitar la gente.

No obstante, hoy en día una necesidad económica inmediata quizá sea la culpable de que las personas tomen decisiones negativas que distorsionen la realidad de las cosas, como en el caso de la música en donde se da éxito a cantantes que no se encuentran debidamente preparados y esto lo único que provoca es agravar la situación.

A pesar de ello, podemos decir que ninguno de estos es el caso de nuestro locutor en cuestión, aunque forma parte de aquellos pilares que vieron crecer y desarrollarse a la Radio.

En este sentido, continuamos diciendo que a más de cuarenta años la Radio era un medio de comunicación que venía desarrollándose desmesuradamente, por lo que los jóvenes eufóricos de aquella época sentían gran inquietud por ser parte de ese medio, que les daba la oportunidad y la satisfacción de hablar ante un micrófono.

De este grupo de jóvenes entusiastas logró destacar uno: Alfonso Ameixeira López, pues gracias al tono de voz que lo caracteriza logró abrir las puertas que le permitieron incursionar en el mundo de la Radio.

Sin embargo, en aquel entonces se buscaban no sólo voces como esta: de tono grave, varonil y serio, sino también la capacidad de una buena dicción y un excelente manejo de la voz.

Pero debido a que no existían escuelas o cursos de locución, el señor se vio en la necesidad de recurrir a una autocapacitación, dicción, vocalización y actuación de la voz.

Asimismo, la parte teórica y los conocimientos de cultura general se dejaron al sentimiento de responsabilidad de él. De esta forma, se iniciaba en el arte de hablar correctamente a través de un micrófono.

El señor Alfonso Ameixeira al principio de su carrera fue un locutor General, pero así como a los demás los avances tecnológicos y los cambios de gustos que exigían las épocas hicieron que evolucionara y se especializara para llegar a lo que hoy es: un maestro del micrófono meramente comercial.

Además, la seriedad con que se conduce en sus emisiones denota la importancia y el respeto que le merece su público. Por ello, actitudes como el ser formal y el poseer una amplia cultura, así como mantenerse siempre al día han hecho que el señor Ameixeira destaque en Estereo Joya.

4.4 EMILIO GUERRERO: LA VOZ DEL AMOR

Al igual que en la mayoría de los grandes inventos, la Radio es el resultado de la necesidad de los seres humanos de comunicarse y estar en contacto, aún a distancias lejanas.

Al paso del tiempo la Radiodifusión se ha incrementado y en consecuencia, el número de personas que hablan a través de un micrófono también.



EMILIO GUERRERO, locutor de Amor 106 que posee la voz Romántica de la FM.

De este modo, a finales de la década de los 90 se unió a este equipo de trabajo el señor Emilio Guerrero, locutor oficial de Amor 106, emisora perteneciente a Grupo ARTSA Radio.

Emilio Guerrero Garza nació en México Distrito Federal el 18 de Febrero de 1956. Sus estudios profesionales los realizó en el ámbito de la actuación.

"Así es, concluí la carrera de Arte Dramático y fue precisamente por ello que decidí ser locutor, ya que como actor de doblaje tenía todos los elementos necesarios para diversificarme dentro del medio. Además, me di cuenta del buen negocio que era la locución y que siempre había oportunidades de trabajo".

El señor Emilio Guerrero inicia su carrera como locutor comercial en 1985 y radiofónicamente hablando en mayo de 1989, precisamente en Amor 106.

"Fue realmente una casualidad que el señor Héctor Lama quien es Director Artístico de las emisoras de Grupo ARTSA, me conociera en una grabación que realizaba para BANAMEX y me contratara para trabajar en Amor 106, ya que le gustó mucho mi timbre y tono de voz para transmitir la música romántica de la estación".

En este sentido, es interesante señalar que a diferencia de Alfonso Ameixeira y Arturo Flores; Emilio Guerrero no se ha desarrollado ampliamente en el medio radiofónico y lleva tan sólo cuatro años como locutor de Amor 106.

Sin embargo, esto no significa que no tenga la capacidad necesaria para desenvolverse en su trabajo, ya que posee la experiencia y el dominio de las técnicas de locución, que aunque adquiridas en el terreno del teatro, le han ayudado a ser mejor en su profesión como locutor.

Asimismo, gracias a que cuenta con un timbre de voz grave y varonil, así como con una buena dicción se ha caracterizado como "la voz del amor de la FM"⁶, dado que estas cualidades tienen gran atracción para quien lo escucha, especialmente las mujeres.

Pero a pesar de lo que nos comentó anteriormente Emilio Guerrero; es una realidad que sus conocimientos adquiridos en el teatro no han sido complementados con una capacitación más a fondo en el mundo de la Radio.

⁶ Frase distintiva con que caracterizan en AMOR 106 la voz del locutor Emilio Guerrero.

Sobre este aspecto aclaró que por ello no ha visto ni grandes ni muchos cambios dentro de este medio, a parte de que lleva muy poco en él.

En cuanto a la relación que existe entre la Radio, la Televisión y la Prensa sólo mencionó que todos son medios de comunicación masiva que se encuentran muy censurados por el gobierno y que la legislación ha sufrido varios cambios, pero no los sabe con exactitud porque hace mucho no revisa dicha Ley.

Respecto a la responsabilidad del locutor con el auditorio señaló que éste debe dar alternativas y quien tiene que tomar las decisiones es el público, ya que no se vale hacer proselitismo a favor de nada ni de nadie. Y como la Radio y el locutor son instrumentos creadores de opinión en el radicescucha, es justamente él quien necesita cuidar mucho su lenguaje para no influir de forma negativa en el auditorio.

Para concluir, afirmó que como el locutor ya no es el encargado de dar continuidad a las emisiones de radio es sumamente complicado que le ofrezcan determinada cantidad de dinero por destacar ciertas canciones de un artista.

"La Payola si existe, pero ya no se maneja a nivel locutor".

Finalmente indicó que a él se le educó para ser licenciado en algo, sin embargo, eso no le impidió dedicarse a la actuación y mucho menos a la locución.

Con ello, nos podemos dar cuenta que es una persona que lucha por lo que quiere y sobretodo ama su profesión, tanto la de actor como la de locutor. Al fin y al cabo, es ahí en donde está su vida y su corazón.

Hasta aquí, hemos hablado de los conocimientos que el señor Emilio Guerrero tiene con respecto a la locución. Sin embargo, nos resulta interesante ver que factores han influido en su preparación como locutor, así como las aptitudes y actitudes que hablan de él a un público, que lo idealiza tan sólo por su voz.

Vemos, que sombras de los verdaderos sentimientos y dramas que se desarrollan en la vida misma se pueden ver reflejados

dentro del Arte Dramático, donde la gama extraordinaria de tonalidades, de modulaciones, de ritmos y velocidades de volúmenes, timbres e intensidades de la voz transmiten aún el más pequeño cambio de humor, de sentimiento y de fuerzas.

De esta manera el campo de la actuación a través de la voz, los movimientos y las actitudes, desarrolla en algunas personas determinadas habilidades. Con ello se logra cambiar el comportamiento de relación entre la mente que siente y el aparato que emite algo distinto

Es así, que del mundo del Arte Dramático emerge la voz Emilio Guerrero, un reciente locutor que en tan sólo cuatro años se ha ganado el corazón del público, ya que la experiencia y los conocimientos de aquel medio han hecho de él, un hombre capaz y seguro de actuar ante un micrófono.

Asimismo, otra de las llaves que le abrieron las puertas de la Radio fue sin lugar a dudas el peculiar tono de voz grave y varonil; símbolo del Romanticismo que tanto gusta a las mujeres y que expresa en los diversos poemas que declama (relacionados con los temas musicales de la programación de Amor 106).

Además, este locutor comercial por medio de sus actitudes permite disfrutar a su auditorio de la formalidad y la elegancia de su estilo, que viste el mundo de AMOR.

4.5 VOCES DE NUESTRO TIEMPO

Para concluir este capítulo decimos que la industria de la Radio en un principio quizá llegó a considerarse un experimento de los jóvenes audaces, pero en la actualidad se ha convertido en una necesidad cotidiana por lo que se ha preocupado por elevar su nivel de "calidad" programando "lo mejor" a su auditorio con innovaciones, de tal forma que penetre y se adapte rápidamente a toda la población.

Y por esto los profesionales de la Radio (publicistas, locutores, técnicos, etc.) conocen los gustos, necesidades y deseos de la comunidad, que a fin de cuentas es lo que determina una programación Radiofónica (en Frecuencia Moduladas meramente musical).

Las emisoras hace más de cuarenta años eran llamadas "la voz del hombre", ya que el locutor era verdaderamente un hombre orquesta, que no sólo se sentaba a hablar ante el micrófono; se levantaba, traía un disco, lo colocaba en la tornamesa y en ese mismo instante lo echaba a caminar; preparaba su siguiente disco, lo colocaba y cuando terminaba la melodía que estaba al aire abría lo que llamaban el potenciómetro del micrófono y era entonces el momento de leer los spots. Enseguida anunciaba el número musical que llegaba cerrando nuevamente el micrófono para arrancar el disco que se encontraba sobre una cubierta de goma que les ayudaba a detenerlo y así conseguir una continuidad total.

Hoy en día, el locutor ya no se preocupa por armar la programación, elegir las melodías o por manejar los discos, dado que existe ya la Semiautomatización que le permite grabar previamente los comerciales y las entradas y salidas de los programas, a modo que tan sólo el operador (en el caso de FM donde la programación es cien por ciento grabada) sea el que maneje la transmisión de la programación diaria.

A pesar de ello, quien habla ante el micrófono sigue siendo el elemento clave del éxito de las radiodifusoras, porque el hecho que esté dedicado tan sólo a locutor lo acerca de manera directa con el público, ya que a través de su actuación le hace sentir que todo lo que dice y hace es con el único fin de dedicárselo a él. De esta forma es como la Radio gana audiencia.

En este sentido cabe decir que los locutores dejaron de ser los polifacéticos que hacían todo porque la tecnología que venía

desarrollándose poco a poco exigía una mayor responsabilidad y profesionalismo a quienes intervienen no sólo en la Radio sino también en los demás medios electrónicos de comunicación, por lo que se dieron las especializaciones y hoy es común encontrar en las radiodifusoras gente dedicada a programar, a producir o a hacer posible que la transmisión salga al aire (técnicos - operadores).

Esta especialización llegó también a la locución, hasta el grado que encontramos locutores: disc jockeys, reporteros, comerciales, de deportes, que hace entrevistas, etc. y no por esto deja de ser el factor esencial en el medio, es sin lugar a dudas la imagen al aire de las estaciones.

Los maestros de la locución están conscientes de que esa posición se la han ganado gracias a su dedicación, preparación y el empeño constante por adquirir conocimientos más sólidos, que les permite evolucionar y en consecuencia mantenerse al margen de los avances tecnológicos. Sobre todo en el caso de los locutores de antaño que tienen un mayor mérito porque su aprendizaje, dado que no existían escuelas de locución, fue de manera autodidacta.

En aquel entonces, el afán por llegar a hablar ante los micrófonos de una radiodifusora hacía que el locutor se lanzara a presentar un examen a la Secretaría de Comunicaciones en un principio o a la Secretaría de Educación Pública, hasta hace poco que todavía se practicaban este tipo de exámenes, para conseguir una licencia que le permitiera desempeñarse dentro de la locución ampliamente.

Los exámenes para obtener la licencia de locutor exigían por parte del aspirante:

1. Conocimientos de Cultura General.
2. Pronunciación de idiomas extranjeros como el Inglés, Francés, Italiano y Alemán.
3. Conocer el Reglamento de la Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía. De manera escrita e interpretada.
4. Tener una buena dicción, pronunciación e improvisación.

Ante esta situación el señor José Antonio Cabrera, locutor de Radio Centro, emisora perteneciente a la Organización del mismo nombre opina que "en cierta forma el examen de locución daba una calidad a las personas que iban a manejar un micrófono, no sólo por las voz o por el estilo sino porque poseían una amplia cultura, que es lo básico para poderse enfrentar a un micrófono". (8)

Es así que el locutor de antes, estaba mejor preparado, tenía más conocimientos, más estudios, porque se le exigía más. Y aunque muchos de los locutores nuevos son profesionistas estupendos, con una cultura elevada no aportan lo que conocen y saben al medio. Al contrario lo acorrian con sus frases coloquiales y con ello la verdadera comunicación masiva.

La Ley en este sentido cometió un error al quitar los exámenes de la Secretaría de Educación Pública.

Sin embargo, independientemente de esta decisión tan lamentable por parte de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio, podemos afirmar que el locutor radiofónico posee una voz capaz de adaptarla a las necesidades de expresión, sentimiento y significado de lo que interpreta.

Al participar en un programa no le importa de que tema se trate, si es sublime o es cotidiano, pues la interpretación correcta que habla de él se presenta cuando el locutor comunica que cree muy sinceramente en lo que lee o anuncia a la vez que denota una natural curiosidad e interés en lo que trata.

Además los sentidos que imprime a su locución están siempre claros, se producen tan natural como en una conversación normal en donde los cambios de humor y de sentimiento y situaciones penetran en la mente del locutor, él llega a sentirlos de tal forma que en su actuación se pierde toda artificialidad.

Lo anterior, nos permite afirmar que un buen programa no sale de la manga ni de la improvisación, sino de sólidas horas de trabajo, de preparación y de dedicación por parte del locutor, ya que él es su propio crítico, intérprete y director de lo que presenta y del modo como debe de hacerlo.

Asimismo, la meta a la que debe llegar un locutor es algo a largo plazo, una meta que no se le alcanza de una vez para

siempre, porque hay que mantenerla vigente con la dedicación y el esmero mismo con que se inició esta profesión.

META:

"Una buena articulación, una correcta dicción. Tono y volumen de voz apropiados, valorización de la alocución, con pausas, recalcos, énfasis, matiz, timbre apropiado para cada frase, velocidad adecuada y dominio de la técnica del micrófono" (9)

Prueba de ello, lo vemos de manera más veraz reflejado en los locutores que nos permitimos analizar.

Como ya dijimos, las voces de Alfonso Ameixeira, Arturo Flores y Emilio Guerrero nos dejaron descubrir a través de la Radio mucho de su personalidad.

Sin embargo, el afán por conocer aún más de ellos nos llevó a comunicarnos de manera directa con cada uno de estos locutores.

La experiencia fue maravillosa, de tal forma que estamos realmente convencidas que para crear un mundo encantado (La Radio) del que no se pueda salir, porque nos satisface, nos enseña y nos entretiene; no se necesita de tanto: tan sólo de un voz, unas palabras y un sentimiento.

Y esto lo sabe Organización Radio Centro o Grupo ARTSA que a través de sus Radiodifusoras Estereo Joya, Stereo 97.7 y Amor 106 nos dejan disfrutar de las VOCES DE NUESTRO TIEMPO.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. JUÁREZ GÓMEZ, Martha Elena.
ROJO CAZAREZ, María Guadalupe.
"Cambia el disco rayado" Los locutores en la Radiodifusión Mexicana; un análisis de los diálogos locutor-radioescucha. TESIS, pp. 95 - 98.

TORRES V, Marco Polo. "Locución Radiofónica" pp. 55 - 62.
2. JUÁREZ GÓMEZ, Martha Elena, Op. Cit. pp. 98 - 100.
3. HERNÁNDEZ ROJAS, Martha Lidya. "La capacitación profesional del locutor en México (Programa de formación)". p. 31.
4. GONZÁLEZ DE LA O, Enrique. Entrevista Personal. Locutor de El Fonógrafo. México, D.F. 14 de junio de 1993.
5. LUNA IBARRA, Salvador. Entrevista Personal. Locutor de El Fonógrafo. México, D.F. 15 de junio de 1993.
6. GONZÁLEZ DE LA O, Enrique. Entrevista Personal. Locutor de El Fonógrafo. México D.F. 14 de junio de 1993.
7. CABRERA, José Antonio. Entrevista Personal. Locutor de Radio Centro. México, D.F. 16 de junio de 1993.
8. Ibidem.
9. TORRES V, Marco Polo. Op. Cit. p. 97.

V. ÉXITO:

MENTIRA

Y

VERDAD

DÍA DEL LOCUTOR

Un poema de:
VICTOR MANUEL OTERO GONZÁLEZ

Día del locutor,
¿ Pero, es que acaso
no es todos los días
"Día del Locutor" ?...

¿ No todos los días
con suaves lazos
se adhiere al Radio Receptor ?...

¿ Acaso, no también está
cautivo en la pantalla
de tu Televisor ?...

¿ No también su voz
es el motivo de que
hagas tus labores con amor ?...

Sí... al amanecer, la voz
amiga de tu fiel locutor,
ya está en el aire,
y su eterno optimismo
nos obliga a iniciar
la jornada con donaire.

¡ Buenos días...
son las seis de la mañana...
hay que ir al Trabajo
o a la Escuela,
y su voz tan alegre,
tan temprana,
que hasta el fondo del alma
se nos cuele,
y al ir al Colegio,
el estudiante lleva su voz
prendida en los oídos,
y enlaza una música
distante su corazón,
en rítmicos latidos.

El ama de casa está pendiente
de todo lo que dice el Locutor,
Los precios del mercado...
El aliciente de un premio,
o bien la hora del reloj.

También está su voz
en cada Esquina,
en el auto, en el camión
o en la pesera;
junto a la Secretaria,
en la Oficina,
en la Fábrica,
el Taller o la Bodega...
Y después,
al llegar el medio día,
su voz en la Comida,
te acompaña y te anuncia
un ritmo de alegría,
o el sabor de un Refresco
a Manzana.

Y al caer la tarde
o por la noche,
te recita poemas de ternura,
y con susurrante voz
hace derroche
de una incomparable galanura,
y te dice cien versos al oído
al margen de una dulce melodía
que provoca trémulos suspiros
y te dejan sutil melancolía.

Por eso...
es verdad lo que te digo,
¡ No sólo hoy
es Día del locutor...
todos los días
le tenemos como Amigo
a través de
nuestro Receptor,

V. ÉXITO: MENTIRA Y VERDAD

Hasta estas alturas de la investigación mucho hemos hablado de la importancia que tiene la voz del locutor para crear una imagen a las diversas radiodifusoras. Sobretudo hemos visto que esas estaciones tratan de engalanar su persona con vestimentas novedosas, actuales y con coloridos llamativos que reflejan el alegre semblante de su rostro.

Sin embargo, esa belleza no tendría ningún valor si no fuera admirada por alguien: El radioescucha, que es precisamente de quien vamos a platicar en este capítulo, principalmente porque consideramos que como oyente ha resultado ser un blanco perfecto para la Radio y además el juez que decide el lugar que ocuparán las emisoras en la escala del éxito.

5.1 EL RADIOESCUCHA: UN BLANCO PERFECTO

La Radio es el resultado de la necesidad de los seres humanos de comunicarse y por tanto, el medio más aceptable para mantenernos informados. El encontrar una persona confiable (locutor) no es fácil debido a la cantidad de estaciones que existen en la Zona Metropolitana y a la heterogeneidad del Auditorio.

Sin embargo, los horizontes de la Radio son tan extensos como los mismos modos de pensar de quien la escucha. Es por ello, que le permite llegar a un gran número de personas de diferentes estratos sociales, en varios lugares al mismo tiempo y de manera constante.

Asimismo, la elaboración de mensajes claros, convincentes y emotivos que emite la Radio logran que el oyente se identifique con las emisoras y sus locutores. Y no sólo eso, sino que las hace como de su familia.

Cabe aclarar, que esta penetración se debe en gran parte al impacto que provoca el locutor radiofónico a través de su voz, con todo su lenguaje, estilo y carisma; como en los casos de Alfonso Ameixeira, Arturo Flores y Emilio Guerrero, quienes le han creado a Estereo Joya, Stereo 97.7 y Amor 106 una imagen por medio de la cual el radioescucha las identifica con mayor precisión.

Lo anterior quizá sea tan sólo una simple hipótesis, no obstante, el comprobarla nos llevó a levantar una encuesta con el fin de observar el conocimiento que se tiene de las difusoras y en general la influencia que la Radio ejerce sobre el radicescucha que ha resultado ser su blanco perfecto.

De esta manera, podemos darnos cuenta que en nuestra sociedad existen diferentes estratos sociales que los mismos grupos radiofónicos han clasificado en niveles socioeconómicos:

1. AB Clase Alta.
2. C Clase Media y
3. D Clase popular.

Es así, que para nuestro estudio hemos elegido las colonias Jardines del Pedregal de San Ángel, Jardín Balbuena y Tamaulipas Sección Virgencitas que pertenece al Municipio de Nezahualcóyotl, ya que son representativas de los grupos citados, así como del muestreo estratificado al azar en el que nos basamos para designar la muestra a estudiar, sobretodo porque resulta más cómodo para uno como encuestador escoger a sus sujetos.

Para la presentación e interpretación de los resultado se complementó el tipo de muestreo con el método de porcentajes y proporciones como una de las formas más usuales para representar la información.

Una ventaja de este procedimiento es que nos permitió comparar dos o más series de datos constituidos por diferentes cantidades de elementos.

Entre las colonias que se escogieron, las diferencias son enormes y se notan desde los servicios públicos con los que cuentan hasta sus ocupaciones y educación.

Primeramente, la colonia Tamaulipas Sección Virgencitas de Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México no cuenta con los servicios públicos indispensables, ya que su proceso de desarrollo aún no se culmina. Las principales ocupaciones de sus habitantes oscilan entre los distintos tipos de comercio que existen en el lugar; unos como propietarios y otros como empleados u obreros.

En cambio, la colonia Jardín Balbuena tiene todos los servicios públicos y sus pobladores son comerciantes, oficinistas y estudiantes.

Por último, en contraste a las colonias antes mencionadas dentro de Jardines del Pedregal de San Ángel sus moradores disfrutan de los servicios y comodidades que una zona de este tipo les puede ofrecer. Aquí, las personas son profesionistas de diferentes ramas y se dedican al estudio.

Ahora bien, para conocer de manera más precisa el lugar donde se sitúan estas Áreas, describimos a continuación su localización geográfica:

**COLONIA TAMAULIPAS SECCIÓN VIRGENCITAS.
(CIUDAD NEZAHUALCÓYOTL, ESTADO DE MÉXICO)**

- AL NORTE:** Salvador Allende, las avenidas Aureliano Ramos y Morelos, así como Vicente Riva Palacio.
- AL SUR:** Avenida Nezahualcóyotl, las colonias Agua Azul y Laguna de Cristóbal.
- AL ORIENTE:** Avenida Nezahualcóyotl, Bordo de Xochiaca, Avenida Xochiaca, además de las colonias Tamaulipas Oriente, y Tamaulipas sección Flores y sección el Palmar.
- AL PONIENTE:** Avenida Chimalhuacán, Avenida Cuauhtémoc y las colonias Maravillas, Amecameca, Sultepec y el Barco I, II Y III.

**COLONIA JARDÍN BALBUENA.
(DELEGACIÓN VENUSTIANO CARRANZA)**

- AL NORTE:** Sidar y Rovirosa, Calzada Ignacio Zaragoza y las colonias del Parque, 7 de julio y Moctezuma primera sección.
- AL SUR:** Agiabampo, Viaducto Miguel Alemán y la colonia Magdalena Mixihuca.

- AL ORIENTE:** Galindo y Villa y la colonia Ignacio Zaragoza.
- AL PONIENTE:** Fco. del Paso y Troncoso y la Avenida Lázaro Pavia, además de las colonias Pueblo de la Magdalena, Mixihuca, Alvaro Obregón, Aeronáutica Militar, El Parque y 24 de Abril.

**COLONIA JARDINES DEL PEDREGAL DE SAN ÁNGEL.
(DELEGACIÓN COYOACÁN)**

- AL NORTE:** Las colonias Jardines de la Montaña y Llanura, el límite delegacional Coyoacán y la Zona del Pedregal Reserva ecológica.
- AL SUR:** Anillo Periférico, límite delegacional Coyoacán y Tlalpan, así como las colonias Villa Charro del Pedregal, el Bosque y el Parque Nacional del Pedregal.
- AL ORIENTE:** Avenida del Imán, Avenida Insurgentes Sur, las colonias Torres del Maurel, Insurgentes Cuicuilco, Unidad habitacional Villa Panamericana y el Panteón Mausoleos del Ángel.
- AL PONIENTE:** Paseo del Pedregal, Boulevard Cataratas, Boulevard Adolfo Ruiz Cortínez, Anillo Periférico y las colonias Residencial Pedregal y el Colegio de México.

Hasta aquí, hemos mencionado las zonas en que se aplicó la encuesta, sin embargo fue necesario hacer uso de una técnica de investigación que con base en los objetivos y las hipótesis planteadas en el plan de trabajo, nos permitiera conocer de una manera más amplia las opiniones de los encuestados respecto a los gustos en cuanto a tipos de locutores, programaciones y emisoras.

En este sentido, la encuesta por entrevista resultó ser la más idónea ya que se puede interrogar directamente a las personas y de esta manera, extraer sus verdaderas actitudes, opiniones y experiencias.

Asimismo, la cédula de entrevista se caracteriza por:

1. Es el encuestador quien la llena de acuerdo a las respuestas dadas por el informante.
2. Se está en posibilidad de obtener mayor información sobre preguntas abiertas.
3. Se pueden aclarar las dudas sobre las preguntas formuladas.
4. Es de gran ayuda si las personas objeto de estudio son analfabetos o tienen un bajo nivel cultural.
5. Es anónimo. (1)

Los procedimientos hasta aquí citados reflejan la estructura de abanico que se le dio al cuestionario en que se basó la encuesta. Decimos que de abanico porque es la combinación de preguntas abiertas y cerradas, así como de opción múltiple, las cuales se ordenaron conforme a nuestras pretensiones. (ver anexo IV cédula de entrevista)

El universo de la muestra se constituyó de 100 cuestionarios, mismos que se aplicaron a individuos de edades que fluctúan entre los 14 y 60 años, en lugares públicos como mercados, tiendas de autoservicio y sitios de gran afluencia de las tres zonas.

Dicha labor nos brindó la oportunidad de compartir las experiencias de otros radiocescuchas que como nosotras están expuestos a las transmisiones radiofónicas como público potencial (todo el radio oyente), como público cautivo que participa y asiste a los eventos que organiza su estación o bien como público asociado que a pesar de no ser ávidos amantes de la Radio siempre formará parte de su auditorio porque escucha las estaciones que otros sintonizan.

5.2 VOCES PRIVILEGIADAS: ÉXITO SIN CONTROL.

Voces como las de Alfonso Amixeira, Arturo Flores y Emilio Guerrero dejan sonar sus sentimientos y opiniones para todos aquellos que las escuchan a través de la Radio, quienes a pesar de no trabajar detrás de un micrófono desempeñan una labor tan importante como la de los mismos locutores. Sobre todo, porque su voz dice al lugar que merece cada una de las radiodifusoras en la escala del éxito.

Es así, que consideramos al radicescucha el complemento que ha necesitado la Radio desde siempre para salir triunfante en la Batalla con los demás medios de comunicación, ya que finalmente es el quien califica su trabajo.

Sin embargo, debe haber fundamentos que reafirmen la mentira y verdad del éxito de las emisoras y en especial el de AMOR 106, Stereo 97.7 y Estereo Joya, razón por la cual nos lanzamos a la búsqueda de ellos.

El camino lo encontramos en la encuesta que realizamos en las colonias Jardines del Pedregal de San Ángel, Jardín Balbuena y Tamaulipas Sección Virgencitas, donde jóvenes, adolescentes y adultos de ambos sexos nos permitieron conocer sus puntos de vista ante las preguntas planteadas.

Una vez terminada ésta, el análisis de los datos fue algo laborioso dado que:

- * Se tuvo que ordenar a la población encuestada en grupos de edades, mismos que han sido ya establecidos por grupo IMER (como agencia dedicada a estudios de mercado) y los cuales son:

13 - 18	
19 - 24	
25 - 35	(Ver gráfica por edades)
36 - 45	
45 - +	

- * Se dividió a los encuestados por sexo, con el fin de conocer el total de hombres y el de mujeres. (Ver gráfica por sexos)

- El campo laboral en las colonias analizadas es muy variado por lo que se vio la necesidad de contemplar las ocupaciones que predominaban en cada una de estas. (Ver gráfica por profesiones)

- Se tuvo que hacer el conteo de las respuestas a las opciones dadas y elaborar una breve interpretación a cada una de las preguntas.

Es importante aclarar que debido a la estructura que se le dio al cuestionario en las preguntas 2, 4, 6 y 8 se tuvo la oportunidad de elegir más de una opción por lo que el porcentaje se vio elevado a más del ciento por ciento.

Asimismo, podemos mencionar que el cuestionario constó de nueve preguntas en donde la primera era totalmente abierta, la 2, 5, 6 y 8 cerradas y la 3, 4, 7, y 9 cerradas pero con la opción de un porqué. (Ver anexo IV Cédula de Entrevista)

De esta manera veamos a continuación las gráficas, los cuadros comparativos y los comentarios que se obtuvieron.

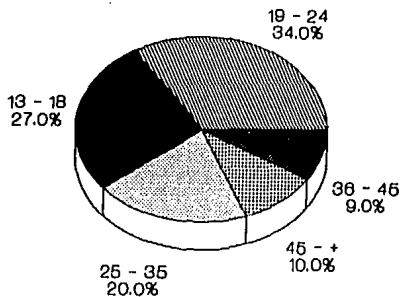
GRAFICA POR EDADES

FIG. A

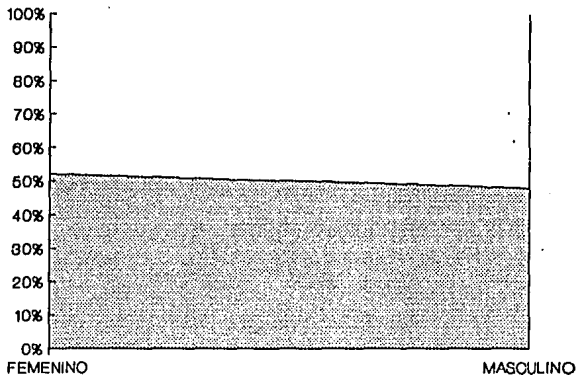
GRAFICA POR SEXOS

FIG. B

GRAFICA POR PROFESIONES PEDREGAL DE SAN ANGEL

ESTUDIANTES 58.0%

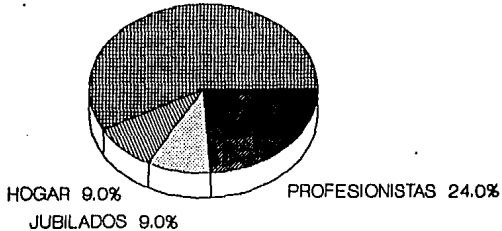


FIG. C

JARDIN BALBUENA

ESTUDIANTES 44.0%

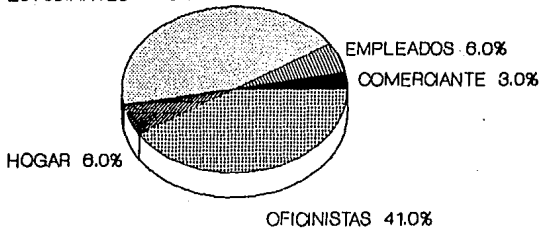


FIG. D

**TAMAULIPAS SECCION VIRGENCITAS
CIUDAD NEZAHUALCOYOTL, EDO. DE MEXICO**

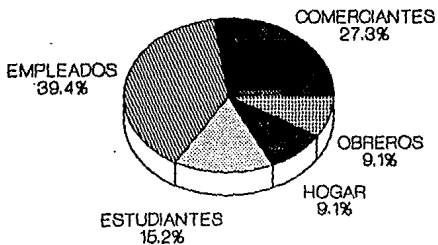
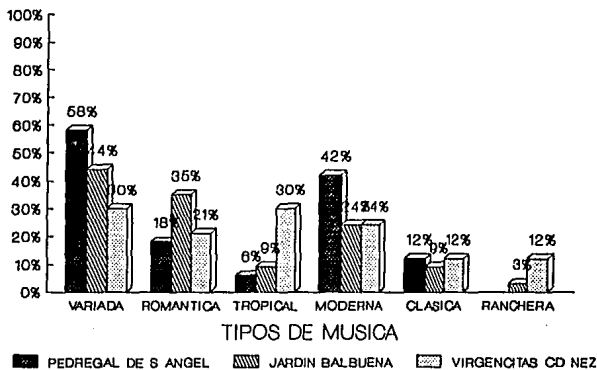


FIG. E

CUADRO DE DATOS (EN PORCENTAJES)

TIPO DE MUSICA	COLONIAS		
	PEDREGAL DE SAN ANGEL	JARDIN BALBUENA	VIRGENCITAS CD. NEZA
VARIADA	58	44	30
ROMANTICA	18	35	21
TROPICAL V GRUPERA	6	9	30
MODERNA V ROCK EN ESP.	42	24	24
CLASICA E INSTRUMENTAL	12	9	12
RANCHERAS V BOLEROS	-	3	12

PREGUNTA 1: Que tipo de musica le gusta escuchar y porque?



INTERPRETACIÓN

Es muy notorio que en las tres colonias predomina una población joven que gusta de escuchar música variada, ya que consideran que en estos tiempos es necesario ampliar sus conocimientos con relación a los diversos géneros musicales.

No obstante, las condiciones del medio en que se desenvuelven hacen que los individuos tengan predilección por un tipo exclusivo de música.

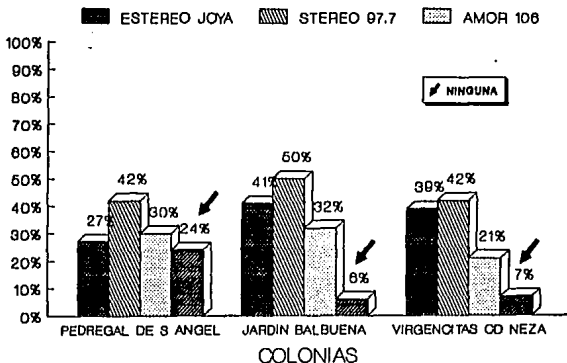
Por ejemplo, en Jardines del Pedregal de San Ángel se inclinan por la Moderna y Rock en Español; en la Jardín Balbuena sus sentimientos los dejan notar en la elección de melodías Románticas y en la colonia Virgencitas la Tropical por su ritmo bailable.

Aunque claro el estilo Ranchero y Bolero de la música se mantiene vivo en el gusto de la gente adulta, sobretudo, en la zona de Nezahualcóyotl, así como la Clásica e Instrumental que no se pierden a pesar de los cambios y deformaciones que ha sufrido la música en general.

CUADRO DE DATOS
(EN PORCENTAJES)

COLONIAS	ESTACIONES		
	ESTEREO JOYA	STEREO 97.7	AMOR 106
PEDREGAL DE SAN ANGEL	27	42	30
JARDIN BALBUENA	41	50	32
VIRGENCITAS CD. NEZA	39	42	21

PREGUNTA 2: De las siguientes opciones que Estacion de Radio le gusta escuchar?



INTERPRETACIÓN

La respuesta a esta pregunta es una de las que nos causó gran satisfacción, ya que nos dimos cuenta que las estaciones que elegimos como objeto de este estudio no son desconocidas totalmente por el auditorio, a pesar de que el nivel socioeconómico, la ubicación de las colonias y la educación de sus habitantes es diferente.

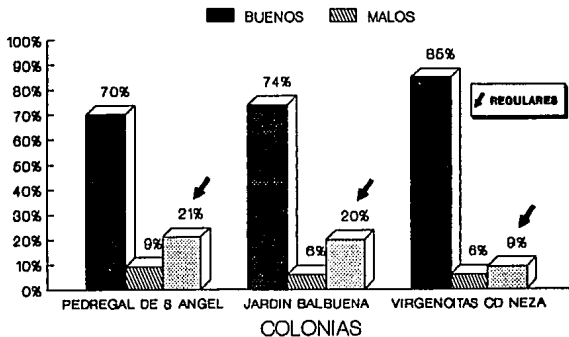
Stereo 97.7 es la estación que capta una mayor audiencia, por lo que el haber conseguido ser llamada la Número Uno dentro de Organización Radio Centro es algo que le debe precisamente a este público, que la ha hecho ser también la primera entre las estaciones de FM y hasta de las de AM. (Ver anexo I Posición General de Radiodifusoras en la Cd. de México)

Por otra parte, es visible que Estereo Joya y Amor 106 son el refugio para quienes anidan en sus corazones el Amor y el Romanticismo que hoy no sólo es característico de las mujeres, ya que los hombres han logrado superar sus inhibiciones en cuanto a estos sentimientos.

CUADRO DE DATOS (EN PORCENTAJES)

COLONIAS	OPCIONES	
	BUENOS	MALOS
PEDREGAL DE SAN ANGEL	70	9
JARDIN BALBUENA	74	6
VIRGENCITAS CD. NEZA	85	6

**PREGUNTA 3: Considera que los actuales locutores son:
Porque?**



INTERPRETACIÓN

Como podemos ver en la gráfica, la labor del locutor es reconocida por la mayoría de la población, ya que tienen la idea de que todo aquello que emite la Radio es obra única y exclusivamente de ellos.

A este respecto, la población encuestada dijo que son buenos porque:

- Son personas bien preparadas, con gran facilidad de palabra y un carácter agradable.
- Ante la competencia de locutores se esfuerzan por ser cada vez más originales y así hacer de su estación la más escuchada, confiable, oportuna y actual.
- Saben manejar al auditorio de tal manera, que les hacen sentir a través de su plática (que cada vez es más directa) que en ellos tienen al mejor amigo.

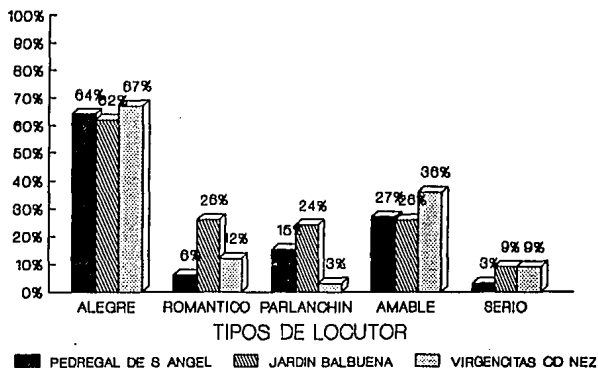
Sin embargo, hubo gente que opinó que los locutores muchas veces mal informaban a las personas porque hablaban de determinada cuestión sin tener fundamento ni conocimiento de ello, razón por la cual los consideraron malos.

Otros mencionaron que un locutor podía ser bueno o malo según su estilo, la estación y el tipo de programación que manejara.

CUADRO DE DATOS (EN PORCENTAJES)

TIPOS DE LOCUTORES	COLONIAS		
	PEDREGAL DE SAN ANGEL	JARDIN BALBUENA	VINGENCITAS CD. NEZA
ALEGRE	64	62	67
ROMANTICO	6	26	12
PARLANCHIN	15	24	3
AMABLE	27	26	36
SERIO	3	9	9

PREGUNTA 4: Que tipo de locutor prefiere escuchar? Porque?



INTERPRETACIÓN

La elección al tipo de locutor que se dejó ver por la población encuestada, había de como le grada ser tratado al Radioescucha. Por ello, prefieren que un locutor sea Alegre, dado que el ser así logra que el oyente no sólo se identifique con él sino también cambiar su estado de ánimo.

Cabe mencionar, que para un locutor no es difícil tener una actitud alegre para con su público, sino más bien la manera de saberla expresar a través de un micrófono, tal y como lo hace Arturo Flores en el de 97.7.

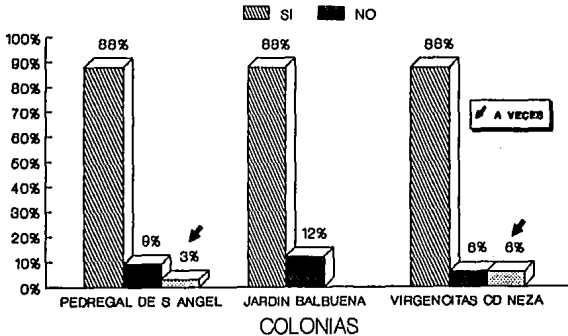
En este sentido, el Romanticismo es un sentimiento que a menudo se busca, pero muy pocos son los locutores que tienen la gracia de hacerlo sentir por medio de su voz, como los señores Alfonso Ameixeira y Emilio Guerrero.

Sin embargo, estas cualidades no serían tan aceptables sino tuvieran una chispa de Amabilidad que a fin de cuentas es otro de los aspectos que envuelven al escucha.

CUADRO DE DATOS
(EN PORCENTAJES)

COLONIAS	OPCIONES	
	SI	NO
PEDREGAL DE SAN ANGEL	88	9
JARDIN BALBUENA	88	12
VIRGENCITAS CD. NEZA	88	6

PREGUNTA 5: Tan solo por la voz del locutor logra identificar la estacion que sintoniza?



INTERPRETACIÓN

Es un hecho que la gran cantidad de personas que escuchan la Radio identifican de manera inmediata la emisora que sintonizan tan sólo por la voz de sus locutores, tal y como se aprecia en el porcentaje asentado en la gráfica.

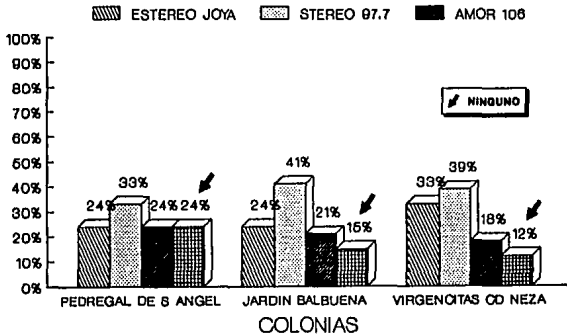
Esto nos deja ver que la estrategia radiofónica de utilizar una sola voz a lo largo de todo el día en sus programaciones, ha resultado la mejor manera de atraer cada vez más auditorio.

Asimismo, es importante señalar que esa identificación por parte del radicescucha es principalmente con las emisoras que son de su agrado, como lo expresó el 12 por ciento de los encuestados.

CUADRO DE DATOS
< EN PORCENTAJES >

COLONIAS	ESTACIONES		
	ESTEREO JOYA	STEREO 97.7	AMOR 106
PEDREGAL DE SAN ANGEL	24	33	24
JARDIN BALBUENA	24	41	21
VIRGENCITAS CD. NEZA	33	39	18

PREGUNTA 6: De las opciones siguientes elija la del tipo de locutor que mas le agrade escuchar.



INTERPRETACIÓN

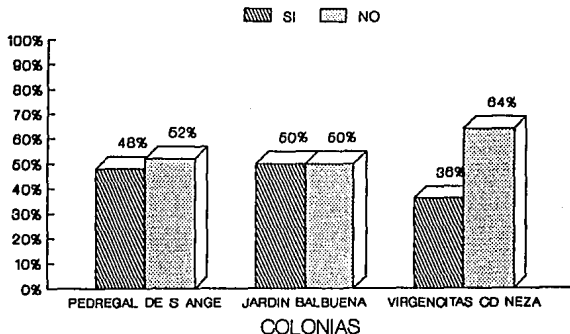
No cabe duda que el estilo y tono de voz que caracterizan al locutor de Stereo 97.7 lo han hecho ser entre el público oyente el más preferido, principalmente porque es una voz que proyecta la alegría, el dinamismo y la agilidad de su emisora y de él mismo.

Por su parte, las características de los conductores de Stereo Joya y Amor 106 no han sido ignoradas por el juez de la Radio, porque como se ve en la gráfica un gran porcentaje reclama un estilo y una voz romántica y sería como la del señor Alfonso Ameixeira; y aun más, la de un locutor romántico pero varonil como la voz amorosa de Emilio Guerrero.

CUADRO DE DATOS (EN PORCENTAJES)

COLONIAS	OPCIONES	
	SI	NO
PEDREGAL DE SAN ANGEL	48	52
JARDIN BALBUENA	50	50
VIRGENCITAS CD. NEZA	36	64

PREGUNTA 7: Le aburre escuchar la voz de un solo locutor a lo largo de todo el dia? Porque?



INTERPRETACIÓN

Esta es otra de las preguntas que mucha importancia tienen en este análisis, dado que el decir si la voz de un locutor aburre o no es algo que depende en gran parte del tono de voz y el tipo de programación que presenten.

Por ejemplo, quienes opinaron que sí les aburría, comentaban que así como en la música, se necesita una variedad de tonos y matices de voz para no hacer de la estación una rutina.

Sin embargo, desde nuestro punto de vista la Radio satisface esas necesidades a través de las diferentes estaciones que brindan una diversidad de tonos de voz, formatos musicales y formas de ser de los locutores a lo largo y ancho de la banda de AM y FM.

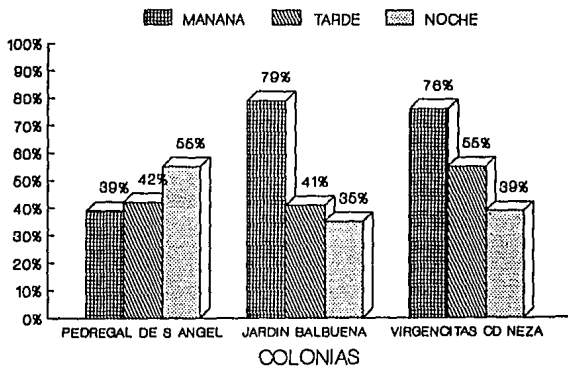
Por otro lado, los que dijeron no aburrirles la voz de un solo locutor argumentaron que sus voces resultaban agradables, sus intervenciones realmente eran breves en comparación con los espacios dedicados a la música y sobretudo porque su comportamiento creaba una atmósfera comunicativa entre ambas partes.

Lo anterior refuerza lo que hemos dicho acerca de que la voz de un locutor es la imagen misma de las radiodifusoras y mejor aún de que esos responsables del micrófono siguen siendo hoy en día un miembro más dentro de los hogares mexicanos.

CUADRO DE DATOS (EN PORCENTAJES)

COLONIAS	HORARIOS		
	MANANA	TARDE	NOCHE
PEDREGAL DE SAN ANGEL	39	42	55
JARDIN BALBUENA	79	41	35
VIRGENCITAS CD. NEZA	76	55	39

PREGUNTA 8: En que horario escucha Radio?



INTERPRETACIÓN

La Radio es un medio de comunicación que desde sus inicios se ha mantenido en la preferencia del público, quien le dedica a diario gran parte de su tiempo al sintonizar las estaciones de su predilección.

No obstante, los horarios que se dedican a este medio los determinan las labores cotidianas de cada individuo.

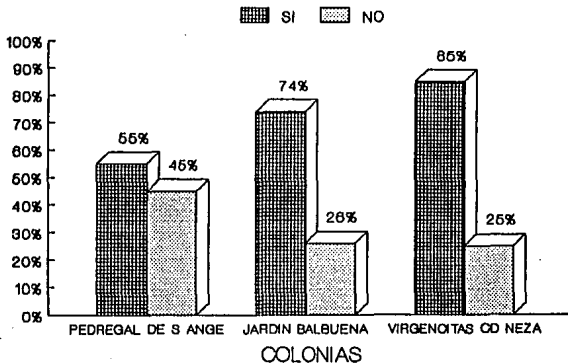
En este sentido, podemos decir que en las colonias Jardín Balbuena y Tamaulipas sección Virgencitas, la mayoría de sus pobladores encienden sus aparatos receptores más tiempo durante la mañana que en la tarde y noche, debido al tipo de actividades que desempeñan.

En cambio, en Jardines del Pedregal de San Ángel dedican una mayor tiempo a la Radio durante la noche, ya que en el transcurso de la mañana y de la tarde se encuentran ocupados con todo lo relacionado con sus profesiones.

CUADRO DE DATOS (EN PORCENTAJES)

COLONIAS	OPCIONES	
	SI	NO
PEDREGAL DE SAN ANGEL	55	45
JARDIN BALBUENA	74	26
VIRGENCITAS CD. NEZA	85	15

PREGUNTA 9: Infiuye de alguna manera en usted la Radio?



INTERPRETACIÓN

Como cualquier otro medio de comunicación la Radio ejerce gran influencia en todo aquel que la escucha. Aunque claro, como lo demuestra la gráfica esa influencia es más palpable en zonas como la Tamaulipas sección Virgencitas, en donde el nivel de estudios es más precario y las condiciones del medio muy pobres.

Ante esta situación, la posición contraria la encontramos en zonas como Jardines del Pedregal de San Ángel, donde cuentan con una preparación meramente profesional y los servicios públicos necesarios.

Por esta razón, vemos que gente de este tipo es más difícil de manipular, principalmente porque sólo ven en la Radio una forma de diversión.

A pesar de ello, consideramos que el efecto de infundir ideas, estados de ánimo y tomas de decisiones por parte de la Radio es un hecho que no se puede pasar por alto, ya que hasta una simple canción, reporte del tráfico o del tiempo, así como los programas y la información que se dan son factor decisivo para adoptar determinada actitud y para hacer de la Radio nuestra mejor COMPANÍA.

5.3 STEREO 97.7: ¿ÉXITO POR
UNA VOZ?



- ¡Que tal como estás! Soy Arturo Flores y te saludo desde la XERC Stereo 97.7 una estación integrante de ORC Organización Radio Centro que transmite desde el punto más alto de la ciudad para dominar todo el Valle de México.
- Guerreros de la Música y Chicas 97.7 a nombre de la Escudería de 97.7 te invitamos a viajar por el pentagrama que te cautivará con las siete notas musicales que inspiran a los Amos y Señores del Espectáculo en el máximo escenario del firmamento musical.
- Para nuestro festival de 5to. Aniversario tenemos invitaciones preferenciales para Ti, espera la señal y conéctate a Stereo 97.7, LA ESTACIÓN.
- La Fiesta 93, un show esperado hasta por los dioses del Olimpo, pero que sólo Tú podrás disfrutar en las celebraciones de nuestro 5to. Aniversario.
- Tú y los magnates del espectáculo en el mundo musical hispano en uno de los mejores escenarios del tercer planeta y el mejor punto de encuentro: Stereo 97.7, LA ESTACIÓN.

Por todo esto, Stereo 97.7 ha llegado a ser el cerebro creativo e innovador de la Radio en México, que tan sólo por una voz sitúa en la línea divisoria de lo existencial y lo sublime a los Guerreros de la Música y a las Chicas 97.7, quienes se sienten complacidos con el postre musical a cargo de... los grandes del Espectáculo presentados por: **ARTURO FLORES.**

5.4 ESTEREO JOYA:
¿UNA VERDADERA JOYA PARA
EL ESCUCHA?



- * ¡Hola! Amigos de Estereo Joya, Alfonso Ameixeira te saluda desde tu frecuencia amiga XEJP Estereo Joya que transmite a una altura de 540 metros sobre el nivel de la Ciudad de México, con la más alta tecnología del Sistema Digital. Somos ORC Organización Radio Centro.
- * Estereo Joya pensando en ti, te invita a escuchar tres joyas ligadas de su programación.
- * Sigue pendiente de tu Frecuencia Amiga: Estereo Joya, una joya en FM que te acompaña a todos lados con más música continua.

Con una potencia de 100.000 watts, ESTEREO JOYA otra estación de Organización Radio Centro transmite un Arcón de Bella Música y Dulces Voces a través de la más sofisticada tecnología del Sonido Digital.

Razón por la cual, Estereo Joya se ha convertido en una verdadera JOYA EN SU RADIO porque ofrece por medio de la voz del señor ALFONSO AMEIXEIRA lo mejor de la música y los mejores tesoros musicales, desde luego al estilo Estereo Joya, el dulce sonido.

5.5 AMOR 106: ¿LA VOZ DE UN
MUNDO?

AMOR

- * El Amor puede estar en muchas partes, no lo busques más
el Amor está en AMOR 106.

Yo sé que tú eres de otro,
pero la sed se sacia
solamente en el fondo
de la copa vacía.

Y como la paciencia
puede más que la audacia,
tú tendrás que ser mía.

Por eso en lo profundo
de mis sueños despiertos
yo seguiré esperando,
porque sé que algún día
buscarás el refugio
de mis brazos abiertos
y tendrás que ser mía.

- * Amor 106, el corazón de la FM que siempre encontrarás
en el 106.5 de tu Radio.

Pequeño amor,
tan leve y tan pequeño
que cabría en la mano
como un nido.

Amor que es más amor
 porque se ha ido
 como es más sueño
 al despertar un sueño.

- * Una antes de que termine el cuadrante: Amor 106 Una estación con corazón, que ha revelado al mundo el nombre de la voz del Amor que se encontraba oculto en lo más recóndito del Cosmos del Arte Dramático: Emilio Guerrero.

Desde este mismo instante
 seremos dos extraños,
 por estos pocos días
 quien sabe cuantos años.

Yo seré en tu recuerdo
 como un libro prohibido
 uno de esos que nadie
 confiesa haber leído.

Y así mañana
 al vernos en la calle
 al acaso,
 tú bajarás los ojos
 y apretarás el paso
 y yo discretamente
 me cambiaré de acera
 o encenderé un cigarro
 como si no te viera.

Es así como hemos presentado: **LA VOZ DEL LOCUTOR COMO REFORZADORA DE LA IMAGEN DE LAS ESTACIONES DE RADIO EN MEXICO**, donde las voces de Arturo Flores, Emilio Guerrero y Alfonso Ameixeira son prueba auténtica de que un locutor con su voz, estilo, carisma y lenguaje logra no sólo dar imagen a las estaciones, sino también una personalidad que se puede percibir a través de su nombre y de su apariencia física, en el caso de eventos especiales en los cuales los maestros del micrófono conviven con el público de una manera directa.

Asimismo, cabe mencionar que el utilizar la voz de un sólo locutor a lo largo de todo el día en las programaciones

radiofónicas refuerza aún más la imagen y personalidad de esos señores del micrófono le crean a las diversas radiodifusoras.

Sobretudo, porque el radicescucha las identifica con una mayor rapidez y precisión cada vez que las sintoniza, por lo que exige que ese amigo fiel esté con él en todo momento, ya que como se vio a lo largo del capítulo el oyente busca en la Radio atenuar sus emociones a través de las románticas y alegres voces de sus locutores.

De esta manera concluimos que el mantener una sola voz en las programaciones, así como crear una imagen y personalidad a las estaciones por medio de las voces de sus locutores hacen que en Organización Radio Centro y Grupo ARTSA, las voces y los nombres de Arturo Flores, Alfonso Ameixeira y Emilio Guerrero sean sinónimo de Stereo 97.7, Estereo Joya y Amor 106 respectivamente.

Y aún más, en la Radiodifusión Mexicana, estos locutores al igual que todos aquellos responsables de un micrófono resultan ser un factor indispensable, porque son el rostro de toda radiofusora ante el auditorio.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ROJAS SORIANO, Raúl. Guía para realizar Investigaciones Sociales. p. 149

CONCLUSIONES

En sus inicios la Radio era vista en México como una novedad, así como en el resto del mundo y es tanta su popularidad que empieza a extenderse ampliamente, por lo que en tan sólo unos años existen ya numerosas estaciones a nivel mundial.

En México, los primeros que hacen uso de la Radio son los aficionados, quienes sólo experimentaban con ella. Sin embargo, llegó el momento en que un grupo de empresarios vio la posibilidad de fines mercantilistas a través de la transmisión de música, concursos, mensajes políticos y propagandas.

Es así, que se encontró el vehículo eficaz para informar, orientar, divertir y hasta cierto punto manipular al hacer uso de las propias características de la Radio y de las personas que están al frente de los micrófonos.

De esta manera, se dio un fuerte apoyo económico a este sector y la década de los treinta y principios de los cuarenta fue la época más esplendorosa "la llamada época de Oro de la Radio", en donde las programaciones eran en vivo, los cantantes, músicos, actores y locutores hacían una transmisión en directo desde las instalaciones de las mismas radiodifusoras y a donde acudía la gente para ver el programa que escuchaba por Radio.

A principio de los cincuenta la Radio está en pleno apogeo, cuando surge la Televisión a nivel comercial y como otro medio de comunicación. Esta empieza a llamar la atención, dado que era algo innovador tanto para empresarios como para el auditorio y gente que deseaba ampliar su campo de trabajo.

Por ello, cabe mencionar que cuando la televisión inicia sus actividades, importantes locutores como: Paco Malgesto, Rubén Zepeda y el tan conocido Jacobo Zabłudowsky entre otros, lo mismo que artistas se lanzan a conquistar ese medio. Es así como la Radio pierde una parte importante que lo caracterizó por mucho tiempo.

Sin embargo, el locutor ha sido desde siempre el alma de las estaciones. Es quien se encarga de presentar a los artistas, los entrevistas, organiza concursos y en ocasiones desempeña tareas de vendedor, publicista o anunciador. Ha sido creador de frases que identifican los productos que anuncian, por lo que se le ha considerado un elemento fundamental en la radiofonía mexicana.

La Radio es uno de los medios de Comunicación que por su calidez atrae a gente y capta su atención, ya que los concesionarios la han convertido en una eficaz vendedora de productos, que no sólo le dan confiabilidad sino permanencia.

Asimismo, con la llegada de la FM (Frecuencia Modulada) se olvidan los programas en vivo y se optó por la reproducción y promoción de grabaciones con música de moda, sobretodo porque aquellos programas transmitidos en vivo no eran muy fructíferos dentro del marco de competencia de las emisoras para obtener un mayor auditorio.

En un principio se creyó que la difusión de música y anuncios grabados era un periodo de recesión en la Radiodifusión, pero ello no fue así, ya que las actividades del locutor al dar el nombre de la canción, la hora, enviar saludos o leer tan sólo notas no han logrado hacer de él un elemento más en la producción radiofónica, sino que desde siempre ha sido un sello característico en las estaciones.

Además, se puede apreciar la influencia y el impacto que provoca el locutor radiofónico al valerse únicamente de su voz para transmitir al oyente emociones, ideas, actitudes y estados de ánimo.

A través de su voz, lenguaje, estilo y carisma; ese comunicador se crea una personalidad en cuanto a sexo, nacionalidad, edad y experiencia, así como en aspectos de ternura, aspereza, rudeza, bondad, dulzura, amor, etc., logrando así que el oyente se forme una imagen de él y una opinión ya sea negativa o positiva.

Por todas estas características ese personaje es el sello y la identificación de las emisoras. Es quien da una personalidad y un estilo diferente a cada una de ellas.

Cabe aclarar, que las cualidades en cuanto a tono y estilo de hablar que poseen los locutores, responden a las exigencias de los grupos radiofónicos en que prestan sus servicios.

De esta manera, el locutor al estar frente al micrófono, además de cumplir con requisitos como voz, estilo; lenguaje y experiencia que imprimen un toque característico a las

estaciones, es responsable de darle prestigio y credibilidad a lo que dice, ya que así, impacta e influye al radioescucha. Por ello, se concluye que lo importante no es lo que dice sino la forma como lo dice.

Por último, añadimos que la influencia de un locutor, comunicador, informador o como se le desee llamar depende del medio, el escenario que utilice y las características con que cuente éste, ya que mientras más personal sea ese medio mayor será el poder que surta para transformar las opiniones.

Es así, que la eficacia de la Radio sienta su base en un mayor "personalismo", pues cuando habla se dirige "a nosotros" y se aproxima de manera tal que logra entablar una conversación personal. Sobretudo, porque lo que escuchamos a diario en la Radio se relaciona con las experiencias que forman parte de nuestra vida, por lo que aceptamos las ideas de aquellos con quienes nos identificamos: los locutores que con su voz no sólo refuerzan la imagen de las estaciones de Radio en México, sino también la de ellos y la de uno mismo.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

1. CORNUT, Guy.
La Voz
México, Ed. Fondo de Cultura Económica. 1985, 156 pp.
2. CURIEL, Fernando
La Escritura Radiofónica. Manual para Guionistas.
México, UNAM. 1984, 166 pp.
3. HERNÁNDEZ ROJAS, Martha Lidya.
La capacitación profesional del locutor en México. (Programa de Formación).
México, TESIS ENEP "ACATLAN" UNAM. 1987, 101 pp.
4. JUÁREZ GÓNEZ, Martha Elena
ROJO CAZAREZ, María Guadalupe.
Cambia el disco rayado: Los locutores en la radiodifusión mexicana: un análisis de los diálogos locutor - radiocescucha.
México, TESIS ENEP "ARAGON" UNAM. 1990, 205 pp.
5. MEJÍA PRIETO, Jorge.
Historia de la Radio y la Televisión en México.
México, Ed. Octavio Colmanares. 1972, 323 pp.
6. ROJAS SORIANO, Raúl.
Guía para realizar investigaciones sociales.
México, UNAM. 1982, 274 pp.
7. ROMO GIL, Ma. Cristina
Introducción al conocimiento y práctica de la Radio.
México, Ed. Diana Técnico. 1989, 120 pp.
8. TORRES V., Marco Polo
Locución Radiofónica.
Ecuador, Quito., Ed. BELEN. 1985, 165 pp.
9. VILAR, Josefina
VILLEGAS, Teodoro
El Sonido de la Radio.
México, Ed. Plaza y Valdes, Coedición Unidad Xochimilco INER.
1988, 214 pp.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

1. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa
Radio e Ideología.
México, Ed. El Caballito. 1982, 132 pp.
2. CABALLERO, Cristián
Como educar la voz cantada y hablada.
México, Ed. EDAMEX. 1991, 256 pp.
3. COMBONI, Sonia
JUÁREZ, José Manuel
Introducción a las técnicas de investigación.
México, Ed. Terra Nova, coedición UAM Xochimilco. 1984, 112 pp.
4. KAPLÚN, Mario
Producción de programas de radio. El guión - la realización.
México, Ed. CIESPAL. 1976, 460 pp.
5. ROJAS SORIANO, Raúl
Guía para realizar investigaciones sociales.
México, UNAM. 1982, 274 pp.

HEMEROGRAFÍA

1. "TELE - TIJERAS"
(Revista Radiolandia, Magazine Continental)
Núm. 424, 7 de marzo, 1953, p. 4.
2. SOSA PLATA, Gabriel
"40 años de la Frecuencia Modulada en México".
(Revista Antena de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio
y la Televisión (CIRT)).
Núm. 163, mayo-junio, 1992, pp. 15 y 18.
3. "Hacia el siglo XXI"
(Boletín SINTONÍA de Organización Radio Control)
Núm. 10, febrero, 1993, pp. 1 y 9.
4. "Reglamentos y Normas Especiales"
(Revista La Radio en México de la CIRT)
Núm. 134, junio, 1992, p. 27.
5. HUESCA PERROTIN, Edilberto
"Búsqueda constante de nuevos clientes y satisfacción de los
actuales: La clave del éxito de la FM"
(Revista Antena de la CIRT)
Núm. 78, mayo-junio, 1979, p. 12.
6. HERNÁNDEZ LUMBRERAS, Ignacio
"La personalidad del locutor"
(Revista Radiolandia, Magazine Continental)
Núm. 430, 2 de mayo, 1953, p. 3.
7. GARZA TREVIÑO, Ramiro
"XEW... las campanas de aquella catedral"
(Revista Antena de la CIRT)
Núm. 152, mayo-junio, 1989, p. 16.
8. GARZA TREVIÑO, Ramiro
"La programación radiofónica hacia el año 2000"
(Revista Antena de la CIRT)
Núm. 164, julio-agosto, 1992, p. 17.

9. **"Homenaje a un impulsor de la radiodifusión: Francisco Aguirre Jiménez"**
(Revista Antena de la CIRT)
enero-febrero, 1979, pp. 49 y 50.

10. **CUEVAS, Juan**
"Crónicas de ayer"
(Revista Radiolandia, Magazine Continental)
Núm. 438, 18 de julio, 1957, p. 3.

11. **RIVERA CARRERA, Antonio**
"FN: Calidad y exclusividad al servicio de la comunicación"
(Revista Antena de la CIRT)
Núm. 77, marzo-abril, 1979, p. 14.

12. **ARENAS, José Luis**
"El locutor puede vivir plenamente de su profesión si sabe aprovecharla"
(Revista Antena de la Cirt)
Núm. 77, marzo-abril, 1979, p. 16.

ENTREVISTAS

1. **ÁLVAREZ, Jesús.** Locutor de Radio Alegría. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 16 de junio de 1992. México, D.F.
2. **ÁLVAREZ, Jesús.** Locutor de Radio Alegría. Entrevista Realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 21 de enero de 1993. México D.F.
3. **ANEIXEIRA, Alfonso.** Locutor de Estereo Joya. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 16 de junio de 1992. México, D.F.
4. **ANEIXEIRA, Alfonso.** Locutor de Estereo Joya. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 25 de marzo de 1993. México, D.F.
5. **ANEIXEIRA, Alfonso.** Locutor de Estereo Joya. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 20 de mayo de 1993. México, D.F.
6. **BARRUECO, Gerardo.** Director General del Depto. de Producción. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 22 de enero de 1993. México, D.F.
7. **BRAVO, Julio.** Productor de Grupo INER. Entrevista realizada en el Instituto Mexicano de la Radio el 14 de agosto de 1992. México, D.F.
8. **CABRERA, José Antonio.** Locutor de Radio Centro. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 16 de junio de 1993. México, D.F.
9. **CINTA, Rafael.** Locutor de Radio Red. Entrevista realizada en las instalaciones de Radio Programas de México el 15 de agosto de 1992. México, D.F.
10. **ESQUINCA, Lidia.** Programadora de XHDFM-FM, AMOR 106. Entrevista realizada en las instalaciones de ARTSA Radio el 9 de marzo de 1993. México, D.F.

11. FLORES, Arturo. Locutor y Director Artístico de Stereo 97.7. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 6 de abril de 1993. México, D.F.
12. GONZÁLEZ DE LA O, Enrique. Locutor de El Fonógrafo. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 14 de junio de 1993. México, D.F.
13. GUERRERO, Emilio. Locutor de AMOR 106. Entrevista realizada en las instalaciones de ARTSA Radio el 11 de junio de 1993. México, D.F.
14. LAMA, Héctor. Locutor de Azul 89 y Director Artístico de Grupo ARTSA. Entrevista realizada en las instalaciones de ARTSA Radio el 30 de marzo de 1993. México, D.F.
15. LUNA IBARRA, Salvador. Locutor de El Fonógrafo. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 15 de junio de 1993. México, D.F.
16. SÁNCHEZ GÓNEZ, Fernando. Operador de Estereo Joya. Entrevista realizada en las instalaciones de Organización Radio Centro el 12 de enero de 1993. México, D.F.
17. SERRANO, Antonio. Técnico de Radio. Entrevista realizada en las instalaciones del taller de Radio de la ENEP "Aragón" el 18 de agosto de 1992. Edo. de México.

ANEXO

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO FECHA: 83-83-93
 REPORTE RATING MENSUAL CORRESPONDIENTE A: ENERO DE 1993
 DIRECCION DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION RADIOFONICA
 SUBDIRECCION DE INVESTIGACION
 RUBRO: GLOBAL

ESTACION	RATING	Mo. DE PERSONAS
	1.76	224,394
	1.04	134,139
	0.79	98,748
	0.70	88,742
	0.71	89,881
	0.67	84,811
	0.62	78,811
	0.56	70,811
	0.49	62,811
	0.48	60,745
	0.47	59,459
	0.39	49,271
	0.35	44,256
	0.31	39,244
	0.30	37,978
	0.28	35,698
	0.24	29,258
	0.22	27,258
	0.21	26,258
	0.20	24,258
	0.19	23,258
	0.17	21,258
	0.13	16,258
	0.12	15,258
	0.11	14,258
	0.09	11,393
	0.07	10,127
	0.05	6,862
	0.04	6,330
	0.03	5,864
	0.02	5,798
		5,332
	0.01	1,266
	0.00	
		MEJOS DE 1,256

ANEXO I.
 POSICIÓN GENERAL DE
 RADIODIFUSORAS EN LA
 CIUDAD DE MEXICO.

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO FECHA: 23-03-93
 REPORTE RATING MENSUAL CORRESPONDIENTE A: FEBRERO DE 1993
 DIRECCION DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION RADIODIFUSION
 SUBDIRECCION DE INVESTIGACION
 NUMERO: GLOBAL

ESTACION	RATING	No. DE PERSONAS
XETC FM	0.99	11,127
XEQB FM	0.94	9,164
XEQC FM	0.92	8,856
XEQD FM	0.91	8,719
XEQE FM	0.89	8,502
XEQF FM	0.89	8,473
XEQG FM	0.88	8,381
XEQH FM	0.87	8,284
XEQI FM	0.86	8,163
XEQJ FM	0.86	8,145
XEQK FM	0.85	8,059
XEQL FM	0.85	8,005
XEQM FM	0.84	7,893
XEQN FM	0.83	7,782
XEQO FM	0.83	7,753
XEQP FM	0.82	7,625
XEQQ FM	0.82	7,583
XEQR FM	0.81	7,491
XEQS FM	0.81	7,437
XEQT FM	0.80	7,345
XEQU FM	0.80	7,291
XEQV FM	0.80	7,237
XEQW FM	0.80	7,183
XEQX FM	0.80	7,129
XEQY FM	0.80	7,075
XEQZ FM	0.80	7,021
XEQAA FM	0.80	6,967
XEQAB FM	0.80	6,913
XEQAC FM	0.80	6,859
XEQAD FM	0.80	6,805
XEQAE FM	0.80	6,751
XEQAF FM	0.80	6,697
XEQAG FM	0.80	6,643
XEQAH FM	0.80	6,589
XEQAI FM	0.80	6,535
XEQAJ FM	0.80	6,481
XEQAK FM	0.80	6,427
XEQAL FM	0.80	6,373
XEQAM FM	0.80	6,319
XEQAN FM	0.80	6,265
XEQAO FM	0.80	6,211
XEQAP FM	0.80	6,157
XEQAQ FM	0.80	6,103
XEQAR FM	0.80	6,049
XEQAS FM	0.80	5,995
XEQAT FM	0.80	5,941
XEQAU FM	0.80	5,887
XEQAV FM	0.80	5,833
XEQAW FM	0.80	5,779
XEQAX FM	0.80	5,725
XEQAY FM	0.80	5,671
XEQAZ FM	0.80	5,617
XEQBA FM	0.80	5,563
XEQBB FM	0.80	5,509
XEQBC FM	0.80	5,455
XEQBD FM	0.80	5,401
XEQBE FM	0.80	5,347
XEQBF FM	0.80	5,293
XEQBG FM	0.80	5,239
XEQBH FM	0.80	5,185
XEQBI FM	0.80	5,131
XEQBJ FM	0.80	5,077
XEQBK FM	0.80	5,023
XEQBL FM	0.80	4,969
XEQBM FM	0.80	4,915
XEQBN FM	0.80	4,861
XEQBO FM	0.80	4,807
XEQBP FM	0.80	4,753
XEQBQ FM	0.80	4,699
XEQBR FM	0.80	4,645
XEQBS FM	0.80	4,591
XEQBT FM	0.80	4,537
XEQBU FM	0.80	4,483
XEQBV FM	0.80	4,429
XEQBW FM	0.80	4,375
XEQBX FM	0.80	4,321
XEQBY FM	0.80	4,267
XEQBZ FM	0.80	4,213
XEQCA FM	0.80	4,159
XEQCB FM	0.80	4,105
XEQCC FM	0.80	4,051
XEQCD FM	0.80	3,997
XEQCE FM	0.80	3,943
XEQCF FM	0.80	3,889
XEQCG FM	0.80	3,835
XEQCH FM	0.80	3,781
XEQCI FM	0.80	3,727
XEQCJ FM	0.80	3,673
XEQCK FM	0.80	3,619
XEQCL FM	0.80	3,565
XEQCM FM	0.80	3,511
XEQCN FM	0.80	3,457
XEQCO FM	0.80	3,403
XEQCP FM	0.80	3,349
XEQCQ FM	0.80	3,295
XEQCR FM	0.80	3,241
XEQCS FM	0.80	3,187
XEQCT FM	0.80	3,133
XEQCU FM	0.80	3,079
XEQCV FM	0.80	3,025
XEQCW FM	0.80	2,971
XEQCX FM	0.80	2,917
XEQCY FM	0.80	2,863
XEQCZ FM	0.80	2,809
XEQDA FM	0.80	2,755
XEQDB FM	0.80	2,701
XEQDC FM	0.80	2,647
XEQDD FM	0.80	2,593
XEQDE FM	0.80	2,539
XEQDF FM	0.80	2,485
XEQDG FM	0.80	2,431
XEQDH FM	0.80	2,377
XEQDI FM	0.80	2,323
XEQDJ FM	0.80	2,269
XEQDK FM	0.80	2,215
XEQDL FM	0.80	2,161
XEQDM FM	0.80	2,107
XEQDN FM	0.80	2,053
XEQDO FM	0.80	1,999
XEQDP FM	0.80	1,945
XEQDQ FM	0.80	1,891
XEQDR FM	0.80	1,837
XEQDS FM	0.80	1,783
XEQDT FM	0.80	1,729
XEQDU FM	0.80	1,675
XEQDV FM	0.80	1,621
XEQDW FM	0.80	1,567
XEQDX FM	0.80	1,513
XEQDY FM	0.80	1,459
XEQDZ FM	0.80	1,405
XEQEA FM	0.80	1,351
XEQEB FM	0.80	1,297
XEQEC FM	0.80	1,243
XEQED FM	0.80	1,189
XEQEE FM	0.80	1,135
XEQEF FM	0.80	1,081
XEQEG FM	0.80	1,027
XEQEH FM	0.80	973
XEQEI FM	0.80	919
XEQEJ FM	0.80	865
XEQEK FM	0.80	811
XEQEL FM	0.80	757
XEQEM FM	0.80	703
XEQEN FM	0.80	649
XEQEO FM	0.80	595
XEQEP FM	0.80	541
XEQEQ FM	0.80	487
XEQER FM	0.80	433
XEQES FM	0.80	379
XEQET FM	0.80	325
XEQEU FM	0.80	271
XEQEV FM	0.80	217
XEQEW FM	0.80	163
XEQEX FM	0.80	109
XEQEY FM	0.80	55
XEQEZ FM	0.80	1

MENOS DE 1,266

POSICION GENERAL DE RADIODIFUSORAS EN LA CIUDAD DE MEXICO.

POSICION	ESTACION	ENERO 93	POSICION	ESTACION	FEBRERO 93
1	XERC FM	1.76	1	XERC FM	1.9
2	XEOP AM	1.86	2	XEOP FM	1.74
3	XEOP FM	0.89	3	XEOP FM	0.89
4	XEOP FM	0.89	4	XEOP FM	0.89
5	XEOP FM	0.71	5	XEOP FM	0.71
6	XEOP FM	0.47	6	XEOP FM	0.47
7	XEOP AM	0.53	7	XEOP AM	0.53
8	XEOP AM	0.49	8	XEOP AM	0.49
9	XEOP AM	0.48	9	XEOP AM	0.48
10	XEOP FM	0.48	10	XEOP FM	0.48
11	XEOP FM	0.47	11	XEOP FM	0.47
12	XEOP FM	0.39	12	XEOP FM	0.39
13	XEOP FM	0.35	13	XEOP FM	0.35
14	XEOP AM	0.31	14	XEOP AM	0.31
15	XEOP AM	0.3	15	XEOP AM	0.3
16	XEOP AM	0.3	16	XEOP AM	0.3
17	XEOP AM	0.25	17	XEOP AM	0.25
18	XEOP AM	0.24	18	XEOP AM	0.24
19	XEOP AM	0.24	19	XEOP AM	0.24
20	XEOP AM	0.21	20	XEOP AM	0.21
21	XEOP AM	0.2	21	XEOP AM	0.2
22	XEOP FM	0.19	22	XEOP FM	0.19
23	XEOP FM	0.17	23	XEOP FM	0.17
24	XEOP AM	0.13	24	XEOP AM	0.13
25	XEOP AM	0.12	25	XEOP AM	0.12
26	XEOP FM	0.12	26	XEOP FM	0.12
27	XEOP FM	0.11	27	XEOP FM	0.11
28	XEOP FM	0.11	28	XEOP FM	0.11
29	XEOP FM	0.09	29	XEOP FM	0.09
30	XEOP AM	0.09	30	XEOP AM	0.09
31	XEOP AM	0.09	31	XEOP AM	0.09
32	XEOP FM	0.08	32	XEOP FM	0.08
33	XEOP AM	0.08	33	XEOP AM	0.08
34	XEOP AM	0.08	34	XEOP AM	0.08
35	XEOP AM	0.08	35	XEOP AM	0.08
36	XEOP AM	0.07	36	XEOP AM	0.07
37	XEOP FM	0.07	37	XEOP FM	0.07
38	XEOP FM	0.07	38	XEOP FM	0.07
39	XEOP AM	0.07	39	XEOP AM	0.07
40	XEOP FM	0.05	40	XEOP FM	0.05
41	XEOP FM	0.05	41	XEOP FM	0.05
42	XEOP AM	0.04	42	XEOP AM	0.04
43	XEOP AM	0.04	43	XEOP AM	0.04
44	XEOP AM	0.04	44	XEOP AM	0.04
45	XEOP AM	0.03	45	XEOP AM	0.03
46	XEOP FM	0.02	46	XEOP FM	0.02
47	XEOP AM	0.02	47	XEOP AM	0.02
48	XEOP AM	0.01	48	XEOP AM	0.01
49	XEOP FM	0.01	49	XEOP FM	0.01
50	XEOP AM	0.01	50	XEOP AM	0.01
51	XEOP AM	0.01	51	XEOP AM	0.01
52	XEOP AM	0.01	52	XEOP AM	0.01
53	XEOP AM	0.01	53	XEOP AM	0.01
54	XEOP FM	0	54	XEOP FM	0.01
55	XEOP AM	0	55	XEOP AM	0
56	XEOP AM	0	56	XEOP AM	0
57	XEOP AM	0	57	XEOP AM	0
58	XEOP AM	0	58	XEOP FM	0

ENCENDIDO TOTAL 16.02 P.R.
2.020,020 PERSONAS

ENCENDIDO TOTAL 15.91
2.014,095 PERSONAS

VALOR PUNTO MATING: 126.593

POSICION GENERAL DE RADIODIFUSORAS EN LA CIUDAD DE MEXICO.

POSICION	ESTACION	FEBRERO 93	POSICION	ESTACION	MARZO 93
1	XEC	1	1	XEC	1
2	XED	2	2	XED	2
3	XEF	3	3	XEF	3
4	XEG	4	4	XEG	4
5	XEH	5	5	XEH	5
6	XEI	6	6	XEI	6
7	XEJ	7	7	XEJ	7
8	XEK	8	8	XEK	8
9	XEL	9	9	XEL	9
10	XEM	10	10	XEM	10
11	XEN	11	11	XEN	11
12	XEO	12	12	XEO	12
13	XEP	13	13	XEP	13
14	XEQ	14	14	XEQ	14
15	XER	15	15	XER	15
16	XES	16	16	XES	16
17	XET	17	17	XET	17
18	XEU	18	18	XEU	18
19	XEV	19	19	XEV	19
20	XEW	20	20	XEW	20
21	XEX	21	21	XEX	21
22	XEY	22	22	XEY	22
23	XEZ	23	23	XEZ	23
24	XEA	24	24	XEA	24
25	XEB	25	25	XEB	25
26	XEC	26	26	XEC	26
27	XED	27	27	XED	27
28	XEF	28	28	XEF	28
29	XEG	29	29	XEG	29
30	XEH	30	30	XEH	30
31	XEI	31	31	XEI	31
32	XEJ	32	32	XEJ	32
33	XEK	33	33	XEK	33
34	XEL	34	34	XEL	34
35	XEM	35	35	XEM	35
36	XEN	36	36	XEN	36
37	XEO	37	37	XEO	37
38	XEP	38	38	XEP	38
39	XEQ	39	39	XEQ	39
40	XER	40	40	XER	40
41	XES	41	41	XES	41
42	XET	42	42	XET	42
43	XEU	43	43	XEU	43
44	XEV	44	44	XEV	44
45	XEW	45	45	XEW	45
46	XEX	46	46	XEX	46
47	XEY	47	47	XEY	47
48	XEZ	48	48	XEZ	48
49	XEA	49	49	XEA	49
50	XEB	50	50	XEB	50
51	XEC	51	51	XEC	51
52	XED	52	52	XED	52
53	XEF	53	53	XEF	53
54	XEG	54	54	XEG	54
55	XEH	55	55	XEH	55
56	XEI	56	56	XEI	56
57	XEJ	57	57	XEJ	57
58	XEK	58	58	XEK	58
59	XEL	59	59	XEL	59
60	XEM	60	60	XEM	60
61	XEN	61	61	XEN	61
62	XEO	62	62	XEO	62
63	XEP	63	63	XEP	63
64	XEQ	64	64	XEQ	64
65	XER	65	65	XER	65
66	XES	66	66	XES	66
67	XET	67	67	XET	67
68	XEU	68	68	XEU	68
69	XEV	69	69	XEV	69
70	XEW	70	70	XEW	70
71	XEX	71	71	XEX	71
72	XEY	72	72	XEY	72
73	XEZ	73	73	XEZ	73
74	XEA	74	74	XEA	74
75	XEB	75	75	XEB	75
76	XEC	76	76	XEC	76
77	XED	77	77	XED	77
78	XEF	78	78	XEF	78
79	XEG	79	79	XEG	79
80	XEH	80	80	XEH	80
81	XEI	81	81	XEI	81
82	XEJ	82	82	XEJ	82
83	XEK	83	83	XEK	83
84	XEL	84	84	XEL	84
85	XEM	85	85	XEM	85
86	XEN	86	86	XEN	86
87	XEO	87	87	XEO	87
88	XEP	88	88	XEP	88
89	XEQ	89	89	XEQ	89
90	XER	90	90	XER	90
91	XES	91	91	XES	91
92	XET	92	92	XET	92
93	XEU	93	93	XEU	93
94	XEV	94	94	XEV	94
95	XEW	95	95	XEW	95
96	XEX	96	96	XEX	96
97	XEY	97	97	XEY	97
98	XEZ	98	98	XEZ	98
99	XEA	99	99	XEA	99
100	XEB	100	100	XEB	100

ENCENDIDO TOTAL 15.91
2,014,095 PERSONAS

ENCENDIDO TOTAL 14.64
1,859,651 PERSONAS

VALOR PUNTO RATING: 126,593

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO FECHA: 25-05-93
 REPORTE RATING MENSUAL CORRESPONDIENTE A: ABRIL DE 1993
 DIRECCION DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION RADIOFONICA
 SUBDIRECCION DE INVESTIGACION
 RUBRO: GLOBAL

ESTACION	RATING	No. DE PERSONAS
1 XEBC FM	1.77	224,070
2 XEBC FM	0.77	57,417
3 XEBC AM	0.73	52,413
4 XEBC FM	0.66	63,551
5 XEBC FM	0.55	69,626
6 XEBC FM	0.51	64,367
7 XEBC AM	0.45	54,324
8 XEBC AM	0.44	35,704
9 XEBC FM	0.43	34,435
10 XEBC FM	0.40	30,637
11 XEBC FM	0.39	49,371
12 XEBC FM	0.38	48,165
13 XEBC AM	0.26	32,914
14 XEBC FM	0.24	30,382
15 XEBC AM	0.23	37,116
16 XEBC AM	0.22	37,116
17 XEBC AM	0.21	26,335
18 XEBC AM	0.19	24,053
19 XEBC AM	0.18	22,787
20 XEBC AM	0.15	18,989
21 XEBC AM	0.13	15,151
22 XEBC AM	0.12	15,151
23 XEBC AM	0.11	13,625
24 XEBC AM	0.10	12,609
25 XEBC AM	0.09	11,723
26 XEBC AM	0.08	10,737
27 XEBC AM	0.07	8,862
28 XEBC AM	0.06	7,394
29 XEBC AM	0.04	5,064
30 XEBC AM		
31 XEBC AM		
32 XEBC AM		
33 XEBC AM		
34 XEBC AM		
35 XEBC AM		
36 XEBC AM		
37 XEBC AM		
38 XEBC AM		
39 XEBC AM		
40 XEBC AM		
41 XEBC AM		
42 XEBC AM		
43 XEBC AM		
44 XEBC AM		
45 XEBC AM		
46 XEBC AM		
47 XEBC AM		
48 XEBC AM		
49 XEBC AM		
50 XEBC AM		
51 XEBC AM		
52 XEBC AM		
53 XEBC AM		
XEBC AM	0.83	2,798
XEBC AM	0.82	2,732
XEBC AM	0.81	1,266
XEBC AM	0.80	MEMOS DE 1,266

POSICION GENERAL DE RADIODIFUSORAS EN LA CIUDAD DE MEXICO.
 RATING COMPARATIVO MAYO - JUNIO 1993

POSICION	ESTACION	MAYO 93	POSICION	ESTACION	JUNIO 93
1	XEPC	1.71	1	XEPC	1.54
2	XEPC	0.95	2	XEPC	0.86
3	XEPC	0.91	3	XEPC	0.86
4	XEPC	0.87	4	XEPC	0.72
5	XEPC	0.78	5	XEPC	0.65
6	XEPC	0.74	6	XEPC	0.65
7	XEPC	0.74	7	XEPC	0.65
8	XEPC	0.74	8	XEPC	0.65
9	XEPC	0.74	9	XEPC	0.65
10	XEPC	0.74	10	XEPC	0.65
11	XEPC	0.74	11	XEPC	0.65
12	XEPC	0.74	12	XEPC	0.65
13	XEPC	0.74	13	XEPC	0.65
14	XEPC	0.74	14	XEPC	0.65
15	XEPC	0.74	15	XEPC	0.65
16	XEPC	0.74	16	XEPC	0.65
17	XEPC	0.74	17	XEPC	0.65
18	XEPC	0.74	18	XEPC	0.65
19	XEPC	0.74	19	XEPC	0.65
20	XEPC	0.74	20	XEPC	0.65
21	XEPC	0.74	21	XEPC	0.65
22	XEPC	0.74	22	XEPC	0.65
23	XEPC	0.74	23	XEPC	0.65
24	XEPC	0.74	24	XEPC	0.65
25	XEPC	0.74	25	XEPC	0.65
26	XEPC	0.74	26	XEPC	0.65
27	XEPC	0.74	27	XEPC	0.65
28	XEPC	0.74	28	XEPC	0.65
29	XEPC	0.74	29	XEPC	0.65
30	XEPC	0.74	30	XEPC	0.65
31	XEPC	0.74	31	XEPC	0.65
32	XEPC	0.74	32	XEPC	0.65
33	XEPC	0.74	33	XEPC	0.65
34	XEPC	0.74	34	XEPC	0.65
35	XEPC	0.74	35	XEPC	0.65
36	XEPC	0.74	36	XEPC	0.65
37	XEPC	0.74	37	XEPC	0.65
38	XEPC	0.74	38	XEPC	0.65
39	XEPC	0.74	39	XEPC	0.65
40	XEPC	0.74	40	XEPC	0.65
41	XEPC	0.74	41	XEPC	0.65
42	XEPC	0.74	42	XEPC	0.65
43	XEPC	0.74	43	XEPC	0.65
44	XEPC	0.74	44	XEPC	0.65
45	XEPC	0.74	45	XEPC	0.65
46	XEPC	0.74	46	XEPC	0.65
47	XEPC	0.74	47	XEPC	0.65
48	XEPC	0.74	48	XEPC	0.65
49	XEPC	0.74	49	XEPC	0.65
50	XEPC	0.74	50	XEPC	0.65
51	XEPC	0.74	51	XEPC	0.65
52	XEPC	0.74	52	XEPC	0.65
53	XEPC	0.74	53	XEPC	0.65
54	XEPC	0.74	54	XEPC	0.65
55	XEPC	0.74	55	XEPC	0.65
56	XEPC	0.74	56	XEPC	0.65
57	XEPC	0.74	57	XEPC	0.65
58	XEPC	0.74	58	XEPC	0.65
59	XEPC	0.74	59	XEPC	0.65
60	XEPC	0.74	60	XEPC	0.65
61	XEPC	0.74	61	XEPC	0.65
62	XEPC	0.74	62	XEPC	0.65
63	XEPC	0.74	63	XEPC	0.65
64	XEPC	0.74	64	XEPC	0.65
65	XEPC	0.74	65	XEPC	0.65
66	XEPC	0.74	66	XEPC	0.65
67	XEPC	0.74	67	XEPC	0.65
68	XEPC	0.74	68	XEPC	0.65
69	XEPC	0.74	69	XEPC	0.65
70	XEPC	0.74	70	XEPC	0.65
71	XEPC	0.74	71	XEPC	0.65
72	XEPC	0.74	72	XEPC	0.65
73	XEPC	0.74	73	XEPC	0.65
74	XEPC	0.74	74	XEPC	0.65
75	XEPC	0.74	75	XEPC	0.65
76	XEPC	0.74	76	XEPC	0.65
77	XEPC	0.74	77	XEPC	0.65
78	XEPC	0.74	78	XEPC	0.65
79	XEPC	0.74	79	XEPC	0.65
80	XEPC	0.74	80	XEPC	0.65
81	XEPC	0.74	81	XEPC	0.65
82	XEPC	0.74	82	XEPC	0.65
83	XEPC	0.74	83	XEPC	0.65
84	XEPC	0.74	84	XEPC	0.65
85	XEPC	0.74	85	XEPC	0.65
86	XEPC	0.74	86	XEPC	0.65
87	XEPC	0.74	87	XEPC	0.65
88	XEPC	0.74	88	XEPC	0.65
89	XEPC	0.74	89	XEPC	0.65
90	XEPC	0.74	90	XEPC	0.65
91	XEPC	0.74	91	XEPC	0.65
92	XEPC	0.74	92	XEPC	0.65
93	XEPC	0.74	93	XEPC	0.65
94	XEPC	0.74	94	XEPC	0.65
95	XEPC	0.74	95	XEPC	0.65
96	XEPC	0.74	96	XEPC	0.65
97	XEPC	0.74	97	XEPC	0.65
98	XEPC	0.74	98	XEPC	0.65
99	XEPC	0.74	99	XEPC	0.65
100	XEPC	0.74	100	XEPC	0.65

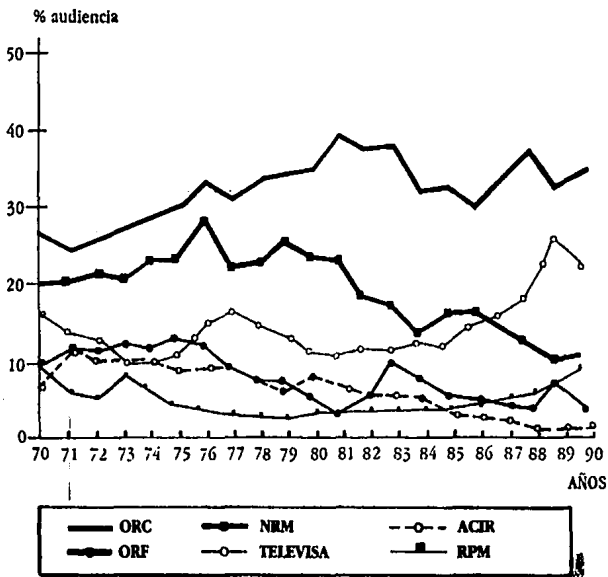
ENCENDIDO TOTAL 13.9
 1,759,643 PERSONAS

ENCENDIDO TOTAL 15.72
 1,998,042 PERSONAS

ANEXO II.

Veinte años de participación de audiencia.

Principales organizaciones de 1970-1990 en el D.F.



FUENTE: INRA. 1970-1990

EST.	IDENTIFICACION	FREC	% AUD.
	A.M.	KHZ	
XEQR	RADIO CENTRO	1030	3.2
XERC	EL FONOGRAFO	790	0.3
XEJP	RADIO VARIEDADES	1150	2.0
XECMQ	RADIO SENSACION	1320	1.3
XEEST	RADIO ALEGRIA	1440	1.9
XEFAJ	RADIO CONSENTIDA	1560	3.4
	F.M.	MEHZ	
XEQR	RADIO UNIVERSAL	107.3	4.2
XERC	STEREO 97.7	97.7	14.4
XEJP	RADIO JOYA	93.7	4.8
TOTAL	9 EMISORAS	9 EMISORAS	35.5

FUENTE: I.N.R.A.

ANEXO III.
 TABLA DE POSICIONES EN
 ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO.

ANEXO IV.
CARDULA DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO



ENEP "ARAGÓN"

EDAD: _____ SEXO: _____ OCUPACIÓN: _____

1. ¿QUE TIPO DE MÚSICA LE GUSTA ESCUCHAR Y PORQUÉ?

2. DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ¿QUE ESTACIÓN DE RADIO LE GUSTA ESCUCHAR?

- A. ESTEREO JOYA
- B. STEREO 97.7
- C. AMOR 106

3. CONSIDERA QUE LOS ACTUALES LOCUTORES SON:

- A. BUENOS
- B. MALOS

¿PORQUÉ? _____

4. ¿QUE TIPO DE LOCUTOR PREFIERE ESCUCHAR?

- A. ALEGRE
- B. ROMÁNTICO
- C. PARLANCHÍN
- D. AMABLE
- E. SERIO

¿PORQUÉ? _____

5. ¿TAN SÓLO POR LA VOZ DEL LOCUTOR LOGRA IDENTIFICAR LA ESTACIÓN QUE SINTONIZA?

A. SI B. NO

6. DE LAS OPCIONES SIGUIENTES ELIJA LA DEL TIPO DE LOCUTOR QUE MAS LE AGRADE ESCUCHAR?

A. ESTEREO JOYA
B. STEREO 97.7
C. AMOR 106

7. ¿LE ABURRE ESCUCHAR LA VOZ DE UN SÓLO LOCUTOR A LO LARGO DE TODO EL DÍA?

A. SI B. NO

¿PORQUÉ? _____

8. ¿EN QUE HORARIO ESCUCHA RADIO?

A. MAÑANA B. TARDE C. NOCHE

9. ¿INFLUYE DE ALGUNA MANERA EN USTED LA RADIO?

A. SI B. NO

¿PORQUÉ? _____
