

47  
2 ejem.



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

UNA PRODUCCION RADIOFONICA PARA LA  
ORIENTACION SOCIAL DE LA MUJER  
CASO ESPECIFICO; EL MUNDO DE LA MUJER  
CONDUCTIDO POR JANETT ARCEO

T E M A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

VERONICA HERNANDEZ RANGEL

ASESOR: MARIO LEYVA ESCALANTE

MEXICO, D. F. CIUDAD UNIVERSITARIA MAYO 1994

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*En memoria de  
Luis Hernández González, †  
mi padre, porque sé que le  
hubiera gustado ver concluida  
mi tesis profesional*

*A Eustolia Rangel Ambriz,  
por su amor, comprensión y  
tolerancia.  
Te amo madre.*

*A mis hermanos,  
Evelia, Manuel, Santiago,  
Luis, Lilia, Martha, Jesús y  
Rogelio.*

*A mis sobrinos,  
para que entiendan que  
todo lo que uno se propone  
en la vida, con verdadero  
deseo y esfuerzo, se puede  
lograr.*

*A Javier, mi cuñado,  
por su apoyo incondicional  
y por su interés en este trabajo.*

*A mis amigos, por eso...  
por ser mis amigos.*

## Índice

Introducción	15
Capítulo Uno	
<i>El mundo de la mujer</i> , elementos constitutivos del programa La orientación social como elemento constitutivo	20
Antecedentes	25
La participación del radioescucha en la producción	27
El equipo de trabajo de <i>El mundo de la mujer</i>	28
Emma Godoy, colaboradora y elemento imprescindible aun cuando haya muerto	31
El anunciante en el programa, único patrocinador	33
Contenido de los temas tratados por colaboradores	39
El control remoto, partícula fundamental en <i>El mundo de la mujer</i>	46
Capítulo Dos	
Análisis de los temas tratados en el programa, llamados de "interés social"	50
Elementos técnicos, estructura, tiempo dividido entre comerciales y temas	51

Elementos técnicos	51
Estructura	52
Tiempo dividido entre comerciales y temas	55
Contenido y análisis de temas de la producción para mujeres	62
Lenguaje	63
Público al que se dirige	66
La distribución de tiempo, elemento primordial en la producción radiofónica	72
Ejemplo de un guión del programa, realizado a partir de un monitoreo del mismo	75
 Capítulo Tres	
Elementos rescatables de los temas que orientan socialmente a la mujer como propuesta para una producción radiofónica	84
Transmisiones radiofónicas enfocadas a temas femeninos	84
<i>Hablemos de los hombres</i> , una opción en programas para la mujer	91
Elementos rescatables de los programas	97
La variedad y espontaneidad, secretos de la producción radiofónica	101
Aspectos que sirven como propuesta para mejorar y producir programas de orientación social en la radio	105
Conclusiones	113
Anexos	117
Bibliografía	120
Hemerografía	122
Fuentes de primera mano	124

# Agradecimientos

Quiero mencionar nuevamente a mi madre, por su apoyo y comprensión, durante la elaboración de esta investigación, y principalmente por el apoyo que me brindó a lo largo de mis estudios y durante los veintitrés años que llevo de vida.

Agradezco a mi director de tesis, el profesor Mario Leyva Escalante, por haber aceptado revisar este estudio de manera incondicional. Actualmente muy pocos docentes aceptan tal responsabilidad; lo cual se debe a dos factores principales: tiempo y esfuerzo. Gracias Mario por regalarme tu tiempo y tu esfuerzo, apoyándome en la elaboración.

Gracias también a la maestra Fátima Fernández Christlieb, por haberme guiado en la elaboración del proyecto de investigación, y por haberme hecho entender en cada una de sus clases, que la tesis no debe ser un obstáculo, pues solamente se trata del último trabajo escolar.

Agradecimientos a Javier González González, mi cuñado, porque sin su valiosa ayuda y apoyo incondicional, el esfuerzo se hubiera prolongado más de lo previsto.

Gracias a todas las mujeres, trabajadoras de la radio, por la información y disponibilidad en cada una de las entrevistas concedidas, ya que sus respuestas han sido el soporte de la investigación; Janett Arceo, Fernanda Tapia, Mayte Noriega, Verónica Ortiz y Cristina Pacheco.

Reconocimientos también a todas las personas colaboradoras de la radio, que me ayudaron con la información necesaria, gracias por su disponibilidad y sencillez.

Agradecimientos a Evangelina Juárez porque me regaló su tiempo, paciencia y risas, con lo cual hizo más sencilla la impresión de este trabajo.

Gracias a mis sinodales, Carlos Castaño Asmitía, Martha Laura Tapia Campos, Cecilia Haupt Rodríguez y Beatriz Amezcua León, por su disponibilidad para la revisión del presente escrito.

Agradezco infinitamente a todas aquellas personas que directa e indirectamente colaboraron, para que este trabajo se concluyera satisfactoriamente.

Gracias a ti Señor, por que me diste la oportunidad de vivir en este tiempo y en este espacio.

Finalmente doy gracias a mi segunda casa, la Universidad, por haberme regalado el conocimiento a través de sus profesores, y haberme formado como profesionista y mujer.

## Prólogo

La investigación la he pensado, y desde un principio la concebí como mi último trabajo escolar, ello se debe principalmente a que no pretendía verlo como un obstáculo para mi titulación. La idea de considerarlo un trabajo más, pero con mayor rigor en la pesquisa, se lo debo principalmente a la maestra Fátima Fernández, quien me ayudó a ver la titulación como un requisito que hay que cubrir para poder seguir adelante, sin tantas barreras escolares y mentales que nos formamos, cada vez que pensamos en la elaboración de la tesis.

Es necesario advertir que en lo referente a la investigación en radio, aún faltan muchas cosas por hacer, ésta es solamente una pequeña parte de universo tan grande, como es el de las ondas hertzianas. Debe asumirse que se trata de un análisis enfocado a la descripción de un programa para mujeres, tomando como referentes a otras producciones del mismo género; sin embargo, en lo concierne a "influencias" en el auditorio, se ha reservado para estudios posteriores, ya que éste no es el objetivo de la averiguación. Es por ello que aquí se presenta solamente una pequeña muestra de las opiniones del público acerca de los programas radiofónicos para mujeres, con el fin de enriquecer el análisis, pero no es mi intención presentarla con el objetivo de estudiar las reacciones del auditorio respecto a los programas que escuchan.

Considero que es mi obligación, dar a conocer mis razones por las cuales enfoqué esta investigación al estudio de uno de los medios de difusión más importantes, como lo es la radio. Soy una "radiofila" o adicta a la radio, y toda mi vida, desde que tengo uso de razón, me ha gustado la música, la palabra y los efectos que se pueden apreciar a través de la misma.



Cuando una va a realizar la tarea final, piensa en el placer de investigar, en este sentido, estoy más que satisfecha por haber trabajado sobre algo que siempre me ha inquietado, y particularmente estoy satisfecha por haberla concluido al poco tiempo de haber cubierto el plan de estudios, sin dejar pasar tantos años.

Ahora que he terminado la tesis, estoy consciente de que es un lujo personal, ha sido más que un trámite escolar; más que ese paso que hay que dar para poder seguir adelante, más que eso, es una satisfacción propia porque hoy me viene a la mente lo que una vez dijo Agnes Heller: "Los verdaderos lujos de la vida no son anillos de brillantes y los abrigos de piel: éstos no son más que objetos de uso que cuestan mucho dinero. Jamás nadie ha obtenido con ellos la libertad del espíritu o del pensamiento".

Eso es la tesis para mí, una libertad de pensamiento que tenemos para elegir lo que vamos a investigar, para seleccionar el tema de acuerdo a nuestra propia complejidad de espíritu, como seres humanos complejos e inteligentes, y por lo tanto tener el compromiso de hacerlo con rigor y en el menor tiempo posible.

## Introducción

El presente escrito aborda el estudio de un programa radiofónico de orientación social para la mujer. Se intenta presentar al radioescucha una descripción de los elementos que lo integran para que el lector forme su propio criterio; que califique si una producción, clasificada en el rubro de orientación de la mujer, es funcional para cualquier radioescucha; y, principalmente a la fémina y por qué este tipo de producciones ha alcanzado aceptación entre el auditorio.

Al dejar al descubierto las características de un programa de radio del género mencionado, el radioyente lector podrá percatarse de las utilidades e inutilidades del mismo y de todos los recursos de los que carece. Es una manera de ofrecerr una propuesta través de los elementos que el propio auditorio mencione que desearía escuchar, con características solicitadas por el mismo público y presentarlo como un programa alternativo para él mismo.

¿Cuáles serán los alcances de la investigación? La posibilidad de mostrar, de manera concreta y precisa, la estructura de una producción radiofónica, al dejar completamente al descubierto sus componentes, y mostrar, al mismo tiempo, todas aquellas características que presenta. Igualmente, al mostrar una transmisión de orientación social para la mujer, se ejemplifica el universo de programas de este género, que en los momentos en que se lleva a cabo la investigación, suman más de quince.

Dentro del universo de producciones para la mujer, existe una que ha permanecido más tiempo al aire. Por la aceptación que ha logrado entre el auditorio, *El mundo de las mujeres*, conducido por Janett Arceo, es el prográma idóneo para realizar el análisis, a partir de los componentes de la producción. Al tomarlos como base se identificarán las características por las cuales el público lo acepta. Por qué una transmisión de tales características llega a ser acogida por el público.

La empresa se complicaría y requeriría de mayor tiempo el realizar un estudio de los gustos y preferencias del auditorio que sería un tema para otra investigación. Para la realización de este trabajo solamente se tomó como referente una muestra representativa de algunas preferencias del auditorio respecto al mismo género de producciones. Estos cuestionarios se aplicaron en distintos controles remotos, citados a lo largo del trabajo a personas de diferentes edades y que por distintos intereses se quedaban a la transmisión en vivo de los programas. También se tomaron en cuenta variadas opiniones del público

de producciones de emisoras distintas a la analizada, mismas que son contempladas con el fin de enriquecer la investigación, sumando características que proyectan los programas para la mujer. Es el objetivo del cuestionario, presentar las diversas opiniones y preferencias del público, con respecto a las producciones para la mujer.

Los objetivos de la presente investigación son tres: el primero es dar a conocer las características del programa analizado con el fin de que el radioescucha lector forme su propio juicio acerca de aquellos rasgos y perciba la diferencia entre las aportaciones que éste pudiera hacerle, y aquello que ya se ha convertido en monótono y tedioso, y es escuchado solamente porque no existe opción alguna.

El segundo objetivo es mostrar otras transmisiones radiofónicas que también estén enfocadas a la mujer, pero que den un tratamiento distinto a la información y así contrastar ejemplares distintos dentro del mismo género. Sin embargo, ante algunas semejanzas que guardan estas producciones, se eligió aquella que pudiera servirnos de referente, para que a partir de sus características se pudiera mencionar en alguno de los apartados de esta investigación.

A partir de los elementos constitutivos surge el tercer objetivo, el de dar a conocer los aspectos rescatables de las producciones en cuestión como propuesta para mejorarlos a través de un nuevo proyecto de producción radiofónica, propuesta hecha a través de las ideas y puntos de vista de los propios radioescuchas y de algunas mujeres con experiencia en el medio, ya sea porque laboran, producen o conducen en él mismo, o porque investigan acerca de él.

Resulta importante advertir que el análisis del programa se hace a partir del monitoreo de dos meses de transmisiones. A través de entrevistas se obtuvieron datos de aquellas características que la producción presentaba hace diez años, así como de los cambios sufridos y los elementos que hasta la fecha conserva. No se realiza un análisis de forma cronológica de los diez años, debido a la falta del material y el acceso imposible a las cintas grabadas de años pasados; sin embargo, para conseguir datos relacionados a las características que contemplaba en sus primeros días y de las que conserva hasta la fecha, se realizó una serie de entrevistas por medio de las cuales se obtuvo la gran mayoría de los datos aquí registrados.

El análisis de una producción radiofónica enfocada a la mujer cobra interés, ya que forma parte de un universo tan importante como lo es el del medio de las ondas hertzianas, tan escuchado en el Distrito Federal, porque el público siempre le ha mostrado fidelidad desde su origen hasta la fecha. A pesar del surgimiento del cine y la televisión, la radio conserva un lugar preponderante en los hogares de la metrópoli.

La radio cuenta con programas rescatables en función de la sociedad como lo son

relacionados a las características que contemplaba en sus primeros días y de las que conserva hasta la fecha, se realizó una serie de entrevistas por medio de las cuales se obtuvo la gran mayoría de los datos aquí registrados.

El análisis de una producción radiofónica enfocada a la mujer cobra interés, ya que forma parte de un universo tan importante como lo es el del medio de las ondas hertzianas, tan escuchado en el Distrito Federal, porque el público siempre le ha mostrado fidelidad desde su origen hasta la fecha. A pesar del surgimiento del cine y la televisión, la radio conserva un lugar preponderante en los hogares de la metrópoli.

La radio cuenta con programas rescatables en función de la sociedad como lo son algunas producciones que se mantienen al aire porque el público ha requerido de ellas y no necesariamente porque estén producidas de excelente manera. En este tipo de transmisiones, el público bien puede darse cuenta de aquellas que no presentan facetas formidables y, sin embargo, continúan al aire. Es por ello que no puede negarse la existencia de realizaciones en radio que quizá ya ni deberían transmitirse, pero por un sinnúmero de razones que no vendría al caso mencionar, ya que se desviaría de los objetivos, continúan al aire. Ante tales circunstancias es importante dar a conocer los elementos integrantes de un radioprograma.

De los aspectos mencionado, he aquí una hipótesis a comprobar:

La permanencia de una producción radiofónica se debe, en primer término, a la aceptación que logra entre el público radioescucha. En segundo, por los aspectos sociales a los que esté enfocada, que pueden resultar de interés al auditorio y, por lo tanto, convertirse en funcionales para la sociedad, motivo por el que se hacen llamar de orientación social.

De los elementos anteriores se deriva una segunda suposición: cuando la mujer tuvo mayor participación en los medios de difusión, y en particular la radio, tomando en cuenta los años ochenta, que es cuando nace la producción analizada, se presta mayor atención, por parte de las radiodifusoras, para la producción de programas similares que contemplan la orientación de la fémina en la sociedad.

Revisemos los pasos que se siguieron para el desarrollo de la investigación. En primer término está la manera de obtener los datos (de fuentes vivas), a través de entrevistas debido a que el trabajo así lo requería. De la misma manera, hubo apoyo en cuanto a material bibliográfico y hemerográfico se refiere con el fin de contextualizar y contemplar el tema estudiado a través de diversos autores y estudios realizados para contar con un panorama general de la radio.

Con el fin de obtener los puntos de vista del auditorio, sin involucrarse con la influencia que pueda surgir de los temas de los programas femeninos, debido a la

se les hacía, ya que si se reflexiona, se estaría yendo más allá de la primer respuesta en torno del por qué se escuchan ciertas transmisiones, ya que la reflexión se presta para otro tipo de análisis por parte del encuestado.

Las encuestas fueron realizadas con el fin de que los radioescuchas, a través de sus respuestas proporcionar los datos que ya habían sido analizados y necesitaban corroborarse; verificar si realmente la producción es funcional respecto a los aspectos que el auditorio considera positivos o dignos de escucharse en estas producciones.

Respecto a la estructura y lógica del trabajo, en el primer capítulo se hace una descripción minuciosa de los elementos que integran la producción de radio, componentes que nos sirvieron de base para realizar el estudio. En el segundo capítulo, donde no solamente se muestran los elementos técnicos, la estructura y el tiempo distribuido entre comerciales y temas (contenido), además se presenta como ejemplo un guión estructurado a partir del monitoreo de las transmisiones para mostrar el contenido del programa.

Por último, en el capítulo tres se presentan otras producciones radiofónicas para la mujer con el objeto de que el radioescucha se forme una idea de las opciones y el universo con el que cuenta en relación con programas del mismo corte. Se trata de una producción que muestra propiedades distintas a los demás, *El mundo de la mujer* contiene características que le dan cierta singularidad, lo cual dio pie a que lo presentáramos como una opción verdadera; decimos verdadera, no porque los otros programas no lo sean o no presenten características que puedan ser útiles e interesantes al auditorio, sino por que han caído en el error de fragmentarse y esquematizarse debido a la temática que desarrollan. Por ello, la propuesta más que innovar, pretende sugerir algo distinto, donde se tomen en cuenta las características rescatables de este tipo de producciones, y a partir de ellas hacer la sugerencia.

Con base en las rasgos de los programas, principalmente los del estudiado, con la muestra representativa de los cien cuestionarios realizados, y además la opinión de profesionistas y estudiosas del medio, se pudieron rescatar esos aspectos considerados por el radioescucha como útiles, con el fin de sugerir un programa alternativo, tomando en consideración aquellos elementos con los cuales el auditorio se siente complacido, y también aquellas propuestas que se hicieron en relación con los elementos que se cree carecen los programas que escuchan.

Finalmente cabe hacer la aclaración de que la muestra de los cien cuestionarios, la cual se hizo con base en las producciones existentes, se realizó tomándose como referente esa cantidad porque se pensó en que era un número adecuado para la realización de un estudio de una muestra representativa, de un universo tan amplio

como lo es el Distrito Federal; además debe considerarse que esa muestra se aplicó específicamente a aquellos radioescuchas que atienden a dicho género.

## Capítulo Uno

### *El mundo de la mujer,* elementos constitutivos del programa

*El mundo es el hogar del  
hombre; el hogar es el mundo  
de la mujer.*

Goethe.

*Sin embargo...*

*La mujer, cuánto más desarrollo  
industrial, se integra más al  
sistema productivo y resulta más  
activa y por lo tanto más  
consciente de sí.*

Alfredo J. Alvarez.

#### La orientación social como elemento constitutivo

Al elegir para su análisis, un programa de orientación social para la mujer, surge la necesidad de explicar el significado de la expresión *orientación social*. Si se busca en un diccionario común, la definición de orientación es “un sistema que permite ayudar a las personas a que escojan varias alternativas para actuar”, o simplemente a elegir algo que les convenga; mientras que lo social, como su nombre lo indica, es todo aquello relativo a la sociedad: “la unión o reunión de hombres sometidos a leyes comunes”.<sup>1</sup>

Una comunidad implica costumbres, cultura y educación de un pueblo, en este caso, específicamente el de México. De tal manera que se trata de un programa que busca la orientación, es decir la ayuda, así como la presentación de alternativas para su auditorio, que aunque puede ser sintonizado por la sociedad en general, está orientado a un sólo sector, el femenino, y dentro de éste a aquella fémina dedicada a las labores del hogar. Dirigido a esas mujeres que tienen en común el sometimiento durante muchos

---

<sup>1</sup> Diccionario Larousse.

años por la educación machista debido a cuestiones culturales, y que poco a poco ha ganado ciertos atributos, utilizados para ser reconocida tanto en las labores intelectuales como sociales, dentro de las cuales está su actividad en el hogar, lográndose encontrar esa complementariedad con el hombre.

Para el análisis de la orientación social, se consideró necesario recordar lo que dice el artículo 50. de la Legislación Mexicana en Radio y Televisión, para examinar cuáles serían las funciones de las transmisiones de orientación social, en relación con la legislación:

La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

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

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

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

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales." 2

En este sentido, observamos que los programas para mujeres, que en este trabajo se contemplan, cumplen con la función social que la legislación menciona, principalmente si hablamos de *El mundo de la mujer*; sin embargo, la transmisión sufre serias deficiencias las cuales se deben principalmente a que cae en la moralización en el tratamiento de los temas, ello se debe también a las propias carencias del artículo 5º de la Legislación mencionada, tal como lo señala Raúl Cremoux, en su análisis del mismo artículo:

Este artículo señala las funciones sociales que deberán cumplir los emisores. Sin embargo, al carecer de definición de lo que es la moral social, los vínculos familiares, el nivel cultural del pueblo, los valores de nacionalidad mexicana, la propiedad del idioma, etc., cae en ambigüedades y facilita una interpretación exclusivamente moralizante.

Al trazar este cuadro normativo se advierte la ausencia en auspiciar como una clara función social la creatividad, la discusión política, el análisis, la reflexión o el comentario a través de estos emisores. 3

Contando con la reflexión de Cremoux y la realidad del programa, se puede

---

<sup>2</sup> Raúl Cremoux. *La Legislación Mexicana en Radio y Televisión*, pp. 19 y 20.

<sup>3</sup> *Idem*, p. 20.



observar la carencia de elementos como son la discusión política y el tratamiento de temas que involucren a la mujer que trabaja fuera del hogar y de la profesionista, sino que se limita al tratamiento de temas para la mujer del hogar, dándoles un enfoque cien por ciento moral.

*El mundo de la mujer* es un programa que sirve como alternativa a la radioescucha, para sentirse un elemento integrador importante de la familia y por lo tanto de su sociedad. Para conjuntar la tarea de ser ama de casa con un trabajo fuera del hogar, sin embargo no debemos olvidar que la producción está dirigida básicamente a aquellas mujeres que desempeñan el papel de señoras del hogar, soslayando al tipo de mujer interesada por otras actividades e incluso que labora y se preocupa por gastar su energía en trabajos que poco tienen que ver con la familia o el hogar.

El propósito de este trabajo es ofrecer una alternativa de producción en radio para la mujer que no necesariamente se dedica al hogar, que tiene nuevas aspiraciones y objetivos, sin excluir al hombre ya que la mayoría de los proyectos femeninos se enfocan solamente a ser guías de la femina, descuidando al ser complementario de la misma, el hombre; como parte integrante de la familia y la sociedad. Para ello, también se ofrece una descripción de algo diferente para la mujer, una producción radiofónica, mostrada como contraparte del programa aquí analizado, el cual será descrito en el capítulo tres.

En este momento, lo relevante es resaltar la importancia de las producciones con una orientación social para la mujer, así como el significado que tiene para ella la existencia de realizaciones radiofónicas en apoyo de la función desempeñada por el sector femenino en nuestra sociedad.

Al contextualizar el programa analizado dentro de la misma XEW, es notorio que los programas de orientación social tienen un porcentaje bajo de audición respecto a los otros programas de la misma emisora. Ese porcentaje equivale a un 5 por ciento si tomamos en cuenta que son 43 programas de lunes a domingo, de los cuales sólo dos son considerados dentro de rubro de orientación social. *El mundo de la mujer* es el único programa de la estación contemplado en el rubro de orientación social que ha logrado permanecer por más de 10 años. A lo largo de una década ha habido otras transmisiones enfocadas a lo mismo pero que no logran permanecer por el tratamiento deficiente de los temas que tratan, lo cual se considera innecesario mencionar ya que desviaría del objetivo principal de este trabajo.

De los programas de la XEW que fueron transmitidos durante abril de 1994, de los dos que se consideran dentro del rubro de orientación social, están, *El mundo de la mujer* y *Frente a la vida*, conducido por Horacio Jaramillo. Cabe aclarar que este

segundo programa se ha considerado dentro del rubro de orientación social por la manera que trata los temas y no necesariamente porque se dirija a un público femenino. Es decir, que no se incluye dentro de los programas que se mencionan en el capítulo tres por no cubrir el requisito de encasillarse en un solo público. Sin embargo, la forma en que el locutor da a conocer los temas hace que sea considerado una transmisión de ayuda social.

Para esquematizar la programación de la XEW y para darnos una idea del bajísimo porcentaje que tiene este tipo de programas en relación con una estación radiofónica en la página siguiente se muestra la programación completa durante abril de 1994, de lunes a domingo de la estación mencionada.



HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	HORARIO	
6:30	RELOJ MUSICAL W *HECTOR MARTINEZ SERRANO*					LA HORA DEL RANCHERO	*HECTOR MARTINEZ SERRANO*	30 6	
7:30	AL DESPERTAR *GUILLERMO ORTEGA RUIZ*								30 7
8:30	EL MUNDO DE LA MUJER *JANETT ARCEO*							MUSICAL TRONICO	30 8
9:30	CAMINOS DEL CORAZON * VEREDA DE ESPINAS					GARRA PASION Y GOL	EN LA MEDIA CANCHA	30 9	
10:30	DE REVISTA *MARTHA SUSANA*					ECOS DE FAM. TELEGUIA	FUTBOL SOCCER	30 10	
11:30	COCINANDO A LA MEXIAPAN *EVELYN LAPUENTE*							TU Y W	30 11
12:30	FRENTE A LA VIDA *HORACIO JARAMILLO*					24 HORAS	ANI A CHICA *MAY PRODUCE DE CUBA*	30 12	
13:30	24 HORAS *ABRAHAM ZABUDOVSKY*							REVISTA DEPORTIVA	PROYECCION DEPORTIVA *DE RESERVADO*
14:30	LA FAMILIA TELEGUIA *MARTHA CARRILLO*					RAFAKA	TOROS	30 14	
15:30	AQUI Y AHORA *CRISTINA PACHECO*					ISSSTE		30 15	
16:30	MUY INTERESANTE *EDUARDO PASQUEL*					FUTBOL SOCCER		30 16	
17:30	CRISTINA *CRISTINA SARALEGUI*					GUITARRA UNIVERSAL *JUAN CARLOS IBARRA*	SIEMPRE EN DOMINGO *RAUL VELAZCO*	30 17	
18:30	TU Y W *CLAUDIA GARZON*							RADIO TEATROS *SANJUR TAMIAR*	30 18
19:30	YO AMO TU AMAS *MARTHA SUSANA*					YO LLORABA	LA HORA NACIONAL	30 19	
20:30	MUCHAS NOTICIAS *CON LOLITA AYALA*							YO LLORABA	30 20
21:30	FRENTE A LA VIDA (REPETICION) *HORACIO JARAMILLO*					YO LLORABA	30 21		
22:30	ESTRELLAS "W"					YO LLORABA	30 22		
23:30	24 HORAS					YO LLORABA	30 23		
24:30						YO LLORABA	30 24		
1:30	" W "					EN VIVO CON RICARDO ROCCHIA	" W "	30 1	
2:30	MAS ROMANTICA							30 2	
3:30	QUE NUNCA							30 3	
4:30								30 4	
5:30	RELOJ MUSICAL W *HECTOR MARTINEZ SERRANO*							30 5	

CAPSULA "RICARDO ROCCHIA COMENTA" DE LUNES A VIERNES A LAS 10:00, 11:00 Y 12:00  
 CAPSULAS "COMENTARIOS DE POLITICOS" CON COMENTARIO SEPTIEMBRE DE LUNES A VIERNES A LAS 10:00, 11:00 Y 12:00

## Antecedentes

*El mundo de la mujer* salió al aire el 3 de noviembre de 1982, fue una idea llevada a la práctica por el entonces director de la cadena Radiópolis, Jaime Almeida. Después de dos meses de organización y selección de temas que pudiesen interesar al público de la W. En septiembre del mismo año se comenzó a seleccionar la programación de la emisora, quedando integrados sus nuevos horarios y utilizando como *slogan* “En W usted es la noticia y el centro de nuestra atención, acompáñenos en XEW, la gran estación para la gran ciudad”, que en 1982 contaba ya con la nueva programación. De seis a nueve de la mañana se transmitía *Un nuevo día*; de nueve a doce, *El mundo de la mujer*; de doce a catorce treinta, *Nuestro hogar*; de quince a dieciocho, *La gran ciudad*; de dieciocho a veintiuna horas, *Tiempo de espectáculos*; y, de veintiuna a veinticuatro horas *Metrópolis*.<sup>4</sup>

En un principio, el programa conducido por Janett Arceo contaba con una duración de tres horas; sin embargo, en 1990 se redujo a dos, por ajustes en la programación de la radiodifusora, ajustes que continuamente se hacen con la inclusión de nuevos programas y la suspensión de otros; ante tales cambios y reajustes, el programa analizado ha logrado sobrevivir, a lo cual se le atribuyen varios elementos que serán descritos a lo largo de este capítulo y del trabajo en general.

En el año de surgimiento de *El mundo de la mujer*, se contaba con otro grupo de conductores, distinto al actual, entre ellos se encontraban Jenny Capuano y Marco Tulio García. No obstante, la idea era buscar a los mejores colaboradores que pudieran por radio, orientar al público en diferentes aspectos relacionados con el hogar y la familia, principalmente a la mujer. Así, se buscó un título para atraer más radioescuchas del sexo femenino, pensándose en *El mundo de la mujer*, además de la adecuación del horario para el público femenino.

Se consideró hacerlo para aquellas mujeres que no tuvieran alguna otra ocupación fuera del hogar; se reflexionó en la ventaja que la radio tiene sobre el medio audiovisual; el que la mujer, en este caso, no tiene que estar sentada para apreciar el programa, el aparato radiofónico; ya que éste se trae por cualquier lugar y la idea era precisamente esa, que sin dejar las ocupaciones habituales, mientras se escuchaba información útil para el hogar, motivando incluso, a la búsqueda de información complementaria acerca de aquello que escuchamos, y de buscar elementos complementarios referente a un tema que nos haya gustado, llamar al programa y preguntar cosas determinadas. Se buscaba también abordar los temas de la manera más

---

<sup>4</sup> *Novedades*, 17 de noviembre, clasificado, p. 1, Radio Publicidad.

sencilla posible, sin necesidad de hablar en términos médicos ni científicos, se invitaba a especialistas competentes en la materia, pero principalmente, excelentes para radio, es decir, que su voz tuviera credibilidad ante el micrófono, que tuvieran la capacidad de explicar por radio, donde no hay más imagen que la voz, de explicar detalladamente al público los temas que éste va requiriendo.

Cuestión imprescindible para cualquier programa radiofónico es la voz, pues de esta manera se afirma su éxito. Se seleccionan voces que lean y hablen fluidamente, que se escuchen bien, y que principalmente tengan credibilidad; elemento que constituye el alto *rating* de un programa, tal como se comenzó a hacer desde su aparición al aire en *El mundo de la mujer*. Desde un inicio el programa contó con una participación muy activa; se invitó a colaboradores con experiencia en cada uno de los temas tratados con relación a la familia. Una de las principales colaboradoras desde un principio, fue la profesora Martha Lenda Morales con el tema de la sexualidad en los jóvenes, ayudando al mismo tiempo a la radioescucha a informarse, a que fuera capaz de expresar sus inquietudes y necesidades, por lo cual se buscaba actividad por parte del público, y para ello era necesario abrir espacios a llamadas telefónicas. Ahora la producción para mujeres tiene un guión basado en las llamadas del público radioescucha, es un programa dedicado a contestar dudas del auditorio expuestas vía telefónica, se realiza de acuerdo a lo que su público solicite.

De acuerdo a la petición del público radioescucha, el programa se ha ido modificando a través del tiempo que lleva al aire; por ejemplo, la sección de sexualidad, que en un principio era semanal, ahora es quincenal debido a la existencia de muchos otros temas a tratar, de interés para el público; esta reducción de espacios para diversos temas que la producción radiofónica trata, se debe también a la reducción del programa de tres a dos horas, ya que a los organizadores de la "W", también les interesa integrar programas que según ellos, el público debería escuchar, como podrían ser los educativos.<sup>5</sup>

Los ajustes que la "W" ha sufrido continuamente se piensan con el propósito de mantener el *rating*, que ha hecho de la estación una frecuencia famosa, tradicional; y con ello logra mantenerse en el gusto del público.

---

<sup>5</sup> Entrevista con Janett Arceo, el 5 de mayo de 1992.

## La participación del radioescucha en la producción

El público hace sus preguntas, por medio de éstas es organizada la temática manejada; mediante las llamadas telefónicas se da respuesta a todas las dudas de los radioescuchas, de esta manera queda conformado un programa más interesante y ameno, aunque en ciertas ocasiones *El mundo de la mujer* debe estar preparado para dar respuesta a críticas por parte de su público, hay temas que pueden parecer fuertes para el auditorio como el de la sexualidad, machismo, drogadicción, etc. Ante esto, la conductora afirma que es necesario seguir informando, ya que no se hace nada para salirse de lo concreto del tema ni de lo "correcto"; dice que hay programas aparentemente fuertes porque no hay la costumbre de escucharlos, por ello si los realizadores de los temas, creen que es lo correcto para que el auditorio escuche, hablan de ello. La idea no es evadir al radioescucha y dar fin al tema; puede haber muchas personas en contra pero también, una gran cantidad de ellas a favor de lo expuesto en el programa, aspecto medido a través de correspondencia y telefonemas. <sup>6</sup>

Janett Arceo afirma que el auditorio ya no se concreta solamente a escuchar, sino que también participa y hace que los programas sigan al aire, estableciendo la comunicación, portadora de esa retroalimentación entre programa y público radioescucha. Los programas como *El mundo de la mujer*, existen porque el público los pide y cubre las necesidades de éste, atendidas por medio de llamadas telefónicas, aproximadamente cien, en cada transmisión. <sup>7</sup>

Para Janett y todos los colaboradores, la participación del público es fundamental para seguirse manteniendo al aire; para la conductora, es él, quien establece esa de retroalimentación, al mismo tiempo que solicita complacencia a sus exigencias y peticiones, sintiéndose satisfecho con las transmisiones diarias. <sup>8</sup>

La participación del público radioescucha se muestra muy activa al registrar de 90 a cien llamadas diarias, a través de las cuales critican, felicitan y comparten sus puntos de vista, enriqueciendo constantemente las producciones.

Uno de los elementos que llevan a la perduración de una producción, en este caso radiofónica, es la participación activa del público porque sus críticas y felicitaciones por un buen programa, hacen u obligan de alguna manera a los productores y al equipo en general, a pulirse y tratar de mejorar cada día las transmisiones, porque de esta manera los colaboradores del programa se pueden dar cuenta de cuánto interés hay de parte del

---

<sup>6</sup> *Ibidem.*

<sup>7</sup> *Ibidem.*

<sup>8</sup> "A través de *El mundo de la mujer*, labor social de Janett Arceo en la radio", *Esto*, p. 12-B, 4 de julio de 1992.

auditorio en los temas que ellos exponen cada quince o veinte días, aproximadamente.

### El equipo de trabajo de *El mundo de la mujer*

Para comenzar hablando del equipo de trabajo del programa, consideramos necesario ofrecer un rápido esbozo de la trayectoria de una persona fundamental en esta producción, ella es la conductora, que desde las primeras transmisiones ha trabajado en el mismo, llegando a convertirse en una pieza importante para que la producción tenga aceptación en el gusto del público. Janett Arceo, locutora desde hace más de 10 años, con una voz adecuada para el medio en el que trabaja, a ello quizá se deba el éxito obtenido por la producción radiofónica y por varios motivos que serán mencionados posteriormente, perdura en el gusto de la mujer radioescucha.

Janett Arceo tiene una larga trayectoria en medios electrónicos de comunicación, desde los tres años de edad ya cantaba en programas televisivos, fue en este medio donde comenzó con un programa de orientación social femenina titulado, *La mujer ahora* serie que duró largo tiempo transmitiéndose por el canal 2, en las mañanas. A mediados del 82 la serie concluyó, fue entonces cuando Janett recibe la invitación para comenzar con una propuesta para un programa de radio muy parecido al de televisión debido a los temas para mujeres que en el primero se trataban, y en el segundo solamente eran un proyecto. La conductora aceptó la propuesta sin temerle a los micrófonos de la radio porque también ya contaba con experiencia en este ámbito, trabajando como actriz de radionovelas para la "W" durante 1970.

El equipo colaborador del programa se considera vasto, al tratar temas extensos, cuidan la repetición, dando diversos enfoques a uno solo, cuando se considera que se ha cubierto lo necesario el problema tratado, se deja de lado para poder abordar otro que pueda interesar al auditorio; de esta manera el equipo de trabajo se siente satisfecho con el tema concluido, dando cabida a uno nuevo.

El equipo de producción del programa, está compuesto por veinte colaboradores, sin contar a los invitados que hablan respecto a cada una de las especialidades tratadas en la producción. En *El mundo de la mujer*, trabaja como productora Rosa María Chávez, encargada de producir cada transmisión, revisa que tanto la voz de la locutora como de los invitados se escuche bien, así como que los comerciales salgan al aire en el espacio que la estación determine. Debe recordarse que el tiempo para comerciales tanto en radio como en televisión es fundamental en las producciones, porque los minutos equivalenten a dinero, por estos aspectos, el cuidado de que un determinado número de *spots* salga al aire en un tiempo de transmisión, es un elemento de gran importancia en

las producciones de radio como es el caso de *El mundo de la mujer*. Es por esto también, que la duración es medida por segundos para la voz de la conductora, el espacio para comerciales y el comentario de los tres o cuatro invitados por día. Se habla de tres a cuatro aunque hay programas en los cuales se pone la grabación de la ya desaparecida Emma Godoy, cassetes de los que depende la presencia de un invitado más al programa.

La producción desempeñada por "Rosy" Chávez, como le llama la propia locutora, resulta de verdadera utilidad para la "W", debido a que, según opinión de los entrevistados, la política de la estación es la de incluir en sus programas un equipo eficiente, por tales motivos, el 8 de enero del año pasado, Rosa María Chávez sustituyó a Patricia Romero, integrando al mismo tiempo al equipo de producción del programa, a dos señoritas que realizan la tarea de asistentes, ellas son Norma Santiago y Carmelina Rodríguez, quedando ahora Patricia Romero como coordinadora de producción.<sup>9</sup>

Dentro del equipo de producción está también el operador general, César Santoyo, quien maneja los controles técnicos generales en una cabina independiente al estudio al que asisten los invitados y desde el que habla la locutora. El operador se encarga del manejo del equipo de operación en la cabina donde se modulan voces y se introducen comerciales, así como la grabación en vivo de *spots* para el mismo programa, ya sea de ese mismo día o cualquier otro de la semana, e incluso para la transmisión de radionovelas, lo cual es realizado por el señor Humberto Espegel, señor con más de treinta años de experiencia de trabajar en la estación.

La voz "W", integrante del programa por participar en la rúbrica, es esa voz que da tiempo a la llegada de los invitados, aquella que identifica a la estación, es el conocido timbre de Alejandro Rodríguez Morán, sin soslayar la presencia ante el micrófono de la señora Janett Arceo.

Los invitados que también tienen una participación en la categoría de colaboradores, son elementos básicos en la elaboración del programa, son ellos quienes proporcionan la información y orientación en los temas, es por ello que asisten con regularidad al programa porque ya son parte del mismo, tienen presencia ante el micrófono, son voces para radio, como lo dice la propia Janett, elemento que puede interesar a la estación, más que la propia profundidad de los temas. Su labor es básicamente de servicio porque ninguno de estos especialistas invitados, recibe alguna remuneración, todos participan

---

<sup>9</sup> Hasta el día 26 de mayo, cuando se tuvo oportunidad de asistir al estudio de la XEW, cuando aún se encontraban estos en Ayuntamiento, ya que posteriormente la estación inauguró nuevas instalaciones, en Tlalpan 3000. Rosa María Chávez en ese entonces era la productora, en septiembre del mismo año fue sustituida por Carmelina Rodríguez, que en ese momento desempeñaba el papel de asistente.



de manera gratuita, regalando su tiempo y espacio al programa, es por este elemento que la conductora ha considerado a *El mundo de la mujer*, como un programa de escuela, accesible, por medio del cual los temas llegan de una forma sencilla al público, parte del éxito de esta producción, al igual que muchos otros programas que utilizan temas variados y fáciles para que sean entendidos por los radioescuchas, aspecto que facilita su aceptación.

Algunos de los invitados que asisten regularmente, es decir casi cada semana son, Pedro Luis con temas de espiritualidad, moralidad y su relación con la sociedad; María Esther Olivares que enfoca sus comentarios a temas directamente relacionados con la mujer, como su aspecto físico, así como el vestir y el actuar en circunstancias determinadas; el doctor Guillermo Amaro Rangel, dando consejos para evitar enfermedades y qué hacer en caso de padecer alguna de ellas. Son muchos especialistas y colaboradores de *El mundo de la mujer*, la mayoría de ellos se irán mencionando en el desarrollo del trabajo, por lo pronto se nombró aquellos que tienen más tiempo de asistir al programa para proporcionar sus temas al público radioescucha, siendo también invitados que asisten con regularidad a las transmisiones.

Los colaboradores son especialistas que asisten al programa continuamente, de acuerdo a los días que se les designe desde su primer participación en el mismo. La conductora dice que éstos "son seleccionados para que asistan de tres a cuatro por día, según los temas que se vayan a tratar, no solamente es ese especialista que sepa del tema y sea conocido sino que además su voz, como ya se mencionó, sea agradable para radio, la cual deberá ser clara y modulada".<sup>10</sup>

Referente a las palabras que utilicen, éstas deben ser sencillas y claras, de la misma manera los colaboradores no deberán titubear ni hacer ruidos muy molestos para el público ante el micrófono, ruidos como arrugar y mover una hoja de papel, toser, estornudar, etc. Para la elaboración de cada programa se cuida mucho este aspecto debido a la existencia de personas muy renombradas, quienes han asistido a charlar con Janett; son personas que a pesar de su importancia como especialistas, no tienen experiencia de estar frente a un micrófono. El equipo de trabajo en la parte técnica de la producción, se encarga de buscar a alguien con suficiente facilidad para desenvolverse en radio, cuidando el aspecto de la especialidad, porque también es un elemento importante en la transmisión. Lo fundamental para el programa es la credibilidad de los invitados para el público radioescucha, de esa manera colabora al incremento de la atención de los oyentes hacia los temas expuestos; donde se busca orientar y no aceptar

---

<sup>10</sup> Entrevista con Janett Arceo, el 5 de mayo de 1992.

clientela para cada uno de los especialistas, debido a que la asistencia de cada uno de ellos es totalmente gratuita.

Respecto a la elección de los invitados, comenta Janett:

... hay que cuidar muchos aspectos antes de traer a alguien a la radio porque el público puede creer o no en ellos, y esa credibilidad es primordial. Yo tengo gracias a Dios ese favor de la gente, ella me cree y si traigo al doctor "fulanito", que les diga que es alguien responsable y tiene sus títulos, amparando la categoría presentada ante la radio, el radioescucha no duda en poner la perilla en nuestro programa. <sup>11</sup>

El equipo de especialistas se compone de aproximadamente treinta; para asistir a las transmisiones son turnados, las citas se hacen cada quince días; a las secciones de cada uno se les asigna media hora para la exposición del tema del día. Algunos no han podido asistir por falta de tiempo y realización de nuevas actividades que hacen imposible su concurrencia en las transmisiones; otros regresan después de algún tiempo, integrándose nuevamente al equipo familiar del programa.

### **Emma Godoy, colaboradora y elemento imprescindible aun cuando haya muerto**

Emma Godoy es una mujer aún vigente entre el público radioescucha de *El mundo de la mujer*, el que sea aceptada y escuchada es porque fue una maestra querida por quienes la conocieron y leyeron alguna de sus obras. Escritora de varios libros; es por ello que el trabajo de Emma Godoy según Janett Arceo, no puede concluir con su muerte o desaparición física, la conductora asegura que la escritora es gente que no muere porque tiene mucho que dar todavía al público del programa.

La señora Godoy grabó durante cuatro años programas para la producción conducida por Janett, material utilizado acertadamente, debido a la petición del público que la escucha, por lo que el equipo de producción del programa consideró lamentable que esas grabaciones quedaran guardadas en el archivo de la "W". Los temas de los que habla la doctora Godoy, van desde ciudadanos a bebés y personas enfermas, hasta temas religiosos y psicológicos. De acuerdo a lo anterior el equipo de producción opina que por esos consejos proporcionados por la doctora Godoy, los programas conservan actualidad a pesar de haber sido grabados hace cuatro años, palabras que tardan en perder vigencia. A casi cuatro años de su muerte, las grabaciones son consideradas por los productores, como material fresco, útil según ellos, para seguir aportando elementos provechosos al radioescucha, sobre todo se consideran como temas fructíferos y de gran

---

<sup>11</sup> *Ibidem.*

valor para el auditorio.

Janett Arceo opina que Emma Godoy es un ser que da respuesta a las crisis que todo radioescucha sufre a lo largo de su vida, principalmente crisis de valores. Es por ello que el público la considera una mujer sabia, y los sesenta y un años que vivió fueron profundos, interesantes y dedicados al estudio. Es un personaje aún positivo; el público radioescucha necesita de alguien que le hable directo, porque Emma Godoy no es rebuscada, en cada uno de sus consejos utiliza un lenguaje sencillo. Ella convirtió el espacio radiofónico en aula para el público, tuvo un estilo simple para decir las cosas, quizá a ello se deba el gran éxito perdurable entre los oyentes del programa porque cada una de sus palabras es rica en contenido, asegura la conductora.<sup>12</sup>

Hasta la fecha, agosto del 92, mes en el que ya se había hecho el primer monitoreo del programa así como las primeras entrevistas, el público mostró interés en las grabaciones de la doctora Emma Godoy, elemento que de alguna manera pudo verificarse merced a las llamadas telefónicas escuchadas en los meses monitoreados con fines de análisis de las transmisiones. Ante esto el equipo de producción se atreve a asegurar que es a través de Emma Godoy que muchas amas de casa tienen la oportunidad de aprender y educarse, elementos que posteriormente llevan a la práctica en su vida cotidiana, aspectos fundamentales que quizás por falta de tiempo o hábitos de lectura, no se podrían leer en un libro, sin embargo, a través de la radio, medio factible, a la disposición de cualquier persona aunque no sepa leer, la mujer aprende y reflexiona y es más sencillo aprender aspectos cotidianos

Hay personas que por años han escuchado la radio, que se interesan en aspectos que las orienten en su vida, que se sienten bien siendo aconsejadas, aunque haya grabaciones repetitivas porque son "como un librito de consejos que la gente consulta cada vez que los necesita o se les ha olvidado que hacer en ciertas circunstancias", asegura Janett Arceo.

Ese gusto por escuchar a Emma Godoy se debe en parte a su función como psicóloga y filósofa, es una persona a la que en algún tiempo alguien se acercaría. Con el amplio curriculum de la finada, resulta verosímil que el público pudiera necesitar de las grabaciones. Licenciada en Psicología y Filosofía por la Universidad Nacional Autónoma de México; fundadora del Instituto Nacional de la Senectud (INSEN). Escritora de libros para la superación personal y espiritual como *El secreto para amar* y *Cain el hombre*, entre otros. Siendo Emma Godoy un personaje que aún el público busca para escucharla o leerla; habiendo dejado de existir el 30 de junio de 1989, es un

---

<sup>12</sup> Entrevista con Janett Arceo, el 5 de mayo de 1992.

ser aún palpable entre todos aquellos necesitados de sus consejos; sin descartar la existencia de radioescuchas que no prescinden de sus palabras y otros tantos que ni saben de su existencia, ni de ella, que alguna vez vivió, ni de sus libros. Y muchos otros que sabiendo de su existencia, les parece aburrida, pasada de moda e incluso inútiles los consejos que proporciona a través del programa de radio, por lo cual no lo escuchan.

Emma Godoy es un elemento, sumado a la perduración de *El mundo de la mujer* al aire, ha logrado gustar a los radioescuchas del programa que durante algún tiempo se han mostrado fieles al mismo. Estos datos se pudieron verificar en algunas entrevistas realizadas a amas de casa, durante uno de los controles remotos de la producción; ellas decían que escuchaban el programa por los consejos de Emma Godoy, y los habían seguido por años, el tiempo más largo que se dio fue de cinco años. Durante las encuestas, aun las señoras de edad avanzada, no reportaron más de cinco años escuchando las grabaciones.

### **El anunciante en el programa, único patrocinador**

Para comenzar describiendo la historia del único comprador y anunciante en *El mundo de la mujer*, es necesario describir cómo es que este único patrocinador compró el programa. Antes que estuviera el proyecto de la producción radiofónica para mujeres, la "W" ya contaba con otros programas como el de *Nuestro Hogar* que también era patrocinado por un único comprador, la adquisición se realiza desde hace años por medio de paquetes que pueden incluir uno o varios programas como ocurrió en el caso de las radionovelas.

Cuando dan inicio las transmisiones de *El mundo de la mujer*, en noviembre de 1982, Aurrerá se convierte en patrocinador oficial y hasta la fecha sigue siendo el mismo, a pesar de que resulta un tanto difícil que un patrocinador aguante el ritmo de un programa debido al valor económico que representa el ser anunciante único de un espectáculo. Para darnos una pequeña idea del costo al que equivale el anunciarse; es necesario saber que en un corte patrocinado pasa un minuto o minuto y medio de comerciales, en un programa comprado se pasan tres minutos de comerciales por diálogo, en este caso el cliente, que es Aurrerá pasa sus anuncios, seis cortes comerciales de tres a cinco minutos cada uno, en una hora de programa, es por ello que resulta más caro un programa comprado o patrocinado con exclusividad.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Entrevista con el señor Humberto Espejel en los estudios de la XEW, el 26 de mayo de 1992.

Este mismo patrocinador graba los comerciales para las radionovelas, utilizando como voz exclusiva la de Janett Arceo, de esta manera se muestra la relación existente entre anunciante, estación radiodifusora y conductora, porque en este caso Janett es bien pagada por no anunciar otros productos que no sean los vendidos por la tienda patrocinadora del programa que ella conduce; aunque éste no sea un caso único en la compra de un programa de radio, se caracteriza por ser Janett trabajadora de la tienda que patrocina la transmisión donde ella es conductora. Esa compra y patrocinio se da mediante paquetes a precios ya establecidos, aunque posteriormente el anunciante, programe sus propios tiempos de acuerdo con los productores de los otros programas.

Ante tal circunstancia nos podemos preguntar ¿cómo se las arregla el anunciante para patrocinar un programa? desde hace once años, cuando Aurrerá compró *El mundo de la mujer*, esa adquisición se realizó por medio de un Plan Francés, en el cual se paga por adelantado, con precio de todo un año, contrato que es renovado anualmente. La compra, patrocinio y renovación de contratos son controlados por la Asociación Nacional de Anunciantes de México (ANAM), dedicada al control de calidad por medio de agencias de publicidad con las que los anunciantes trabajan y se asesoran.<sup>14</sup>

La denominación Plan Francés es una modalidad utilizada por Televisa, es un nombre específico que cada empresa pone a su compra-venta de programas, no olvidando que Imevisión también tiene la suya en la compra de programas para canal 13 con su Plan Ajusco, o el Plan Chapultepec utilizado por empresas impresoras de revistas. Todas estas modalidades de pago tienen una característica común, un plan de pago anticipado.

El Plan Francés, por medio del cual Aurrerá patrocina *El mundo de la mujer*, existe desde que comenzó el programa, es decir, desde hace 12 años. Se caracteriza por ser una forma de comercialización de Televisa, con la intención de recuperar la inversión anual en un solo momento, dando bonificaciones al comprador, en este caso para Aurrerá. Las bonificaciones consisten en hacer un descuento del 50 por ciento en las compras de un programa o producción radiofónica, ese descuento sólo se realiza en casos de compra de programas mediante planes de pago anticipado, planes en los cuales aproximadamente el 95 por ciento de los anunciantes están inscritos, esto debido al alto costo que significa el patrocinar un programa. Ante tal situación los anunciantes se ven obligados a estar en un determinado plan, de no ser así, se les haría completamente imposible patrocinar o spotear un programa de radio y menos aún de televisión por

---

<sup>14</sup> Entrevista con el señor Humberto Espegal durante un control remoto, el 31 de julio.

resultar más costosos en cuanto a patrocinios y anuncios se refiere.

Para ejemplificar de mejor manera lo que significa una bonificación para un patrocinador se debe mencionar que el descuento del 50 por ciento consiste en pagar solamente un comercial, mientras que la empresa deja salir al aire otro gratis. En un principio hace diez años, se comenzó a dar uno por uno, es decir, un comercial pagado por uno gratis; en la actualidad salen cuatro *spots* al aire por el precio de uno. De la misma manera si en un principio el costo de un comercial era de cien millones (de viejos pesos), hoy cuesta 25, los precios son determinados según la época, el cliente y la empresa, así como el monto de dinero. En este sentido no es que los comerciales hayan bajado de precio y las empresas pierdan, sino que ya no es posible debido a la época más cara cada vez, que se compre un *spot* de cien millones, pudiendo costar 25 dentro de un plan de pago anticipado, donde el precio es dividido entre cuatro.

Mediante el plan de pago anticipado, el anunciante tiene la ventaja de recibir la bonificación de pagar uno por cuatro *spots* ya sea en radio o televisión, es decir, que si un comercial tiene un costo de 200 millones, el comprador sólo pagará 50 por él, así las empresas, en este caso Televisa, que es la más cotizada por compradores, mueve su dinero para otorgar bonificaciones en el medio que mejor convenga al cliente.<sup>15</sup>

Se dan más ventajas a los compradores en la medida en que un programa determinado tenga mayor audiencia, aunque el programa aquí estudiado sea de radio y no de televisión, con relación a este pago anticipado, si se mencionaron precios de televisión fue por haber sido este tipo de empresas las pioneras en utilizar el pago anticipado en comerciales; cuando vieron que era conveniente para el medio, se utilizó entonces también en radio; aspecto favorable tanto para compradores como para vendedores, porque como ya se mencionó, las tarifas para un *spot* son demasiado costosas. Para darnos una idea de una tarifa actual en televisión, en el canal 2 "triple A" el minuto cuesta 372 millones de viejos pesos, dentro del Plan Francés ese costo se divide entre cuatro, quedando en un precio de 93 millones; mientras que en el canal 5, un minuto cuesta 175 millones, dividido entre cuatro.

Para obtener una cifra más cercana al medio en cuestión, la radio; es necesario proporcionar algunas cifras en estaciones que según INRA (empresa que se encarga de medir el *rating* en las estaciones) tienen mayor audiencia. En la XERED, dentro del noticario *Monitor*, el programa más costoso de la radio, el minuto cuesta dos millones, 300 mil pesos. En W FM, los 20 segundos tienen un costo de 247 mil pesos, en XEX 20 segundos 107 mil pesos.

---

<sup>15</sup> Véase *Radio e Ideología*, De la Selva, Alma Rosa, p 48, para mayor información sobre la ANAM.

Estas estaciones fueron elegidas al azar, teniendo en cuenta principalmente los precios de los *spots* que tiene cada una, para que de esta manera se pueda ejemplificar el costo de uno de los programas más costosos con otro de una estación que casi no tiene audiencia, según cifras proporcionadas por INRA, como se mencionó.

Es sumamente importante aclarar que en radio las bonificaciones se otorgan a uno por uno, es decir, un comercial cobrado, por uno gratis; la división no se hace entre cuatro como en televisión debido al costo de sus tarifas en radio, el cual es menor. Para darnos una idea entre lo que es el precio en una radiodifusora con audiencia y una que casi no es escuchada, las cifras de radiodifusoras con bajo *rating* como Radio Chapultepec, XEOC, el precio es de 81 mil pesos, mientras que en ABC 710, otra estación poco escuchada, el costo es de 180 mil pesos. Otros programas como el de ACIR con Guillermo Ochoa, por vía satélite, los 20 segundos cuestan, 1 millón 700 mil pesos, y 500 mil más por enlace con 45 emisoras.

En la XEW, los 30 segundos tienen un costo de 310 mil pesos, el comercial. Ahora, supongamos que Aurrerá transmite 15 cortes comerciales durante las dos horas que dura el programa; cada bloque de cortes tiene una duración de aproximadamente tres minutos, se consideró la duración de tres minutos por aquellos comerciales incluidos durante la presentación del programa y de los temas, además hablamos de bloques porque cada corte se compone de tres a cuatro comerciales, que sumados son aproximadamente tres minutos. De esos 15 cortes, solamente siete son cobrados debido al Plan Francés al que están inscritos los compradores. Si tomamos en cuenta que el cobro es por segundo, entonces multiplicamos, los sesenta segundos de cada minuto por tres que dura un bloque de comerciales, tenemos que son 180, ese tiempo lo multiplicaremos entonces por el resultado del número de cortes, que son en este caso siete por tres minutos que dura cada uno.

Finalmente se hace la multiplicación de 28 por 240, el resultado, 3 780 segundos que convertidos a horas equivaldría aproximadamente a una hora con trece minutos. Si tomamos en cuenta que los 30 segundos tienen un valor de 310 mil pesos, obtendríamos que 620 mil pesos equivalen a un minuto, y el costo aproximado total de Aurrerá en una transmisión de *El mundo de la mujer* es de 45 millones con 260 mil pesos.<sup>16</sup>

Al firmar la compra de un determinado programa en cualquier estación de radio o televisión, el cliente se compromete por un determinado tiempo, es decir, durante el año que dura el contrato, renovándolo al año siguiente, en caso de seguir interesado por el mismo. De esta manera de las 52 semanas con las que cuenta un año, el cliente paga 18

---

<sup>16</sup> Entrevista con el señor José Antonio Gaspar, director comercial de Organización Impulsora de Radio (OIR), el 26 de octubre de 1992.

semanas reales, recibiendo el descuento por medio de la bonificación, como si pagara las 52 semanas. <sup>17</sup>

Por otra parte, las agencias publicitarias ganan el 15 por ciento de la comercialización lograda por los patrocinadores. El tiempo del programa es distribuido entre los temas a tratar, aproximadamente cuatro por día, debido a que de las grabaciones de Emma Godoy depende la asistencia del cuarto invitado. Los comerciales del patrocinador son de siete a ocho en cada hora, estos también varían de acuerdo al tiempo ocupado en cada sección, que no todos los días resulta ser el mismo; y el 12.5 por ciento, como la Ley Federal de Radio y Televisión lo indica, debe pertenecer al gobierno, que el programa de Janett utiliza para campañas de Salud, Solidaridad, del Consejo Nacional de la Publicidad, etc., elementos que serán explicados de manera amplia en el capítulo dos.

Dos horas de duración de esta producción radiofónica se distribuyen aproximadamente de la siguiente manera:

En 30 minutos de programa, el tiempo distribuido entre spots y transmisión orientadora es así:

#### Cuadro 1

##### Distribución del tiempo en el programa

10:10 horas	— comerciales
10:14 horas	— programa
10:19 horas	— comerciales
10:21 horas	— programa
10:27 horas	— comerciales
10:30 horas	— programa
10:40 horas	— programa
10:34 horas	— comerciales

En 30 minutos de programa monitoreado se puede ejemplificar el tiempo dividido entre patrocinador y producción radiofónica. Así el espacio quedó dividido con exactitud a la mitad, sin embargo debe tomarse en cuenta que la mayoría de veces no sucede de esta manera, porque por más que se quieran controlar los segundos en radio, por ser uno de

---

<sup>17</sup> *Ibidem.*



los factores más determinantes en los programas, resulta casi imposible dividir el tiempo con exactitud. Dentro del espacio a comerciales en media hora plasmada en el cuadro 1 de arriba dos espacios de comerciales que aquí aparecen, son del gobierno, dentro del tiempo que le corresponde.

Ante la distribución de tiempos, recordemos "que el tiempo es oro en radio", y por lo tanto implica una cantidad razonable para los productores y el anunciante. En el caso de Aurrera un 50 por ciento del tiempo, es dividido en relación con *El mundo de la mujer*, en el cuadro 1.

Hay comerciales grabados que solamente son transmitidos durante el tiempo que dura la producción, y otros que son leídos en vivo por la misma Janett Arceo, estos últimos son aquellos comerciales del día, es decir del "martes de la canasta" por ejemplo, o del miércoles, o cualquier otro día de la semana a los cuales la tienda patrocinadora se encargó de poner algunos nombres para anunciar sus productos con un determinado orden.

Para tener una idea de lo que son los comerciales leídos en vivo por Janett Arceo, se presenta uno de los guiones utilizados para que la conductora lea en tres minutos:

CLIENTE: AURRERA  
PRODUCTO: NARANJA/FRESA/PERON  
MEDIO: XEW "EL MUNDO DE LA MUJER"  
FECHA: 26 DE MAYO DE 1992.

COMENTARIO NO. 1 PARA EL MARTES 26 DE MAYO DE 1992.

OPERADOR: ENTRA TEMA CARIBEÑO

JANETT

SEÑORA, ACUDA A SU TIENDA AURRERA MAS CERCANA PORQUE HOY ES MARTES, DIA DE LA CANASTA Y ENCONTRARA PRODUCTOS FRESCOS A PRECIOS MUY ESPECIALES.

ADEMAS HAY FRUTAS QUE SE PUEDEN CONSUMIR TODO EL AÑO, COMO LA NARANJA, UN CITRICO QUE ES MUY JUGOSO Y QUE APORTA EL 70% DE LAS NECESIDADES DIARIAS DE VITAMINA "C" QUE NECESITA NUESTRO CUERPO.

Y PARA QUE USTED Y TODA LA FAMILIA, DISFRUTEN EL SABOR DE LA NARANJA, AURRERA LE BRINDA HOY MARTES, LA NARANJA VERACRUZ A \$1,590 PESOS KILO.

YA QUE HABLAMOS DE FRUTAS RICAS EN VITAMINA "C", TAMBIEN PUEDE ADQUIRIR LA FRESA A \$7,500 PESOS EL KILO.

OTRA FRUTA QUE ESTA CON PRECIO MUY ESPECIAL ES EL PERON GOLDEN, QUE CUESTA \$5,990 PESOS EL KILO.

RECUERDE QUE ESTOS PRECIOS ESPECIALES, UNICAMENTE HOY, MARTES, ASI QUE APRESURESE Y LLEVE TODA LA FRUTA QUE NECESITE PARA PREPARAR EXQUISITOS POSTRES Y PLATILLOS.

ANIMENSE Y VAYA A AURRERA PORQUE HAY UN GRAN SURTIDO DE FRUTAS DE LA ESTACION, TODAS FRESCAS Y A SU ALCANCE.

AURRERA TIENE MUCHO PARA USTED HOY MARTES, DIA DE LA CANASTA.

### Contenido de los temas tratados por colaboradores

Los temas tratados por los distintos colaboradores son diversos, y la mayoría de ellos especializados, si decimos la mayoría, es porque algunos son humorísticos, como sucede con la colaboradora María Esther y su sección llamada Humor.

Los temas seleccionados para el público radioescucha, son particularmente aquellos que se refieren a la salud y el buen aspecto, tanto físico como psicológico y anímico del receptor, según lo comentaba la propia conductora del programa; son aspectos que buscan el bienestar del público, elemento que forma parte de la orientación social con la que se identifica la producción de radio, es parte de esa enseñanza que deben jugar los medios de difusión.

Para hacer mención de algunos temas, se tomó en cuenta el primer monitoreo, realizado en el mes de abril del 92, el cual resultó interesante por coincidir con la Semana Santa, con lo que se escucharon y analizaron los aspectos relacionados con la cuaresma, así como el mensaje de reflexión proporcionado al radioescucha. En la sección de Emma Godoy, donde se habla principalmente de consejos acerca de actitudes y decisiones en la vida; la doctora Godoy es como una especie de psicóloga-sacerdote, que ayuda al radioescucha a actuar en sociedad. Puede hablar desde algunos problemas psicológicos hasta la integración de los grupos sociales, fechas importantes así como héroes nacionales e internacionales, religión, etcétera.

En Semana Santa, por ejemplo, se puso una grabación *ad hoc* que la doctora Godoy grabó para *El mundo de la mujer*, antes de morir. Esta cinta trataba el tema religioso,

donde a partir de ese concepto la doctora aconsejaba al auditorio, citando repetidas veces a San Agustín, es por eso quizá, como dice la conductora que el público sigue necesitando de esas grabaciones, oyéndolas como palabras de aliento y consejos positivos, para su vida cotidiana.

Cada una de las secciones mencionadas en estos renglones serán analizadas en el capítulo dos, es por ello que en estas cuartillas sólo se introducirá al lector en este elemento constitutivo de *El mundo de la mujer*.

Por su parte el doctor Alfonso Aguilar tiene una sección titulada Medicina General, donde orienta al público en lo concerniente a enfermedades frecuentes en nuestra sociedad, pudiendo ser prevenidas. Generalmente él habla, desde una simple gripe hasta casos verdaderamente graves, como es la fiebre tifoidea. Esta sección como todas las demás, se transmite aproximadamente cada quince días, con una duración relativa de 30 minutos.

Por lo general, en todas las secciones los invitados dan una pequeña introducción al tema del día, posteriormente se dedican a dar respuesta a las dudas del auditorio hasta agotarlas, este es trabajo del expositor con su explicación, proporcionada a través del radio. Son diversos temas y aspectos dentro de *El mundo de la mujer*. Entre éstos otro de importancia para el equipo de producción, sobre todo por la aceptación que ha tenido por parte del público, es la sección de Geriátría, expuesta por el doctor Guillermo Amaro Rangel, quien también se encarga de dar a conocer diversos temas en su ramo, esperando responder todas las dudas del público.

En algunas ocasiones los colaboradores del programa, en parte porque la transmisión lo obliga, y en parte porque son temas completamente nuevos que requieren de una persona más especializada, que esté empapada del tema que se vaya a tratar para que pueda hablar con mayor seguridad de enfermedades, curaciones y de congresos que se lleven a cabo en la ciudad de México, relacionados con las enfermedades que ellos explican en el programa, son personas que deben estar informándose constantemente del tema a tratar. Algunos invitados reciben la propuesta de asistir al programa para dar a conocer instituciones sociales poco aceptadas o conocidas en la población como fue el caso de las fundadoras del Instituto para la Senectud; o el caso de las enfermeras que asistieron al programa como invitadas del doctor Amaro Rangel, para exhortar al público radioescucha al Congreso de enfermería, en fin, son invitados que se requieren, es necesaria su presencia, ayudándolos a la vez a hacerse un pequeño comercial a través del medio, ya sea con una invitación como mencionamos, o dando información sobre la existencia de instituciones, desconocidas por el radioescucha e incluso invitándoles a que los visiten o apoyen, ya sea llevando a personas interesadas en el asunto a tratar, o regalando despensas, donando sangre, brindando apoyo, en caso de dependencias como lo son las de los niños abandonados.

La sección de Nutriología, con variadas recetas de cocina, es programada y expuesta por la profesora Trinidad Berrum, quien orienta a las amas de casa en lo tocante a los alimentos nutritivos, posibilidades de combinación para preparar varios platillos ricos por su valor nutricional, recetas que resultan económicas y por lo tanto recomendables para las señoras que desean cuidar su economía y alimentar bien a la familia, ese es el caso de la receta de croquetas de avena, proporcionada por la doctora Berrum y que a continuación se presentan como ejemplo de las partes constitutivas del programa.

**Ingredientes:**

*1 taza de hojuelas de avena*

*1/4 de taza de germen de trigo*

*1/2 taza de verdura (zanahoria, calabaza, puré de papa o clara de huevo, vetabel o jícama) amaranto, al gusto.*

**Preparación:**

*Poner a remojar la avena en poca agua caliente, posteriormente se revuelve con los otros ingredientes, se forman las croquetas y se hornean a 175 °C, a los seis minutos, se voltean, metiéndose al horno nuevamente durante otros seis minutos. Se sirven acompañadas de una ensalada.*

*El mundo de la mujer es un programa sui generis que trata tantos temas, como especialistas invita; entre tantas secciones también está la del maestro Solar quien al igual que el Padre Javier Miranda, también colaborador, se dedica a dar consejos morales al público radioescucha, mencionando elementos importantes en la vida del ser humano como lo es, por ejemplo, la música, la cual según el maestro Solar, es un elemento importante en nuestra vida porque la música despierta en nosotros sentimientos inexplicables, del mismo modo que funciona para levantar el estado de ánimo. Por ejemplo una persona cobarde, tímida y débil debe escuchar música fuerte, este es uno de tantos consejos proporcionados por el colaborador Solar.*

Son temas que como se puede observar, están enfocados a la ayuda emocional y espiritual del individuo radioescucha, mientras éste de alguna manera tiene la necesidad de escucharlos, al opinar que los consejos del programa le son útiles para actuar en la vida cotidiana de una mejor manera, de acuerdo al manejo de sus relaciones interpersonales y principalmente con la familia.<sup>18</sup>

¿De qué otra manera se puede orientar al público radioescucha? El equipo productor incluye en su sumario, temas como el relacionado con la psicología y la salud mental,

---

<sup>18</sup> Opiniones del público en el control remoto del programa, desde Aurrerá Azcapotzalco, el 2 de octubre de 1992.

cuenta para ello con una sección que lleva por nombre de Psicología; sin embargo, el equipo de producción considera que no sólo debe tratarse el tema mental sino también aquel relacionado con los sentimientos y emociones, para ello cuentan con la sección de Salud Mental con el doctor Martínez, quien habla de diversas formas de adquirir satisfacción sin frustrarse ni sufrir demasiado, su sección es una manera más de aconsejar al auditorio la forma de llevar una mejor vida como ser humano, integrante de una sociedad, así como la manera de desarrollarse y crecer sin verse frustrado por obstáculos que el grupo en el que se desenvuelva, pueda presentar. Consejos para no sufrir y tener insatisfacciones que bien valdría la pena tener presentes en el momento de actuar en un grupo o en una relación interpersonal porque la felicidad es mutua y al dar satisfacción al otro, la satisfacción es obtenida por nosotros mismos debido a la necesidad de interdependencia.<sup>19</sup>

La sección del señor Luis Castañeda, transmitida cada quince días está dedicada, como las demás secciones del programa, a la orientación de las amas de casa, radioescuchas que necesitan sentirse útiles, por lo que es necesario e importante que la mujer se arregle desde temprano, que haga cosas que le permitan desarrollar su intelecto para que así se sienta bien con su capacidad y consigo misma.<sup>20</sup>

Se ha presumido hasta la fecha, y desde el momento de la salida al aire del programa calificado de orientación social, que su permanencia al aire se debe a que el público lo encuentra interesante y por lo tanto acepta cada uno de los temas expuestos y porque también cuenta con secciones de entretenimiento para la mujer, ya que es ella el auditorio de esta transmisión.

Una de esas secciones de entretenimiento es la de Astrología, con el doctor Jorge Ramos quien cada dos semanas visita al equipo de producción y las cabinas de la estación para hablar de las características de todas aquellas personas nacidas bajo un determinado signo del zodiaco; así mismo, responde dudas manifestadas por el auditorio a través de llamadas telefónicas y correspondencia, habla también acerca de la compatibilidad de un signo con otro y de las características positivas que puede aprovechar una persona de cualquier signo para vivir mejor.

Los temas tratados en el programa analizado para esta investigación, se seleccionan por parte del equipo de producción de manera muy atinada, de acuerdo a fechas y acontecimientos importantes; los ya mencionados son aquellos temas que llevan el

---

<sup>19</sup> Análisis del programa monitoreado el 7 de abril de 1992, en la sección de Salud Mental, con el doctor Martínez.

<sup>20</sup> Análisis del programa monitoreado, el 10 de abril de 1992, en la sección Arreglo Personal, con el señor Luis Castañeda.

nombre de la sección, con el que se identifican siempre en el programa, contando con una continuidad de 15 a 20 días, es decir que si un invitado y especialista en ginecología, explica ese tema, siempre hablará de aspectos relacionados con su especialidad, sin salirse del nombre que lleva su sección, aunque sepa otras cosas de medicina. Hay otros aspectos, preparados de acuerdo a una determinada ocasión, un ejemplo de ello, es el espacio que se le da a los congresos de importancia nacional e internacional que tengan que ver con nuestro país, como fue La Feria de Odontología, en la UNAM que se inauguró el 27 de abril de 1992, tema que se aprovechó para hacer una sección en el programa de ese día, teniendo como invitado al doctor Timoteo Barrera, profesor de esa Facultad, quien aceptó la invitación a la transmisión para invitar a través de ella al público a la Feria de Odontología.

Temas a tratar hay muchos, como los improvisados, surgidos para difundir algún evento. En este caso se benefician del programa difusor los organizadores, se presentan como invitados, hablan del tema, de su interés por hacer llegar a la mujer radioescucha esa información para que nazca un interés hacia él, si esto ocurre, el radioescucha asistirá al congreso o evento difundido en la transmisión. Al ser un programa que incluye en su repertorio de temas, tantos aspectos a tratar, no podía faltar la sección de Asesoría Legal con el licenciado Valente Arizavalo, quien se dedica tal como el nombre de la sección lo indica, a asesorar al escucha para que éste defienda sus derechos de manera legal, y trate de hacer las cosas por ese medio y no confiarse, porque si es así, podría llegar a perder lo que le pertenece. Algunas ocasiones el licenciado Valente Arizavalo invita a un colega, haciendo referencia a la frase de “un invitado invita a otro invitado”, para que así, entre los dos hablen al público sobre la asesoría legal de la cual hayan expresado dudas las personas que llamaron al programa, así se preparan temas como la herencia, contratación, compra-venta, testamentos, etcétera.

No podía faltar una sección que hablara de educación sexual, por una parte, para completar el cuadro temático suigéneris con que cuenta esta producción radiofónica, y por la otra, para hacer más completa esa orientación social de la que presumen sus productores. Esta sección está a cargo de la profesora Martha Lenda Morales, quien en cada uno de los espacios que tiene destinados, se encarga de dar una pequeña plática sobre temas sexuales. Ella considera conveniente expresar estos temas de manera abierta y amplia al público. Estos consejos de sexualidad, los productores de *El mundo de la mujer* los consideran importantes porque “si no nos aceptamos sexualmente es debido a informaciones deformadas o cuestiones incluso, culturales”, expresa la doctora Martha

Lenda Morales. <sup>21</sup>

Una sección más que incluso ayuda a complementar a la educación sexual y viceversa, es la de Psicología con la licenciada Laura Pérez Loreto. Ella menciona varios términos psicológicos para poder explicar al radioescucha la parte que también constituye al ser humano, la psíquica, dentro de la cual está la educación, y cuáles serían las formas de comportarse en sociedad. Al terminar de explicar el tema del día, la licenciada, como la gran mayoría de los invitados, se dedica a dar solución a las dudas del auditorio, expuestas como ya se ha mencionado, a través de llamadas telefónicas, cartas o telegramas. Siendo una especie de recetario, aunque no de cocina. Laura Pérez Loreto ofrece consejos al radioescucha para que éste se esfuerce para el logro de una mejor manera de vivir, un ejemplo de ello es el monitoreo realizado para este trabajo con el tema Elección de pareja, expuesto el 15 de abril, donde la licenciada en psicología habla acerca de como estamos acostumbrados a nivel inconsciente, a la elección de pareja, lo que en muchos casos lleva al divorcio, debido a una elección equivocada.

Después de mencionar cada uno de los elementos relacionados con el tema del día, propone algunos pasos a seguir para sufrir menos al elegir pareja, y llevar un mejor trato y relación con ella. En este sentido Laura Pérez Loreto presenta los siguientes elementos al radioescucha:

*a) Partir del hecho de hacer conciencia, que no se puede elegir pareja a partir de la proyección-identificación. La proyección-identificación, es cuando depositamos en el otro lo que no toleramos de nosotros mismos.*

*b) Empezar por reconocer nuestros propios errores.*

*c) Pensar en el reacomodo de la relación con base en los dos puntos anteriores, esto lleva a la salvación de la pareja.*

*d) Aliviar el resentimiento hacia los padres, para poder elegir pareja en la edad adulta.*

*e) Romper con lo negativo.<sup>22</sup>*

---

<sup>21</sup> Análisis del monitoreo del 21 de abril en la sección Sexualidad, con la profesora Martha Lenda Morales.



En un programa que trata diversos temas como el de *El mundo de la mujer*, no podía faltar una sección que diera consejos acerca del buen comer, el gusto por la comida y la bebida, así como la combinación de una bebida con un determinado platillo para comer con gusto, este es el caso de la sección El buen comer con el experto en vinos, como la misma Janett lo presenta ante el auditorio, el señor Julio Mishio. Él aconseja combinaciones de bebidas y platillos, reitera que con un platillo fuerte, se lleva una bebida fuerte, para uno suave, bebida suave; el vino blanco se deberá tomar frío, mientras el tinto a temperatura normal, es decir tibio.

Aunque no se hizo mención de todos los temas trabajados en el programa, en este apartado se han seleccionado únicamente, aquellos que se transmitieron al aire en abril, mes monitoreado para el análisis; de la misma manera, en este capítulo sólo fueron mencionados, sin llegar a un análisis de contenido, ni tiempos, ya que ese trabajo será expuesto en el próximo capítulo. Estos temas son de alguna manera los que ejemplifican la orientación social, mencionada por los productores y realizadores de la transmisión, orientación que consiste en proporcionar consejos al radioescucha de aspectos de la vida cotidiana, el contenido de algunos de ellos, se ha expuesto sin necesidad de llegar al análisis profundo, pues se considera que deben ser nombrados por pertenecer a la suma de elementos constitutivos de la producción radiofónica para mujeres.

### **El control remoto, partícula fundamental en *El mundo de la mujer***

El control remoto es otro elemento primordial para que el programa guarde una relación más estrecha con su público. Desde hace 12 años cuando surge la producción, como idea original del señor Jaime Almeida; desde ese momento también nace la idea de hacer control remoto, a la par del nacimiento de un programa para mujeres. En un principio el control remoto se hacía de dos a tres por año, después cada quince días o una vez por mes, para probar si era o no funcional tanto para los productores como para la tienda patrocinadora, cuando pasó el tiempo los productores sabían, junto con el patrocinador, que el control remoto ayudaba a que se diera un mayor contacto con el público para que éste aceptara mejor el programa, porque de alguna manera lo demostraba, asistiendo a las diferentes tiendas patrocinadoras desde donde se transmitía, y aún continúa transmitiéndose *El mundo de la mujer*.

Las transmisiones tipo control remoto, colaboran a la tarea de la radio en el ámbito social, para ello es necesario recordar lo dicho por Francisco Gutiérrez Espinoza en su

---

<sup>22</sup> Monitoreo de la sección Psicología, con la licenciada Laura Pérez Loreto, el 21 de abril.

tesis de licenciatura, acerca del objetivo de este medio.

La tarea principal de la radio es informar y comentar para que el pueblo, en cuyo beneficio está establecida la radiodifusión, pueda estar informado y enterado oportunamente de todos los acontecimientos que ocurran y puedan irse formando un juicio exacto del mundo en que vive.<sup>23</sup>

Esta tesis tiene aproximadamente 27 años de haberse escrito, y podemos apreciar que aún tiene vigencia debido a que precisamente la tarea de la radio es informar, y en nuestro programa que ha tomado el rubro de orientador social, sucede que existe la búsqueda de un mayor contacto con el público, elemento que lo ha hecho permanecer en el gusto del mismo, ya que el auditorio, eso es lo que busca, un mayor contacto con conductores, productores, e incluso sentirse parte de la producción del programa de radio. Sentirse informado de aspectos actuales.

En las producciones de control remoto también se requiere de un gran equipo para poderlo transmitir, si decimos "gran" nos estamos refiriendo al número de personas; la productora debe asistir a cada control remoto para mantener el contacto con el público radioescucha; se cuenta también con la ayuda de un coordinador quien apoya al productor, encargándose de ordenar todos los aspectos del día relacionados con la transmisión. Por su parte el asistente se encarga de que el sonido sea el adecuado y ayuda, tanto al productor como al coordinador en los elementos que hagan falta. También se cuenta con la presencia de dos técnicos, quienes se encargan del cableo, de las instalaciones de micrófonos, bocinas y aparatos de sonido, así como moduladores. El ingeniero asiste todas las transmisiones para reparar las fallas, en caso que las haya, así como para dirigir a los técnicos. El chofer se encarga de transportar a todo el equipo de producción, su labor consiste en llevarlo hasta donde sea el control remoto, todos los puntos donde se ubican las tiendas Aurrerá; y cuando termine la transmisión, regresar el equipo a la estación radiofónica.

Alguien que no podía faltar, la conductora del programa, Janett Arceo, como ya se había mencionado es la persona indicada para este tipo de programas, por su espontaneidad y facilidad ante los micrófonos, seguridad que demuestra estando frente al público que la mira con atención en las transmisiones de control remoto.<sup>24</sup>

Para llevarse a cabo estas transmisiones no se tiene un tiempo definido, cuando el

---

<sup>23</sup> Véase *La radiodifusión comercial no es un servicio público*. Gutiérrez Espinoza, Francisco. Tesis profesional por la UAG.

<sup>24</sup> Entrevista con el señor Humberto Espejel, durante un control remoto de Aurrerá Azcapotzalco. el 2 de octubre de 1992.

patrocinador llama por teléfono a la estación y platica con el equipo de *El mundo de la mujer*, pidiendo su asistencia a una tienda perteneciente al mismo, de cualquier punto de la ciudad concertando la cita y poniendo un día específico; cuando ya es segura la asistencia del equipo del programa a una tienda, una semana antes se le informa al público, a través de las transmisiones, el lugar donde se llevará a cabo el próximo control remoto. La obligación del equipo de trabajo, es asistir, sólo se confirma la fecha, el lugar y la hora que siempre es la misma, es por ello que a veces en una semana se llegan a transmitir hasta dos controles remoto, mientras que en otras, sólo uno.

Un aspecto importante que no debe soslayarse, es la presencia de personas conocidas del ambiente artístico y los medios de difusión. Esa invitación a artistas provoca una mayor asistencia y participación del auditorio. El artista es invitado a la última media hora de la transmisión con el fin de que el público se quede hasta el final de la misma.

Durante el control remoto no se tiene un guión o estructura del programa, para seguir al pie de la letra, como sería en el caso de las producciones desde la cabina de radio, en la estación difusora, más bien en el control remoto, el equipo de producción se organiza de otra manera, tienen en mente la estructura de cada programa producido desde fuera, es decir en las tiendas patrocinadoras. Trabajan de forma armónica, ellos saben que en primer término estará uno de los colaboradores con un tema de interés para el público, en segundo lugar esta la presencia de otro colaborador o la presencia de un actor o persona conocida, como sucedió en el control remoto de Aurrerá Echegaray con Carlos Ignacio, actor de teatro y televisión.

En el tercer espacio se cuenta con la presencia de otro invitado, con su respectivo tema a tratar, para finalmente pasar a la parte más esperada por el auditorio, el tiempo destinado al artista, al cantante. En el control remoto de Aurrerá Echegaray, se contó con la presencia de José Angel Espinoza alias "Ferrusquilla", quien cerró el programa de ese día, interpretando dos melodías de su propia inspiración, con su grupo de músicos.<sup>25</sup>

Al tener diversidad como producción radiofónica *El mundo de la mujer*, provoca un incremento en el auditorio porque al tratar cuatro temas por programa, un cierto número de personas se interesan por un tema, mientras otro número se interesa por un aspecto distinto. de esta manera lo que se puede percibir en el control remoto, donde se ven las actitudes del público presente en la transmisión; los asistentes y algunos oyentes de esta, se enteran a través de la conductora, si el próximo control remoto será cerca de su

---

<sup>25</sup> Percepciones del control remoto de Aurrerá Echegaray, el día 31 de julio de 1992.

domicilio para de esa manera poder asistir; elemento percibido en algunos controles remoto a los cuales se tuvo la oportunidad de asistir, sin embargo, el objetivo de nuestro estudio no es tratar con las reacciones del público radioescucha debido a la complejidad que representa detectar el gusto del auditorio, se considera que este aspecto debe ser estudiado por saber muy poco de él, sin embargo el abordarlo en este trabajo, significaría desviarnos del objetivo principal, que es *la descripción de un programa de radio para mujeres*.

Después de haber descrito los elementos constitutivos para conocer la manera en que se integra el programa, en el capítulo siguiente se mostrará el análisis de algunos elementos, en este caso aquellos que son fundamentales para determinar la calidad de la producción. El análisis de los temas tratados es primordial, por lo cual se le da mayor peso en contenido a ese aspecto sin olvidarse de los aspectos técnicos, y el tiempo dividido entre comerciales y colaboradores, así como la distribución de tiempo entre temas, comerciales y conductora.

## Capítulo Dos

### Análisis de temas tratados en el programa llamados de "interés social"

*Todo medio de comunicación  
es prolongación de algún  
sentido físico-psíquico de  
la percepción humana.*

Ramón López de la Serna.

Dentro de este capítulo se tratarán elementos técnicos, estructura y contenido de algunos de los programas monitoreados. Se considera necesario presentar los elementos técnicos para ejemplificar los aspectos con los cuales se puede estructurar un programa de radio.

El contenido es fundamental porque permite mirar más de cerca, a quiénes se dirige la producción, el tipo de lenguaje que se utiliza así como los conceptos a través de los cuales se habla al público radioescucha. Por ello consideramos como factor importante, mostrar un análisis de un guión, realizado a partir de media hora de monitoreo de la transmisión para ejemplificar esos aspectos analizados en referencia a contenido, se trata de un guión realizado desde el ángulo del radioescucha, no de la producción y de quienes realizan el programa, es importante mirar cómo es un guión desde lo que se percibe, lo que se escucha, y no partiendo de lo que está del otro lado del aparato, de esta manera se ejemplificarán los aspectos analizados en relación con el contenido.

Se presentará un segundo programa, también dirigido a la mujer, sus aspectos, temática y estructura, como una opción más para escuchar radio y su relación con la mujer en México. Es necesario presentarlo como una segunda producción que por la coincidencia de horario, por el auditorio con el cual dice que cuenta y por el lenguaje

cotidiano, es similar al programa de este análisis. La producción es *Hablemos de los hombres*, conducida por Fernanda Tapia y Mayte Noriega, la elección de esta emisión se justifica por el horario. El público a esa hora, las diez de la mañana, cuenta con dos opciones o más para escuchar, es él quien decide cuál le interesa, entretiene o informa más para su vida cotidiana. Segundo, por tratarse de un programa enfocado también a la mujer, por lo que de algún modo representa una competencia de Radio Mil para el de la XEW. Ante la aclaración de que ambas producciones son para mujeres, cabe postularnos una interrogante: ¿ambos programas se dirigen a la misma mujer, con las mismas inquietudes, a aquellas amas de casa que buscan entretenerse e informarse un rato? Para responder consideramos los aspectos de ambas producciones, del primero *El mundo de la mujer*, realizando un análisis de fondo por tratarse de la producción elegida por razones explicadas en el capítulo anterior, y del segundo, por tratarse del programa que nos sirve de punto de comparación para nuestro análisis de las producciones para mujeres.

Del segundo programa se decidió hacer un inciso –el segundo del capítulo 3– con el fin de mostrar otra producción distinta para mujeres en la radio, con elementos distintos y similares a lo que es *El mundo de la mujer*, lo único similar es que ambos son para mujeres. Sin embargo, la segunda opción que se presentará es con el fin de mostrar la contraparte del primero.

## **Elementos técnicos, estructura, tiempo dividido entre comerciales y temas**

### *Elementos técnicos*

Dentro de la estructura de los programas de la serie, es fundamental considerar los elementos técnicos, que indudablemente tienen una función significativa en las producciones radiofónicas. Los elementos técnicos son interpretados como los aspectos fundamentales que utiliza el equipo productor del programa para mujeres, lo cual conduce a preguntar, para transmitir los programas al aire ¿qué elementos son necesarios de tomarse en cuenta? El tiempo, es decir los minutos asignados a cada invitado para que este exponga su tema; de la misma manera el tiempo utilizado, desde el momento de la rúbrica, hasta el espacio destinado a cortes comerciales.

Dentro de los elementos técnicos también se tienen contempladas las intervenciones de la conductora durante las dos horas de transmisión, mismas que no fallan, aunque le corresponda hablar al invitado, elemento que más adelante se mencionará de manera más precisa; los puentes y chispas musicales dentro de las transmisiones, participaciones

de los cuatro invitados por día, así como los temas que cada uno de ellos expone en la media hora que les asignan.

El análisis de elementos de producción del programa se realizó partiendo de 15 días de monitoreo de los programas, del 15 de septiembre al 30 del mismo mes, de 1992, tomando en cuenta que son diez programas para la muestra, cinco por semana. El estudio no se contempló de manera caprichosa y arbitraria, ya que en un primer momento, para elementos del capítulo uno de este trabajo se monitoreó todo el mes de abril. Sin embargo, sólo pudieron rescatarse algunos aspectos debido a que ciertos programas no eran adecuados para realizar monitoreo de los mismos, por tratarse de transmisiones especiales, de fiestas patrias, aniversario del programa o de la estación, etcétera. En relación con los monitoreos que se hicieron de ellos, y de esta manera que resultaran productivos para los apartados a tratar en el segundo capítulo, es por ello que para analizar los elementos técnicos antes mencionados, se tomó como muestra el monitoreo de quince días, tiempo necesario para analizar un programa de dos horas diarias de transmisión; considerando que un mes de análisis convertiría al trabajo en algo reiterativo, sin ahondar en los elementos de nuestro interés.

En primer término tomaremos en cuenta el tiempo que se da a los invitados, y dentro de ese espacio lo que los colaboradores tienen la oportunidad de decir al público radioescucha en esa media hora relativa que se les asigna. Se hace mención del término relativo porque en los treinta minutos que los invitados tienen para exponer su tema, se resta el tiempo destinado a comerciales, y las intervenciones de la conductora limitan espacio al ponente para seguir hablando.

### *Estructura*

Para entender la estructura de *El mundo de la mujer*, se iniciará describiendo los temas expuestos en el mismo, algunas veces tomando en cuenta el día de su transmisión, como lo fue el 15 de septiembre. Entre las exposiciones de los invitados hay varias intervenciones de la conductora, incluso antes de hacer la presentación de los colaboradores, hace mención de programas posteriores, invitando al radioescucha a que sintonice la estación a la hora del programa, e incluso fuera del espacio para el mismo. Aprovechando las fiestas mexicanas, el 15 de septiembre de 1992, la conductora, Janett Arceo hace mención de lo que significa la noche mexicana y el gozo de ser del país, dice que para ella y para todos debería ser un orgullo ser mexicanos, y como tales defender nuestras costumbres y patria, asimismo, invita al público a que adorne su casa

con una bandera.

El paso siguiente será ofrecer al radioescucha un pequeño resumen de lo que contendrá el programa durante los próximos tres días, esto con el propósito de mantener el interés del radioescucha en la estación y más concretamente. En el programa, en este caso Janett informa al público que el programa se transmitirá de manera normal, es decir, en vivo, el 16 de septiembre, por lo tanto el equipo de producción espera que el radioescucha sintonice la estación, ya que ellos lo han asegurado, el programa "estará muy interesante". Se hablará acerca del Centro Histórico; mientras el viernes 18 de septiembre se celebrarán los 62 años de existencia de la XEW, y para celebrar estará en el estudio el coro del Instituto Cardenal Miranda bajo la dirección del sacerdote Javier González Miranda.

Como es costumbre, antes de iniciar la transmisión diaria, Janett Arceo se encarga de las felicitaciones y onomásticos para después mencionar a los invitados del día, Pedro Luis, Carmen Muñoz, Luis Castañeda, etc. Cada uno con temas diferentes y de interés para el público radioescucha, dice Janett al presentar el programa del día.<sup>26</sup>

¿Cuáles son esos temas que podrían resultar interesantes para el radioescucha? El equipo de producción, considera importante el expuesto por Pedro Luis, escritor de libros para la superación personal, que tiene una sección con el mismo nombre, Superación Personal. El tema que esta persona expone el 15 de septiembre, para tomar un ejemplo es el de "Cuando el hijo adolescente se quiere ir de la casa", expuesto a petición del propio público. Habla en torno al pensamiento y el destino, construido por nosotros mismos, según nuestros propios actos, relaciona su plática con Dios, el cielo y el infierno.

Finalmente hace una pregunta reflexiva: ¿Qué es más difícil de combatir, la creencia o la ignorancia? Él mismo responde, la creencia porque se cree que se sabe pero realmente no es así por ello afirma que nuestro trabajo en esta vida es de limpieza del espíritu y de nuestras acciones.

Se han descrito ya algunas características del programa, tomando como referencia una transmisión de un día festivo como lo es el 15 de septiembre. En los elementos técnicos se integra la organización del equipo de producción; en la cabina de transmisión sólo debe estar la conductora con sus invitados, quienes llegan de uno en uno, dependiendo del horario que se les haya asignado desde el principio de su colaboración.

En la cabina de control técnico está el señor Espejel, operador del programa, quién

---

<sup>26</sup> Información obtenida en el monitoreo del programa del 15 de septiembre de 1992.



además de desempeñar las funciones que su labor exige, introduce los comerciales grabados y registra los leídos por la conductora en vivo. En la misma cabina están la productora y la asistente, encargadas de la producción, que salga como fue planeada, estos aspectos son manejados en la cabina principal, mientras en una segunda, se reciben llamadas telefónicas y se encargan de controlar el sonido de la cabina uno.<sup>27</sup> Todos estos elementos técnicos son aspectos importantes para que una producción radiofónica sea óptima; en este programa se cuenta con un equipo de producción de aproximadamente 15 personas diarias, sin contar a los colaboradores que son cuatro por día.

La participación del público en un programa de radio se ha considerado como un factor importante, más aún en un programa en vivo, para tomar las opiniones del radioescucha y más que nada para estar al tanto del número de escuchas con los que cuentan. Las llamadas telefónicas son importantes en una producción de radio, los realizadores insisten al oyente para que haga un telefonema, sin embargo del promedio que se da al día de las llamadas recibidas, el promedio real nadie lo sabe, solamente aquellos que se dedican a atender esas llamadas en la cabina; sin embargo, no podemos dudar de aquellas personas del auditorio que hagan llamadas para responder alguna de sus dudas, porque quieren mandar saludos, o quizá porque se les ocurrió; es importante aclarar que sin entrar en un estudio profundo acerca del auditorio por considerarse elemento para otra investigación más profunda, éste es uno de los temas más difíciles de comprobar, la fidelidad de un radioescucha a una estación o a un programa, es sumamente complicado generalizar y comprobar si una persona es constante para un programa o no. Ante tal complejidad del auditorio, se decidió hacer la descripción de algunos temas, los cuales podrían resultar de interés para un público tan exigente como lo es el de la mujer.

Debido a algunas llamadas telefónicas en la producción de radio, se concretan a contestar dudas del auditorio; en un principio el invitado expone parte del tema que le corresponde dar, sin embargo el tiempo es limitado y más que exponer, se dedica a responder dudas del auditorio, esto en relación con las llamadas telefónicas que éste realice. Así, un invitado que se limita a responder dudas a través de llamadas, dando a conocer de su tema, solamente la mínima parte. Este aspecto resta científicidad al programa, que si en un primer momento surgió con la idea de ser diferente, proporcionar al auditorio información algo distinto a chismes de artistas y actitudes más

---

<sup>27</sup> Datos proporcionados por la asistente de producción hasta el día 14 de septiembre del 92, Carmelina Rodríguez, ya que en días posteriores, el 23 del mismo mes, se convirtió en la productora del programa, reemplazando a Rosy Chávez.

cotidianas que la propia vida. Un grave error cometido es el tiempo tan limitado que dan a cada invitado, así como las constantes intervenciones de la conductora que limitan la expresión del exponente y restan seriedad al mismo, porque una dificultad que constantemente se realiza en las producciones es que se confunde sencillez de lenguaje, espontaneidad, con intervenciones que no son necesarias y resultan inútiles para quienes escuchan el programa.

Por el momento solamente se mencionarán de acuerdo al mes monitoreado, el tiempo en el que se dividen los programas, sin mencionar aspectos de lenguaje y propósito del mismo, por ser este tema del siguiente apartado, por lo tanto sólo corresponde en estas líneas transcribir el cálculo que se realizó en cuanto a tiempos.

Para este análisis se tomaron como muestra quince días del mes de septiembre, lo que van del 15 al 30 del mismo mes por considerarse de mayor actividad en relación con el tratamiento de fechas nacionalmente importantes, estos son los mismos días clasificados como muestra para el análisis de contenido de temas y comerciales.

#### *Tiempo dividido entre comerciales y temas*

Para que el radioescucha forme su propia opinión acerca de lo que consume y lo que realmente le gustaría escuchar, presentaremos una descripción de lo que fueron las producciones de dos semanas de monitoreo de este programa.

El 15 de septiembre para poder comenzar con la muestra en relación con tiempos, se sumaron los minutos que hablaba cada invitado al terminar la media hora, asignada a cada uno de ellos para que expusieran su tema. Se sumaban esos minutos monitoreados para calcular el tiempo real asignado a cada uno, ante lo cual consideramos necesaria una aclaración, el tiempo real que se menciona es de acuerdo al conteo realizado a partir del monitoreo, no lo fue proporcionado por la estación de radio ni tampoco por los productores, al terminar con la descripción se presenta un cuadro donde se muestra la suma en tiempos de programa y comerciales. Aunque es necesario advertir que dentro de la misma transmisión, es decir, donde no deberían entrar comerciales, la conductora se encarga de hacer un pequeño comercial entre tema y tema, invitado e invitado, por ello aún el cuadro que se muestra no se apega demasiado a lo real, por razones de formato de la propia producción para exponer los comerciales cada vez que se le ocurre a la conductora e incluso a algunos de los invitados, esta sería ya cuestión de formato.

El primer día el invitado número uno fue el señor Pedro Luis con el tema cuando el hijo adolescente se quiere ir de la casa, a quien se le asignaron 19 minutos de la supuesta media hora con que cuenta cada exponente para decir su tema. Debido a la

fecha de transmisión, por ser día festivo se dedicaron ocho minutos a un control remoto desde Guadalajara, en la estación repetidora en aquel estado (WK), el tema asignado en ocho minutos fue el de las Fiestas Patrias. El segundo tema del día fue concedido a la señora Carmen Muñoz Soto quien se dedicó a hablar de la microindustria, cabe aquí una aclaración, el tema de la microindustria no es una sección del programa, algunas ocasiones introducen en las producciones algún tema que funciona como comodín, da la impresión que se les agotaron los temas de una sección o no cuentan con un invitado que tuvo ciertas razones para dejar el programa. El tercer rubro lo comentó el doctor Guillermo Amaro Rangel, con la sección de Geriatria, con el tema del día el apoyo a la vejez, el doctor ocupó 24 minutos de la media hora que supuestamente debería ocupar.

Finalmente, para realizar la suma de minutos, fueron tomados en cuenta 20 minutos del señor Luis Castañeda, ponente de la sección Excelencia personal, quien se dedica a dar consejos tanto de belleza exterior como de bienestar emocional, algo común en los programas radiofónicos para la mujer.

El total de minutos de ese día fue de 86 minutos de programa, el resto, 34 se destinaron a comerciales de Aurrerá y gubernamentales, dentro del tiempo establecido. Sin embargo es necesario recordar que dentro de los 86 minutos de programa, existen aproximadamente 20 destinados a comerciales, que de manera sutil son dados al radioescucha por la conductora dentro de los mismos temas tratados en la producción.

El 16 de septiembre en el primer tema del día, titulado la depilación, incluido en la sección de Guillermo Portillo Acosta contó con una duración de 23 minutos, en segundo término se puso una grabación de Emma Godoy, haciendo alusión a la época con el tema Reflexión sobre lo que es la patria. Las grabaciones de Emma Godoy por lo regular tienen una duración de media hora ya que ese tiempo sí puede ser controlado por quien produce el programa, debido a que la información se tiene en cintas, ya que no es lo mismo tener a una persona en vivo en el estudio que una grabación de alguien a quien se le controla el tiempo de la manera más conveniente.

El tercer tema del día 16 fue el de la doctora Laura Pérez Loreto que dentro de la sección de Psicología, trató el tema El sentido patrio en los mexicanos, con 26 minutos de tiempo.

Finalmente en un cuarto lugar estuvo el Arquitecto Rafael Cordero de la Parra, quien tampoco contaba con una sección definida dentro del programa, ese día se le invitó aprovechando las fiestas patrias. Esta no es la primera ocasión que se hace, cuando surge una fecha importante se busca a un colaborador que encaje en las producciones para sacar adelante la transmisión. Cordero de la Parra tuvo un espacio de 28 minutos para exponer su tema.

Al hacer la suma del día 16, tenemos que de programa neto se contaron 106 minutos, obsérvese que a pesar de contar ese tiempo destinado a los invitados y que deberían dedicarse solamente a hablar de sus temas, entre estos, surge la voz de la conductora que raramente falla para promover los productos Aurrerá. Nótese que por tratarse de un día festivo, 16 de septiembre, en el que mucha gente no labora, se dedicó una mayor parte de la transmisión a los colaboradores. Incluso ese día el programa ya era grabado, como varias veces se ha hecho. Asimismo, varias llamadas telefónicas entraban dentro de estos programas grabados, sonando ante la radio como si fueran en vivo; así el público podría creer que la transmisión es en vivo, llaman y se les dice que es una grabación o simplemente no contestan. Varias veces se quiso constatar si la transmisión era en vivo, o hablar con una persona del equipo de producción, que dijera si podía asistir a una producción, pocas veces se logró establecer comunicación.

Es difícil determinar como son las transmisiones y realmente identificar si resultó un fraude para el público o se está hablando con honestidad, posteriormente, en nueva grabación, la conductora advirtió al público radioescucha que se trataba de una grabación por ser un día no laborable, en esa ocasión se escuchó el programa, hablaron los invitados como de costumbre, hubo buen número de cortes comerciales, pero no hubo una sola llamada telefónica.<sup>28</sup>

El día 17 de septiembre, el programa se realizó a control remoto, desde Aurrerá Plateros, por lo que el tiempo fue debidamente calculado, ya que como están frente a un auditorio transeúnte y fuera de cabina, no debe fallar el tiempo de comerciales, ni el de cada colaborador. De los 75 minutos de tiempo de programa (45 a cortes comerciales) se trataron los temas de El arroz y sus propiedades a cargo de la nutrióloga Katy Samos; la segunda sección fue para el Licenciado Valente Arizavalo con Orientación fiscal; en el tercer espacio estuvieron los hermanos Guerner con Acondicionamiento físico; finalmente, en la cuarta y última sección se contó con la presencia de un artista, como es costumbre en las transmisiones de control remoto. En esa ocasión estuvo Valente Pastor, un cantante de música ranchera. Los 75 minutos fueron distribuidos de 20, 25, 25 y 15 respectivamente.

El 18 de septiembre fue un día agitado y poco común como transmisión radiofónica, el programa estuvo destinado al aniversario de la XEW; por tratarse de una producción especial, según lo expresaron los propios productores del programa, no aparecieron colaboradores, sino más actrices de radionovelas, la estudiantina del Instituto Cardenal Miranda, con la dirección del Padre Javier Miranda, estudiantina que se encargó de

---

<sup>28</sup> La ahora productora del programa, Carmelina Rodríguez, a través de una llamada telefónica que se realizó al programa, informó que ese día la transmisión era grabada por tratarse de un día no laborable.

ambientar el programa con la interpretación de varias melodías en el transcurso de la transmisión.

Las actrices invitadas fueron Nelly Salvar, quien contó parte de su actuación en la vieja radionovela *Sendero de Cipreses*, recordando parte de su trabajo con una grabación de la telenovela, misma que duró tres minutos. La segunda actriz invitada fue la señora Herminia Barragán, a quien también se le puso parte de la grabación de la radionovela donde trabajó *Chucho el roto*, con el fin de que el público la identificara. Otra actriz que asistió fue la señora Delia Vegar, quien se vio acompañada de la grabación de la radionovela *Nuestras víctimas*

Durante el aniversario de la XEW, se contó también con la presencia de Guillermo Portillo Acosta, la voz famosa de la "W", quien leyó algunos poemas, dando un aire de solemnidad a la transmisión del día. Quizá por tratarse de un programa especial, se contó con la presencia de personas del Grupo Radiópolis como la señora Amalia Gómez Zepeda, mejor conocida como "Amalita", una persona que tiene un peso importante en las estaciones de ese grupo, al que pertenece la XEW.<sup>29</sup>

Así como a la señora Gómez Zepeda, se nombraron otros invitados que por tratarse de la misma empresa, tienen relación con la radiodifusora, ellos son el señor Dikels, director del sistema Radiópolis; Gloria Calzada, directora en ese entonces de la estación Stereo 102. F.M.; Virginia Sendel, directora de la XEW; y Jacobo Zabłudovski, director del noticiario *24 horas*, de Televisa.

En la transmisión se hizo la suma general de minutos destinados al programa así como los asignados a cortes comerciales, contándose con un total de 110 minutos de programa, el resto, diez minutos solamente para cortes comerciales, esto por tratarse de una transmisión no común dentro de lo que es el patrón general.

El 21 de septiembre, el programa tuvo una transmisión regular con cuatro secciones por programa. Los días sábado 19 y domingo 20 no hubo transmisión. El lunes 21 la producción dio inicio con la nutrióloga Katy Samos, quien ocupó 20 minutos para dar algunas recetas a las amas de casa; a las 9:30 de la mañana en punto, reprodujeron una grabación de Emma Godoy con el tema México: nuestro México en un espacio de 28 minutos. Posteriormente la sección del Biólogo Alfonso Aguilar Guerrero, a quien se le hicieron varias llamadas telefónicas por parte del auditorio con el fin de que les respondiera sus dudas, esta sección duró 15 minutos.

La Asesoría legal con el licenciado Valente Arizavalo más que ser una exposición del invitado, es una especie de contestador de dudas, la sección duró 26 minutos, hasta

---

<sup>29</sup> Datos proporcionados por Janett Arceo a través del programa especial de aniversario de la "W".

que Jannett Arceo se posesionó del micrófono para despedir el programa y aprovechar para lanzar un comercial del patrocinador.

El 22 de septiembre, el primer invitado fue el doctor Luis Barrios Pérez, con el tema de Ginecología en un tiempo aproximado de 17 minutos. Ese mismo día, para continuar con temas biológicos, en el segundo espacio dedicado a la Doctora Martha Lenda Morales, se destinaron 33 minutos como parte de su espacio en cuanto a sección y exposición de la misma. A las 10:15 entró al aire El significado de los colores a cargo de Bárbara Norma, quien habló de cada color y su influencia en la persona que los usa, tema con un tiempo de 25 minutos. El cuarto aspecto del día fue El infarto dentro de la sección de Medicina, con la señora Niní Alvarez Urquiza, quien llevó al programa al doctor Gutiérrez que explicó la diferencia entre *simposium*, mesa redonda y congreso, con motivo del *Simposium* Internacional de Medicina, llevado a cabo en México, durante octubre de 1992.

El 23 del mismo mes, el programa comenzó como de costumbre, la conductora hizo presentación de los temas del día, invitando al público radioescucha a no cambiar la perilla ya que tendrían "temas importantes que tratar".<sup>30</sup>

En primer término entra al aire el doctor Jorge Ramos con la sección de Astrología, quien habló de las características del signo zodiacal Libra. La duración de Astrología fue de 21 minutos. El segundo tema del día fue una grabación de Emma Godoy con el tema de Frivolidad, proporcionando algunas características de la persona frívola y del concepto en general, esta grabación duró 20 minutos. Las grabaciones de Emma Godoy, así como su duración en una transmisión de dos horas, depende de las personas que producen el programa, ellos determinan si hay espacio para este colaborador o se lo asignan a otro, ese espacio, también depende de los colaboradores con que cuenten para un día, de lo contrario rellenan el hueco de una sección con las grabaciones de Emma Godoy, característica del programa que consideramos debería modificarse por temas de más actualidad, para un auditorio más joven y con otras inquietudes.

A las diez de la mañana en punto, se le dio espacio a la sección de Naturismo con el doctor Carlos Mata Puga, quien tuvo 32 minutos para hablar de recetas naturistas a las amas de casa. La cuarta y última sección del día estuvo a cargo del señor Julio Misho, en su sección de El buen comer y el buen beber, con una duración de 16 minutos. Este día en una transmisión de dos horas, se destinaron 89 minutos al programa, los restantes 31 a cortes comerciales, divididos a su vez entre el patrocinador y tiempos oficiales, elemento a tratar en el siguiente apartado de este capítulo.

---

<sup>30</sup> Palabras pronunciadas diariamente por Janett Arceo, al dar inicio el programa.

El 24 de septiembre, la primer invitada del día fue la doctora Elena Fontanes quien dentro de la sección de Ginecología, expuso el tema Los embarazos molares, tuvo 19 minutos para hablar de ello. El segundo espacio lo ocupó el señor Justo Maloquino con su sección Despacio y buena letra, en la que se habla de libros, autores y reseñas de los mismos, fueron 20 minutos para tratar temas bibliográficos. La tercera invitada del día 24, fue la Nutrióloga Katy Samos, tuvo 16 minutos para explicar recetas de nutrición. El cuarto y último tema del día fue el de Relaciones humanas con el sacerdote Javier González, él en 18 minutos habló de cómo pueden mejorar las relaciones humanas. En total se destinaron 73 minutos al programa, y 47 a comerciales.

*El mundo de la mujer* del 25 de septiembre tuvo como invitados, a la doctora Trinidad Berrum, aprovechando el mes para dar a conocer el tema Inicio de clases con 24 minutos de duración. Posteriormente en una grabación de 20 minutos, vuelve Emma Godoy con Asociación de ideas. El tercer asunto del día fue una entrevista con personas de la asociación El Manantial, una congregación de preservación ambiental, con 20 minutos de espacio. Por último se contó con la presencia de los hermanos Jaime y Enrique Guerner con Acondicionamiento Físico, quienes orientaron al público acerca del deporte en 17 minutos. El total de tiempo destinado en ese día a los invitados fue de 81 minutos, mientras que 39 para comerciales.

La transmisión del 28 en sus cuatro secciones tuvo a invitados como Rafael Perrín con el tema Arriba corazones, donde da consejos al auditorio acerca del comportamiento social que las personas deben asumir en un momento determinado, tema que expone en 30 minutos. La segunda sección del día fue una grabación de Emma Godoy con el tema Los ideales con un espacio de 20 minutos. El tercer espacio fue ocupado por el doctor Alfonso Aguilar Guerrero, en la sección de Medicina General, dentro de la cual trató el tema de La diabetes mellitus y el embarazo, expuesto en 20 minutos. Por último el licenciado Valente Arizavalo en su sección de Asesoría Legal, contestó llamadas telefónicas del auditorio así como cartas que él mismo leyó en el programa, para lo que contó con 18 minutos de tiempo. Este día 88 minutos se asignaron a los temas, mientras los restantes 32 a cortes comerciales.

El día 29, como es costumbre, el programa inició con la rubrica, inmediatamente se introduce la voz de la conductora presentando las secciones con que se contarán durante las dos horas; ese día en primer término estuvo el doctor Alfonso Reyes Urbina, quien habló del Congreso de Tanatología y Suicidio en México, en 23 minutos dio a conocer la sede y las bases del congreso para aquellas personas interesadas en asistir al mismo. El segundo espacio fue ocupado por Cristobal Guerrero con invitados del Instituto Nacional de la Nutrición, que hablaron de este organismo y sus funciones sociales en

México, en 20 minutos. En la sección tres, el doctor Guillermo Amaro Rangel explicó lo que significa el Alzheimer dentro de la sección de Geriátrica en un espacio de 15 minutos. Finalmente la colaboradora María Esther Eroza en su sección De oruga a mariposa, menciona temas de patriotismo del mexicano y la energía en él como ser humano, expuesto esto en un espacio aproximado de 20 minutos.

La transmisión del 29 destinó con 78 minutos a las secciones e invitados, los 42 minutos restantes de las dos horas de transmisión fueron de comerciales, a su vez divididos en publicidad del patrocinador y el tiempo oficial del gobierno.

El 30 y último día de septiembre, y por lo tanto también el último de monitoreo que sirvió de referencia para sacar los tiempos destinados a cada colaborador y de ahí partir, para describir que se dedica un tiempo muy reducido para las exposiciones de cada tema, quedando completamente inconclusos debido a que en media hora es imposible exponer un tema tan amplio por dar un ejemplo, como el de la diabetes, sin embargo la conductora continúa presentando nuevas secciones como lo hizo el día 30, donde presentó la del doctor Harry Becker y Los trastornos del dormir, con una duración en su primer día, de 23 minutos de la media hora con la cual supuestamente contó el colaborador, de la que los siete minutos restantes son dedicados a comerciales. La segunda sección fue una de las acostumbradas grabaciones de Emma Godoy con el tema La codicia rompe el saco, en un tiempo de 22 minutos. Un tercer espacio fue ocupado por Julio Misho en la sección de Gastronomía o el buen comer y el buen beber, quien en 20 minutos propuso algunas formas para beber y comer.

La cuarta sección fue destinada a la doctora Laura Pérez Loreto con el tema de Las fobias, dentro de la sección psicológica; en 25 minutos habló de las personas que las sufren, síntomas y consecuencias. En un total de minutos, fueron 90 destinados a las secciones y 30 a cortes comerciales.

Después de haber detallado el tiempo dividido entre comerciales y colaboradores, consideramos necesario presentar el tiempo resumido en un cuadro donde se suman tiempos de cada día para sacar un total, y el lector esté enterado de cuál sería el tiempo real aproximado de cada una de las secciones y comentarios que escucha, que en realidad los tiempos no son los que se dicen ni los que todo radioescucha generalmente piensa.

Por otra parte, si relacionamos algunas secciones que son repetidas muy a menudo en las transmisiones, como por ejemplo las grabaciones de Emma Godoy, aunque no es el mismo tema, resulta cansado escuchar la misma voz, y los mismos consejos hasta tres veces por semana, consideramos que algunas veces se aprovecha la ocasión, alguna fecha importante, día festivo etc., para continuar con las mismas grabaciones cada vez



que sea recurrente para los productores. Considérese que cada año son las mismas fiestas patrias y festividades, mientras el programa siga al aire, ¿se continuará con las mismas grabaciones año tras año?, este es un elemento que en las producciones radiofónicas es necesario tener presente.

En lo referente a temas que sí se consideran de importancia como las enfermedades nuevas, el Alzheimer, o incluso aquellos males de los cuales se tiene poca información como lo es la diabetes mellitus, se debería destinar más espacio, olvidando un poco el formato esquemático de cuatro invitados por sección y cuando el tema así lo requiera apoyar con mayor tiempo la exposición del mismo, no cortarlo, justificando el poco tiempo con que cuenta la sección.

### Contenido y análisis de temas de la producción para mujeres

Para realizar un análisis de los aspectos tratados en *El mundo de la mujer* y a partir de esos elementos valorar acerca de una producción radiofónica; consideramos que todas las producciones pueden ser mejoradas e incluso proponer un programa que rebasa los existentes. Considérese la siguiente hipótesis supóngase que la transmisión sugiere algo al público que la escucha, por ello su duración por más de diez años al aire; sin embargo la limitante mayor de este programa es que solamente se encasilla en un solo tipo de mujer oyente, es aquella que se dedica al hogar y al cuidado de la familia, de acuerdo a esta característica, presentamos las categorías utilizadas en la producción y de esta manera dar a conocer las armas necesarias en un programa construido para la mujer, para que ella encuentre un gancho que la guíe a seguir escuchando.

Se realizará un estudio de algunos aspectos del contenido, a quién se dirige y por qué razones se sostiene esa idea, recordando la definición de análisis de contenido, aspecto de la comunicación utilizado como instrumento para la realización de este apartado. El análisis de contenido según Bernard Berelson "trata de refinar más las descripciones casuales del contenido, de tal manera que muestra objetivamente la naturaleza y la fuerza relativa de los estímulos aplicados al lector o a quien escucha".<sup>31</sup>

Considerando que el análisis de contenido puede llegar a ser demasiado extenso, así como utilizarse para una infinidad de estudios; ya que es un concepto muy amplio en el estudio del mensaje, sin embargo en el presente trabajo lo que interesa es esa parte del mensaje utilizada para dirigirse a la mujer radioescucha, y la forma como se maneja este mensaje para hablarle al auditorio femenino de la producción.

---

<sup>31</sup> Bernard Berelson. *El análisis de Contenido*, página 35.

## Lenguaje

El lenguaje utilizado en *El mundo de la mujer* es coloquial, sencillo, como debe ser en toda producción radiofónica, sin embargo dentro de esa seriedad con la que se manejan los temas, utilizada en relación con los temas de medicina, biología, psicología, nutrición, etcétera. Tratan estos aspectos tan generalmente que hace falta concreción en temas que el público da a conocer como dudas que quizá no se les resuelven a satisfacción. De esta manera la producción cae en generalizaciones, perdiendo valor la parte científica con la cual tratan los asuntos, que en un momento determinado pudieran dar importancia, seriedad y profundidad al programa.

Dentro de los temas que se han presentado a lo largo de las transmisiones monitoreadas hay algunos como lo son los de psicología, medicina y biología y dentro de los mismos, entrevistas acerca de enfermedades recientemente diagnosticadas, (uno de estos fue el caso del tema del Alzheimer), en este sentido son temas en los que se utiliza un lenguaje un tanto científico, al tiempo que se hace uso de términos técnicos, propios del mismo. Posteriormente esos términos se otorgan al público a través de un lenguaje coloquial; elemento importante en las producciones, donde se debe utilizar un lenguaje que sea digerido fácilmente por el radioescucha, mayoritariamente mujer; de no ser así resultaría poco interesante para ella y optaría por cambiarle a la perilla, y de esta manera el programa tendría pocas posibilidades de mantenerse al aire, esta es una de las razones por la que la radioyente lo escucha.

Escucho el programa desde hace dos años porque aprendo y me entero de muchas cosas que me sirven para mi familia, algunos consejos que da Janett son buenos y me ayudan a salir adelante en la educación de mis hijos.<sup>32</sup>

Dentro de cada uno de los temas expuestos, se utiliza un esquema para todos los colaboradores, que pareciera que buscan orientar al público mediante una técnica notablemente protectora, de tal manera, dan la impresión de intentar tratar a la señora, ama de casa, como un niño que tiene muchas dudas de la vida y necesita de un guía; un programa de esta índole puede llevar a una mínima parte de la población radioescucha femenina a interesarse en él, porque los productores del mismo se olvidan que hay un gran número de mujeres que no desconocen esos temas y están interesadas en otro tipo de producciones que les permitan verse más activas en la sociedad y en la vida misma.

En el tratamiento del lenguaje, está el "sencillo" al que se refiere Janett Arceo, ella dice que es ese con el que más claramente se le pueden explicar los temas al público, un

---

<sup>32</sup> Datos rescatados de una entrevista que se le aplicó a una ama de casa, cuando presenciaba uno de los controles remoto del programa, en Aurrerá Azcapotzalco, el 2 de octubre de 1992.

lenguaje de este tipo lo podemos encontrar en las grabaciones de la señora Emma Godoy, que aunque sus palabras no resultan nada fuera de lo común, hace una especie de exposición de temas que en primer término, un oyente con educación básica conoce, y en segundo, por mencionar frases de filósofos importantes, explicándolas con un lenguaje coloquial. Un ejemplo de ello es la grabación relacionada con la patria, titulada Reflexión sobre lo que es la Patria, explicando el significado de la palabra Patria, las palabras con las cuales se dirigió al público fueron: "La palabra Patria viene de la raíz griega Pater que significa padre; la Patria según Ortega y Gasset, filósofo español, es un plebiscito diario, vota diariamente, de convivencia común para un destino común".<sup>33</sup>

¿Qué conceptos son utilizados con mayor frecuencia en las transmisiones de *El mundo de la mujer*? El primero sería la conducta, tratadas desde diferentes enfoques y puntos de vista, cómo es que el hombre debe o debería comportarse en su círculo social, consejos a la radioescucha a través de los invitados, de Emma Godoy, de Laura Pérez Loreto, de Julio Misho, en fin, podríamos nombrar a todos aquellos que colaboran en el programa, asegurando que la gran mayoría de ellos, guían hacia el "buen" comportamiento, visto desde el punto de vista de las reglas sociales y la moral.

La doctora Martha Lenda Morales tiene a su cargo la sección de sexualidad. En el mes de septiembre se monitoreó el tema de su sección, La vida en pareja y la sexualidad en los jóvenes, donde regala una de sus tantas frases al público "primero soy yo y me olvido de que existes tú", según la doctora, frase pronunciada por muchos cuando solamente buscan placer y satisfacción, ante lo cual ella sugiere pensar siempre en la pareja, en el otro, pensando en el otro se podrían llegar a tener mejores relaciones. <sup>34</sup> Sin embargo existe un inconveniente en los consejos de la doctora Morales, pues ella habla de un ser humano esquematizado, único en la sociedad, sin especificar que cada ser humano es tan complejo y distinto a los demás, quiere abordar en una sola explicación (la psicológica), la definición de ser humano, haciendo que su exposición sea pobre.

No es nada fácil regular la vida de ningún ser humano porque este es complejo, contradictorio e impredecible; cada uno, cada sociedad posee un concepto distinto de lo que significa una relación sentimental, y los consejos de Martha Lenda Morales son asimilados por un número de personas desconocido, pero que por los instrumentos con que se cuenta en cuanto a gusto del auditorio y a que no es lo mismo escuchar que asimilar y entender, se puede deducir que son pocas las personas que los ponen en

---

<sup>33</sup> Palabras grabadas en el monitoreo del día 16 de septiembre del 92, dentro de la sección destinada a las grabaciones de Emma Godoy.

<sup>34</sup> Monitoreo del 23 de septiembre del 92, en la sección de Emma Godoy con el tema de Frivolidad.

práctica, porque la psicología como ya ha sido mencionado, no es el único método de solución a las relaciones interpersonales.

En cuanto al lenguaje utilizado, cabe mencionarse que hay secciones de moda, astrología, comer y beber lo adecuado según las reglas sociales, aspectos que se utilizan mucho en los medios de difusión, haciéndose más comunes en las revistas y programas de radio; se reducen simplemente a eso, un consejo o un tip, según como el público prefiera entenderlo; consejo que algunos podrán apreciar, mientras los demás lo escuchan como algo más que les aportan los medios sin alterar su comportamiento. Un ejemplo de ello es el tema de la depilación, monitoreado dentro de la sección de Arreglo personal con Guillermo Portillo Acosta quien opina que la depilación en la mujer es lo más correcto para la feminidad y el hombre así lo acepta aunque opine lo contrario, y el doctor Jorge Ramos, dentro de la sección de Astrología, quien menciona características de signos zodiacales y las personas que nacieron bajo su influencia, dando al tema también un tratamiento superficial.

Volviendo al lenguaje esquematizado, donde se tratan solamente algunos aspectos del ser humano, dejando de lado otros de igual importancia, como lo son el intelectual, el político y el sentimental, ellos dan otro enfoque, cayendo en el error de encasillar al auditorio en los elementos que los especialistas de esta producción proporcionan, haciendo creer al oyente de alguna manera, que esos aspectos son los únicos, por no especificar la existencia de otros diferentes, sin dejar otra opción al público.

En el tema de la frivolidad, Emma Godoy da la definición del término, "frívola es la persona que se desentiende de los problemas de la vida, de los problemas espirituales y de todo lo que es serio, sólo busca diversión y placer; es ser mundano el dedicarse sólo a lo superficial".<sup>35</sup>

Este es un modo tajante de la definición del término, una persona puede tener uno de esos aspectos como parte de su personalidad y sin embargo no ser frívola, consideramos que nuevamente se encasilla la definición, sin dar una explicación más amplia, más profesional de la palabra. Hablando de esquematizaciones, Emma Godoy da lectura a los tres tipos de hombres que existen, según su propio concepto de la vida:

- 1) Los de cáscara, los que miran hacia afuera, no tienen nada de profundidad consigo mismos.
- 2) Hombres pulpa, se meten dentro de sí mismos y no toman en cuenta lo exterior.

---

<sup>35</sup> *ibidem*.

### 3) Los hombres morales, son aquellos cien por ciento sentimentales. <sup>36</sup>

Consideramos absurda esa definición, debido a que es imposible que sólo existan tres tipos de hombres sobre la tierra, hay la posibilidad de una fusión entre los términos que Emma Godoy proporciona; hay otras características del ser humano que no le permiten encajonarse según la definición.

Estas son algunas características del lenguaje general al que suelen recurrir los colaboradores a través de sus mensajes en el programa. Se sabe que dentro de ese lenguaje se utilizan conceptos, códigos y categorías que se generalizan para la sociedad, sin embargo hay muchos códigos y patrones que la propia población ha ido cambiando, mientras la producción continúa realizándose con los mismos patrones de conducta de hace cinco años, sin tomar en cuenta la velocidad con la que cambia la sociedad, dejando de lado la complejidad de la misma y de aquellos que la integran.

De las características del lenguaje antes presentadas, podemos decir que éste está enfocado principalmente a la moral, emociones y sentimientos, es un discurso que carece de reflexión. Hay temas científicos tratados con un lenguaje coloquial, el público los entiende, sin embargo aún dentro de esos temas, el uso de la moral hace su aparición, siendo este uno de los principales aspectos, restantes de madurez al programa.

#### *Público al que se dirige*

Los temas tratados en las transmisiones van dirigidos de manera general a amas de casa, incluso la conductora lo especifica al dar el saludo diario y la bienvenida a las mujeres radioescuchas, se dirige a la señora que se encuentra realizando "los quehaceres del hogar". Dadas las características que presenta *El mundo de la mujer*, cabe señalar que no todas las producciones enfocadas a ellas están dirigidas a un solo tipo de mujer. Existen otras producciones dedicadas a otro tipo de auditorio, para aquel que se desarrolla en una oficina, quien sale de casa diariamente a desempeñar su función social en un lugar externo al hogar, uno de esos programas, enfocados a un grupo diferente es *Hablemos de los hombres*, conducido por Mayte Noriega y Fernanda Tapia, transmisión descrita en el tercer capítulo de esta investigación con la intención de exponer un programa diferente, con distinto enfoque, lenguaje y estructura, del cual también nos basamos para llevar a cabo el análisis de un programa para la mujer.

---

<sup>36</sup> *Ibidem*

En estas líneas, por el momento, abordarán los aspectos por los cuales *El mundo de la mujer* se dirige a un público específico, en este caso, las amas de casa, dejando totalmente de lado, aquel tipo de mujer que en la actualidad le son más importantes y se preocupa más por otras actividades para su desarrollo intelectual y como ser humano, que como ama de casa, incluso llegando a complementar ambas tareas sin dejar de ser una gran profesional.

Debido al lenguaje utilizado en cada tema expuesto se considera que es una transmisión para aquella mujer que por un sinnúmero de razones, no estudió una profesión y decidió quedarse a desempeñar el papel de ama de casa en un cien por ciento. El programa maneja un tipo de mujer, aquella que tiene aspiraciones limitadas, se queda en casa, esperando a ser aconsejada y orientada por un programa de radio. Como soporte de las transmisiones, invitan a señoras que también desempeñan el papel de amas de casa y que han dedicado poco a poco parte de su tiempo a actividades fuera del hogar. Para ello, en algunas ocasiones invitan a señoras como Carmen Muñoz Soto, persona que desde hace dos años se dedica a la microindustria, según lo especificó la conductora del programa, es ama de casa e invita a la radioescucha a desempeñar actividades externas al hogar.

La mayoría de las secciones del programa, están basadas en aspectos para reforzar el quehacer doméstico y maternal de la mujer, sin embargo, también se le invita a ser más activa en las tareas fuera de casa, en el desarrollo de su sociedad y del país, aspecto que de alguna manera ayuda a valorar las actividades femeninas, que no necesariamente deben estar relacionadas con el marido y los hijos, sino que más bien sirven al desarrollo intelectual, social, cultural y emocional de ellas.

Los temas médicos tratados en el programa son aquellos relacionados con el cuidado de los niños y la familia. Con ellos hacen que la mujer se sienta responsable del bienestar del hogar, de la estabilidad dentro de éste y de la "vida feliz" que pueda llevar con su pareja; por ejemplo, dentro de la sección de Geriatria con el doctor Guillermo Amaro Rangel, se mencionó alguna vez el tema de la senectud, donde se presentó el nombre de un instituto importante, dedicado al cuidado de las personas de la tercera edad, con ello se puede observar que la transmisión aparte de estar enfocada a la mujer, se dirige también a todas esas personas que ahora son parte de generaciones seniles, y que en algún tiempo fueron fieles a la "W" por circunstancias del destino, porque la estación era una de las únicas de esa época, de los años treinta, donde la estación más escuchada era la XEW. Esas ancianas de hoy, eran las jóvenes que vieron nacer a la estación y por ello aún la escuchan, dentro de los programas a los que muestran mayor atención está *El mundo de la mujer*.

Una de las mujeres que ahora son parte de la llamada tercera edad, comentó respecto al programa:

Lo escucho desde hace aproximadamente ocho años, lo que más me gusta de él son los consejos que da Emma Godoy y aunque ya haya muerto, sus palabras me siguen ayudando, ella habla de mucha psicología y eso en general es bueno. La voz de la conductora es agradable y clara; desde hace tres años quería llamar al programa para que vinieran en control remoto para acá, hoy me enteré que por fin venían y por eso vine a escucharlo. <sup>37</sup>

Los cuidados del niño, consejos proporcionados por Luis Castañeda dentro de la sección de La excelencia personal, a pesar de ser un tema que debería competir a ambos sexos para el cuidado de los hijos, solamente tiene una dirección, la mujer, aquella que debe estar dedicada a los hijos, según los cánones del programa.

Otro tema que no puede pensarse que esté destinado a ser escuchado por hombres, es el de Arreglo personal, aunque en algunas ocasiones no se puede negar que haya personas del sexo masculino interesados en aspectos tratados en el programa, dentro de la sección de Arreglo personal la conductora dio lectura a algunas cartas dirigidas al encargado del tema, escritas por hombres, quienes querían recibir consejos de cómo mejorar su apariencia física ante las mujeres.

En cuanto a las grabaciones de Emma Godoy, presentadas de manera insistente por los productores, están indudablemente dirigidas a un público femenino porque a pesar de no ser especificada su tendencia, en el contenido de los temas, en las palabras de la ponente y en sus consejos se enfoca más a la mujer, a aquella que de alguna manera requiere más de escuchar frases a través del sentimiento y la moral, y pedir que se les repitan las grabaciones. <sup>38</sup>

Para no caer en esquematizaciones en cuanto a la mujer se refiere, solamente podemos mencionar que existe otro grupo de jóvenes a las cuales no les interesa saber qué pensaba Juan Jacobo Rousseau u Ortega y Gasset a través de Emma Godoy, ellas prefieren leer a los autores. Mientras que otro grupo, ubicado entre las mujeres menores de 35 años, dentro de las 50 encuestadas, de las encuestas destinadas a mujeres de esa

---

<sup>37</sup> Entrevista realizada a una mujer de aproximadamente 50 años de edad, durante una transmisión control remoto del programa, en Aurrerá Azcapotzalco, el 2 de octubre de 1992.

<sup>38</sup> Es necesario aclarar que se logró establecer contacto en algunos controles remoto, a los cuales se tuvo la oportunidad de asistir, donde algunas señoras de más de 50 años, a quienes se les preguntó acerca del programa, respondieron que las palabras de Emma Godoy les ayudaban y les servían para su vida, por lo cual algunas de ellas, dijeron haber solicitado las grabaciones a través de llamadas telefónicas.

edad; contestaron que la señora Godoy les parecía aburrida, que su voz no era agradable y no les llamaba la atención.<sup>39</sup>

Un aspecto importante para el análisis que se está realizando, son los elementos que se mezclan entre la ciencia y la religión, dando un enfoque moralista. Dentro de la sección de Ginecología, con el doctor Luis Barrios Pérez, al exponer en el mes de septiembre el tema del embarazo riesgoso y los cuidados en el mismo, al presentar su exposición, el doctor no sólo se dedica a dar una explicación científica, sino que utilizando conceptos religiosos como fé y Dios, concluye su exposición, dando un enfoque moralista al tema, como lo hacen la mayoría de los colaboradores y la propia conductora del programa.

Existen secciones de menor importancia que aquellas que tratan temas científicos, legales, económicos, de salud, etcétera. Una de esas secciones es la de El significado de los colores con Bárbara Norma, dentro de este espacio se dedica solamente a dar la descripción de los colores, el significado de cada uno, y cuál le favorecería más a un radioescucha de acuerdo a su personalidad, un tema que a simple vista se puede calificar de simple y sin la menor importancia.

El Naturismo es expuesto como una sección del programa, el tema es manejado por el doctor Mata Puga, quien se dedica a dar recetas de cocina y medicinales completamente naturistas para combatir enfermedades.

Los temas expuestos en el programa y que indudablemente están dirigidos a un público femenino, tienen una carga moral que ya pudo haberse observado a través de la descripción de algunas de las secciones más solicitadas del mismo, donde se tratan aspectos morales y sentimentales, que no les podríamos llamar erróneos pero que al no darles un toque sociológico carecen de científicidad. Un claro ejemplo de ello es la sección de Las relaciones interpersonales expuestas por el padre Javier Miranda, es una sección tan moralista como la de Emma Godoy, en ambas, hablan al radioescucha a través de frases bíblicas para explicar la fe del ser humano ante la vida.

La relación madre-hijo que se menciona como elemento primordial de la familia, es reiterada en el programa, cuantas veces creen necesarias los realizadores y productores, no es solamente tratado en una sección, sino por casi la mayoría de los colaboradores en cada una de las mismas, que a cada uno corresponde dar.

Otra manera de hacer el programa es mediante entrevistas realizadas a grupos y personajes del medio intelectual, científico o educativo, una de ellas y que se tuvo la

---

<sup>39</sup> Datos que fueron adquiridos a través de preguntas informales, realizadas a personas que aunque no escuchaban el programa de manera regular, durante algún tiempo sí lo hicieron, sin embargo después de una o dos semanas les aburrió.



oportunidad de monitorear con fines de análisis, fue la realizada a la Asociación El Manantial, que se dedica al estudio de comunicación ambiental. Por lo general, las entrevistas se basan en la explicación de la historia de las fundaciones así como dar a conocer al auditorio el funcionamiento social que desempeñan.<sup>40</sup>

*El mundo de la mujer* cuenta con un número aproximado de 10 a 15 rubros, algunas de ellas de poca importancia en cuanto a aportaciones sociales se refiere, sin embargo los productores consideran necesario introducir nuevas secciones sin desaparecer las ya existentes, el 30 de septiembre del 92 aparece en el programa una nueva, titulada Los trastornos del dormir a cargo del doctor Harry Becker.

Consideramos que cuenta con bastantes secciones, de las cuales quizás muchas de ellas restan importancia al mismo, pues debemos recordar que lo imprescindible, no solamente para las producciones radiofónicas sino para todas las actividades que desempeñamos en nuestra vida cotidiana y profesional, no es la cantidad sino la calidad, y los productores de la transmisión en lugar de sustituir secciones irrelevantes por temas interesantes para el público, se han dedicado a sumar nuevas a las ya existentes, saturando al programa de rubros de los cuales al público quizá solamente le ha llegado a interesar uno.

Después de haber presentado las principales características de la producción radiofónica, podemos asegurar que es un programa dirigido cien por ciento a la mujer, incluso el propio nombre lo indica, al igual que muchas producciones que actualmente salen al aire y llevan nombres que tienen relación con ellas. Sin embargo *El mundo de la mujer*, no solamente lo clasificamos entre las producciones dirigidas a ellas, sino a una mujer que se dedica al hogar, con aspiraciones como las que pudiera tener una ama de casa, como el de dedicarse al negocio, a la pequeña industria y a la mujer de edad avanzada.

Evidentemente hay mujeres jóvenes que se han interesado alguna vez por una de estas transmisiones, ese interés se demuestra cuando hay control remoto, ya que el programa cuenta con el apoyo de figuras del medio artístico que asisten, cubriendo la última media hora de las dos de duración del mismo. Depende mucho del artista que asista para observar el tipo de público que concurre, gran parte del mismo se encontraba ahí por casualidad, en alguna de las tiendas patrocinadoras de compras y el gancho del artista los guió a quedarse como espectadores.

Lo importante en este análisis no es mostrar las aspiraciones de la mujer en las diferentes etapas de su vida, sino más bien *cómo se le está tratando por medio de la*

---

<sup>40</sup> La "Fundación el Manantial" asistió al programa el 26 de septiembre.

*radio*, específicamente a través de las producciones para mujeres, qué enfoque se le da en el programa, como se le hace sentir a ella en la producción de radio y si realmente le son importantes para su desarrollo como ser humano, inteligente y social.

## La distribución de tiempo, elemento primordial en la producción radiofónica

La distribución de tiempos más que ser analizada desde el concepto tiempo (contar minutos) éste será trabajado a partir del espacio que se le asigna a cada uno de los tres rubros mencionados, sería por demás presentar la suma de minutos o segundos que dura cada uno ya que este ejercicio fue detallado en el inciso anterior de este capítulo.

En el cuadro 2 (al final de este capítulo), se proporcionan los minutos de duración de temas y comerciales, para dar una idea de la distribución de ambos en un programa de dos horas, si se toma en cuenta este elemento, habría repetición si en este inciso se incluye el análisis de duración en unidades de tiempo.

En la participación de la sección de Tanatología la suma total de duración de la sección fue de 28 minutos con 54 segundos, de los cuales la conductora intervino durante 8 minutos en espacios de uno a dos minutos cada vez. Así la persona que esté como invitada tiene menos tiempo para exponer su tema, generalmente la conductora guía esa participación al darles una respuesta tentativa de lo que el público ha preguntado e incluso al realizarles preguntas ella misma acerca de lo expuesto, reduciendo la participación del colaborador.

Para que el invitado goce de mayor espacio para expresarse ampliamente e inclusive agotar el tema; es necesario que cuente con mayor libertad para la exposición, un espacio de 28 minutos o media hora, del cual solamente se destinan 12 minutos reales a la exposición, es considerado muy corto, debido a que los temas quedan inconclusos. El tiempo es muy reducido para que el colaborador dé a conocer al auditorio la información requerida, o sea que se podrían ahorrar minutos sin las intervenciones de la conductora, muchas de ellas innecesarias.

Por otra parte, si los invitados fueran dos en vez de cuatro al día, los temas serían abordados de manera más amplia y por lo tanto más profunda, y quedarían menos dudas de parte del auditorio, por lo que el sentido del tema sería más serio; sin embargo, en un tiempo de 30 minutos, el colaborador se excede hablando frente al micrófono, corriendo el riesgo de aburrir al público. Sabemos que el tema debe ser tratado de manera que se agote y no queden dudas al auditorio pero por otra parte, un tiempo de 30 minutos es excesivo para un medio tan ágil como es la radio.

En relación con los minutos asignados a los colaboradores, obsérvese que la información que se intenta proporcionar al auditorio, bien podría tratarse de manera más acertada, de modo que éste no se fastidie, ya que un colaborador dedicado a hablar de un solo tema en 30 minutos, es demasiado para quien escucha; sin embargo, por el tratamiento dado a la información, los temas quedan truncos, por lo cual el público se

ve en la necesidad de pedir la continuación en una transmisión posterior. Si los temas fuesen tratados de diferente forma, en menos de 30 minutos bien podría abordarse un tema que se agotara el mismo día, todo depende del tratamiento que se le dé a esa información, por lo que no es el adecuado para el tipo de aspectos proporcionados al escucha día a día a través del programa.

Los colaboradores, en media hora real que se les asignara bien podrían agotar un tema, como por ejemplo, en la sección de Medicina en una transmisión se pueden dar a conocer causas, síntomas y consecuencias de una enfermedad, esto se lograría siempre y cuando la conductora no interrumpiera al invitado, con preguntas que el mismo público plantea al dar término la exposición del especialista.

Se sabe que la espontaneidad en la radio es un elemento primordial para la producción de un programa, sin embargo no debe confundirse entre lo que es espontáneo y lo que tiene fines de entretener, sin que haya sido preparado antes de estar en cabina, pero que en el momento de salir al aire sea tratado con habilidad, que se presenta solamente por no aburrir y variar un poco el contenido de la transmisión. De tal forma *El mundo de la mujer*, visto como una producción radiofónica que tiene como objetivo informar, orientar y entretener, al igual que las demás producciones de radio, carece de esa espontaneidad al tener un esquema sumamente definido de lo que se tratará durante las dos horas, cuidando el tiempo de cada colaborador el cual es fuertemente reducido para exponer temas que requieren de mayor discusión.

De acuerdo al monitoreo que se realizó del programa, se concluye que la mitad de los colaboradores asiste con fines de entretener al auditorio, la otra mitad es para informar y orientar al auditorio acerca de un tema determinado. De esta mitad que se dedica a informar, su función real se reduce a un 25 por ciento por las constantes intervenciones de la conductora. Ante esta proporción en espacios y tiempos, y al haber presentado un guión de uno de los programas, así como los aspectos tratados en cada uno de los temas, se abre nuevamente la pregunta a plantear en la hipótesis: ¿Una producción radiofónica dura por la aceptación que logra entre el público radioescucha, por los aspectos que trata, los cuales resultan atractivos o importantes al radioescucha femenino?

En respuesta a nuestra hipótesis se considera que para la perduración de un programa al aire durante un tiempo mayor a diez años, tiene que ver la aceptación del auditorio, tolerancia que se da por un sinnúmero de razones por parte de quien escucha la transmisión. Sin embargo, no puede negarse la existencia de otros elementos como el económico, básico para que una producción continúe, ya que sin finanzas no es posible sostener un programa, o este desaparece o comienza a repetirse por falta de producción,

pierde compradores. ya nadie se interesaría en anunciarse a la hora que este saliera al aire e indudablemente sería excluido de la programación.

Desde que nace *El mundo de la mujer* ha resultado de interés para un público que si bien no le ha sido fiel los once años que lleva al aire, ha contado con un auditorio que lo escucha desde hace cuatro o dos años, que le interesa durante un mes y después ya no, y que posteriormente regresa a escucharlo; es decir un auditorio inconstante; no negamos la existencia de público que sí lo escucha desde hace diez años, dato proporcionado por las propias radioyentes, en pequeñas entrevistas que se les hicieron, público que dió diversas razones por las cuales escuchaba el programa, respuestas que ayudaron a comprobar que la producción perdura al aire por el sustento económico que la respalda, pero principalmente, porque los dueños de ese sustento, los patrocinadores, son concientes del auditorio con el que cuentan, reafirmando con los controles remotos, a los cuales el 20 por ciento del público que asiste, se puede considerar como oyente real del programa, real en cuanto a que lo escucha de manera constante y porque el día que fueron entrevistados, respondieron haberse enterado del control remoto a través de la propia transmisión, porque lo escuchaban de manera constante. El patrocinador se da cuenta que el programa es redituable y continúa con él, dejando en segundo plano la calidad del mismo.

Respecto a los comerciales oficiales -el 12.5 por ciento del total, destinado al gobierno- el tipo de anuncios en el mes de septiembre eran de Solidaridad, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (Fonacoct), de la Procuraduría General de la República (PGR), Sistema Nacional de Salud. de la circulación de los nuevos billetes y monedas para el año de 1993. Los anuncios oficiales, son a cargo de la Secretaría

de Gobernación que a través de un oficio específica a las estaciones lo que deberá transmitirse, proporciona el nombre del mensaje, duración, horarios, versiones y dependencia a que pertenece, aspectos ejemplificados en uno de los oficios que la Secretaría de Gobernación envía a las radiodifusoras. (Véase página 119).

También se hace uso de promocionales, que son los que pertenecen a la estación, mediante los cuales se invita al auditorio a que escuche la "W"; así como los pagados por Instituciones como la UNAM, el IPN. y de programas de la misma estación como el de Todo se vale conducido por Raúl Vale y las famosas radionovelas, entre otros programas.

En lo que respecta a los comerciales de la tienda patrocinadora, son también realizados específicamente para las amas de casa, estos anuncios se transmiten de dos maneras: la primera es la típica, la de los cortes ya grabados que se pasan de acuerdo al espacio que los productores de la transmisión hayan determinado; la segunda es una lectura que da a un guión la conductora en el mismo momento de la transmisión, es un comercial en vivo al igual que el programa (en el capítulo uno se presenta un guión diseñado para los comerciales en vivo). Ambos tipos de comerciales, grabados y en vivo, tienen en común la presencia de la persona que los graba, es decir, la voz de la conductora y las palabras que identifican al patrocinador del mismo, "Aurrerá, precios bajos siempre..."

Una forma de los compradores para tener más acceso al público con sus productos es la relación que sostienen con el programa que están patrocinando, en este caso Aurrerá, al comprar la voz de la conductora del programa que patrocina, familiariza los comerciales con el mismo, manteniendo una continuidad entre transmisión y comerciales, ya que a través de los *spots* del programa la conductora se encarga de hacer una aportación cultural, un ejemplo de ello es la llamada Colección Aurrerá, donde se proporciona al público el nombre de algunos museos e información bibliográfica de obras populares para que posteriormente se le ofrezca al público la mercancía que ofrece la tienda.

### **Ejemplo de un guión del programa, realizado a partir del monitoreo**

He aquí el esquema de un guión realizado a partir del monitoreo de los programas. El guión se realizó a partir de media hora del programa para reafirmar los datos presentados acerca del contenido del mismo, se consideró que si se hiciera un guión de las dos horas del programa resultaría repetitivo y el análisis perdería el valor cualitativo.

Los signos de puntuación van de acuerdo a la dicción de la locutora.<sup>41</sup>

Estructura de un guión radiofónico de 30 minutos del programa, 29 de septiembre de 1992.

*FADE IN.*

O.P. SUBE RÚBRICA Y BAJA A FONDO (28 SEGS) INSERTO VOZ GRABADA.

LOC: (HOMBRE) Aurrerá presenta

(ENFÁTICO) *El mundo de la mujer*, en XEW desde México, Distrito Federal, con Janett Arceo y especialistas con temas de interés para la mujer de hoy. Disfrute y participe con sus preguntas y opiniones, ademáséntérese de lo precios bajosque Aurrerá le ofrece todos los días. Ahora queda con ustedes(PAUSA) Janett Arceo.

O.P. SUBE RUBRICA (16 SEGS). BAJA Y SE MANTIENE A FONDO.

JANETT: Buenos días, (PREGUNTANDO) como amanecieron. (CON ÉNFASIS) Muy buenos días, este es el Mundo de la mujer en este fríto de martes 29 de septiembre de 1992, me da muchísimo gusto estar ya en contacto con el público que escucha XEW. Bueno, martes para hacer las compras más sabrosas, porque en Aurrerá hay precios bajos todos los días, dese una vueltecita y aproveche los magníficos precios que vamos a mencionar durante el programa, y descubra las ofertas que van a ayudarle en su gasto familiar. Por supuesto también voy a platicarle de los precios bajos de la promoción del mes del arroz, en todas las tiendas Aurrerá.

Ah, y no hay que dejar pasar por alto los precios bajos de

---

<sup>41</sup> El guión del programa que se presenta en este capítulo fue realizado a partir del monitoreo del mismo como ya lo explicamos, debido a que no se pudo conseguir un guión original del mismo, porque de la manera en como lo presentamos no existe para la producción. La presentación de un esquema del programa es con el fin de que el radioescucha conozca la forma en cómo están estructuradas las producciones que acostumbra escuchar, cuál sería el esqueleto de lo que percibe del otro lado del aparato.

las colecciones y enciclopedias del fondo cultural Aurrerá, que no pueden faltar en casa. Usted y su familia van a aprender mucho, más a cerca de nuestra historia, y si tiene algo que celebrar, ya sea una boda, el baby shawer o un cumpleaños, Aurrerá tiene solucionado todo, el desayuno, el regalito, el platillo favorito, hasta cualquier detalle. Tenga siempre en mente algo importante, Aurrerá es la aliada para cuidar el gasto de la familia a precios bajos todos los días.

Usted lo comprueba, en Aurrerá, (ENFÁTICA) obtiene un ahorro total.

Escúchenos, siga con *El mundo de la mujer* y con Aurrerá. Precios bajos

(PAUSA) siempre.

O.P. PUENTE MUSICAL (30 SEGS). TEMA EL MUNDO DE LA MUJER. BAJA A FONDO HASTA DESAPARECER.

JANETT:(PREGUNTANDO) cómo amancieron, ojalá que estén muy bien y de muy buen humor, en esta mañanita fría, decía yo, sí, estamos como a diez, once grados en la capital, y pues, para nosotros sí es frío, y cuando ha habido tanta humedad, pues entonces, se combina todo esto. Ayer había en la tarde un chipi chipi como agua nieve, entonces nos pusimos nuestras chamarras porque teníamos que andar en la calle para realizar nuestras actividades, así es que por favor abríguense bien, abríguen bien sobre todo a los pequeñitos, los viejos abríguense, si no tenemos otra cosa, el papel periódico es bueno para estas ocasiones, son medio ruidositos para caminar, pero bueno, los protege, y eso es lo importante. Me da muchísimo gusto poder estar en contacto pues, con este gran público de la XEW e invítarlos a un programa, el de hoy, sumamente importante, todos los días procuramos hacerlo así, pero están ocurriendo, en nuestro Distrito Federal, cosas que nos llevan a descubrir cosas



novedosas, cuando hay congresos, cuando hay simposiums y esas cosas pues procuramos tener en el programa toda la información para estar al día, entonces como está por llevarse a cabo el primer de Tanatología y suicidio, nos acompañará de manera especial el doctor Alfonso Reyes Subiría que hace un par de años estuvo en el programa. Presidente de la Asociación Mexicana de Tanatología, nos vamos a la mitología griega y pensamos en tanatos, en ese genio alado que si no me equivoco era hijo de la noche, hermano del sueño, y entonces el doctor nos meterá en detalle de lo que es la tanatología que estudia a la muerte, pero ya verán desde qué punto de vista tan interesante.

Yo los invito a que se queden con nosotros, aunque usted me diga que es tanatófóbico (PREGUNTANDO) sí se dice así doctor. Aunque le tenga miedo a la muerte, todos sabemos que tarde o temprano para eso llegamos al mundo, bueno, llegamos para hacer muchas cosas importantes pero sabemos que el final en esta vida es ese, la muerte tendrá que ocurrir y más que tenerle miedo o terror, la muerte es algo que hay que aprender a entender y el doctor Reyes Subiría nos va a ayudar.

Al observar la estructura que se le fue dando al guión conforme se transcribía lo escuchado del programa a través del monitoreo, la conductora después de haber dado una introducción a la primera sección, presentó a sus otros tres colaboradores, dio créditos así como los teléfonos durante dos minutos, 20 segundos más. los cuales no se expondrán de manera textual por considerarse que no vendría al caso escribir palabras textuales que no serían útiles para presentar tanto la estructura como el contenido del programa, ya que muchas de estas palabras son de manera espontánea y cada día son distintas.

Los invitados no cuentan con un guión para la exposición de su tema, a ellos solamente se les controla midiéndoles los minutos que deben hablar, cuando ya han discutido durante un tiempo de aproximadamente tres o cuatro minutos, el operador se encarga de hacer señas a la conductora para que avise al público radioescucha que es

hora de cortes comerciales.

JANETT: Bien doctor qué le parece si vamos a un corte rapidito y ahorita que regresemos nos sigue platicando acerca de este tema tan interesante que es la Tanatología.

O.P. PUENTE QUE IDENTIFICA LA SECCIÓN (7 SEGS) BAJA A FONDO HASTA DESAPARECER.

A las nueve de la mañana con diecinueve minutos entra el primer comercial, después de haber hablado la conductora durante ocho minutos la primer pausa entro a las 9:19, el invitado hablo durante ocho minutos, con algunas interrupciones de la conductora.

### CORTE COMERCIAL

O.P. TEMA QUE IDENTIFICA LA SECCIÓN. SE MANTIENE DURANTE 5 SEGS. BAJA Y SE MANTIENE A FONDO.

JANETT: Son las nueve de la mañana con 21 minutos. Yo creo que en la escuela debería haber una clase de tanatología, que es el derecho a morir bien, es necesario hablar de eso, del otro enfoque de la muerte, yo creo que por eso es tan importante que se lleve a cabo el congreso de tanatología próximamente.

Comienza a hablar el doctor acerca de su tema durante tres minutos, a las nueve de la mañana con 24 minutos entra otro corte comercial con duración de tres. A las nueve y media de la mañana se vuelve a escuchar la voz de la conductora:

JANETT: Son las nueve de la mañana con treinta minutos, continuamos en *El mundo de la mujer*, platicando con el doctor Alfonso Reyes Subiría,

(PREGUNTANDO) doctor, dónde pueden inscribirse las personas que deseen ir al primer congreso Internacional de Tanatología y Suicidio

El doctor proporciona la información necesaria, requerida por el auditorio. A las nueve con 35 minutos la conductora despide al doctor para dar paso a la segunda sección.

### CORTE COMERCIAL

Con los segmentos de guión anteriores contruidos a partir del monitoreo del programa, se consideraron algunos aspectos que sirven para resaltar que a pesar de contar con un guión, la conductora hace muchas improvisaciones dentro del programa. Los invitados por su parte, exponen el tema de acuerdo a lo que ellos saben. La

conductora cuenta con un pequeño guión para tener control sobre el tiempo de cortes comerciales e intervención de los colaboradores, las hojas estructuradas que nunca faltan son las de los comerciales de la tienda patrocinadora.

Las intervenciones de la conductora algunas veces son largas y pueden convertirse en tediosas para el auditorio que busca mayor agilidad en la radio, incluso que no hable tan solemnemente como lo hace, buscando utilizar un lenguaje más popular, que sirva como instrumento de identificación con el público.

Lo importante aquí es destacar el tiempo con que cuentan los colaboradores para la exposición de sus temas, un elemento que merma el interés del auditorio por el programa. Hubo quien sugiriera que se extendieran más las secciones y en lugar de cuatro solo hubieran dos.<sup>42</sup> Por ello es necesario presentar la otra alternativa en producción para la mujer, ésta lleva el nombre de *Hablemos de los hombres*, conducida por Fernanda Tapia y Mayte Noriega, un programa con un enfoque totalmente distinto al analizado, se presenta como la contraparte del mismo.

También en el capítulo tercero de este trabajo se presentarán aquellas transmisiones para la mujer de diferentes estaciones de radio, todas con distintos enfoques y tratamiento de la información. Sin embargo un común denominador, todas ellas se enfocan a la mujer, con títulos para la mujer, excepto *Hablemos de los hombres* por su estructura y temática que en él se discuten, las cuales serán presentadas en el capítulo siguiente.

---

<sup>42</sup> En algunas entrevistas que se realizaron al auditorio en los conroles remoto, una joven aproximadamente de 20 años de edad, contestó que sus asistencia a éste se debía sólo a la presencia del artista y sugirió que en lugar de cuatro secciones en una transmisión de dos horas hubiera dos para que fueran más profundas en cuanto a los temas.

Días	Tiempos en minutos						
	Colaboradores				Total	+ Anuncios	Total
	1	2	3	4			
15	19'	15'	24'	20+8' (estación repetidora)	86'	34'	120'
16	23'	30'	26'	28'	107'	13'	120'
17 (control remoto)	20'	25'	15'	15'	75'	45'	120'
Por ser programa especial de aniversario de la estación no hubo colaboradores.							
18					110'	10'	120'
19					por ser sábado no hay transmisión		
20					por ser domingo no hay transmisión		
21	20'	28'	15'	26'	89'	31'	120'
22	17'	33'	25'	17'	92'	28'	120'
23	21'	20'	32'	16'	89'	31'	120'
24	19'	20'	16'	18'	73'	47'	120'
25	24'	20'	20'	17'	81'	39'	120'
26					por ser sábado no hay transmisión		
27					por ser domingo no hay transmisión		
28	30'	20'	20'	18'	88'	32'	120'
29	23'	20'	15'	20'	78'	42'	120'
30	23'	22'	20'	25'	90'	30'	120'

En el cuadro 2 se puede observar la proporción en relación con temas de cada colaborador y el total de ese espacio destinado a ellos. En cuanto a los comerciales, se puede observar que estos rebasan el tiempo que se supone les destinan, con lo cual se concluye que el espacio a cada elemento integrante del programa, del cual hacen mención los productores de *El mundo de la mujer*, no son los reales si consideramos los proporcionados en este cuadro que ejemplifica los tiempos generalmente distribuidos en

las transmisiones.

El cuadro 2 se realizó a partir del monitoreo de 15 días del mes de septiembre de 1992.

## Capítulo Tres

# Elementos rescatables de los temas que orientan socialmente a la mujer como propuesta para una producción radiofónica

*Toda verdad tiene límites  
de tiempo y espacio,  
condiciones y límites.  
Si quieres llegar al punto  
que no conoces tienes  
que recorrer el  
camino que no conoces.*

Edgar Morín

### Transmisiones radiofónicas enfocadas a temas femeninos

Aun cuando en este trabajo nos hemos dedicado al estudio de un solo programa, cuyas razones ya han sido expuestas; Es el momento de considerar otra producción con el fin de mostrar lo que sería la contraparte de los típicos programas para la mujer, mostramos una transmisión que aunque coincide en algunas características con la primera como puede ser, el dirigirse a la mujer y tomarla como el auditorio base de los mismos; son programas completamente distintos en estructura, producción y enfoque. Para hacer la comparación se consideró el criterio de horario, al coincidir en la hora de transmisión puede significar competencia el uno contra el otro. Lo que se trata de rescatar es el manejo que cada uno le da a la información así como la forma en la que la hace llegar a su auditorio, es decir, todas las técnicas de transmisión.

Para que este trabajo resultara más efectivo se pensó en hacer mención, de manera general, de los programas que pudieran significar competencia para el que aquí se analiza. Para ello se pensó en hacer más delimitado el universo de estudio y considerar solamente aquellas producciones que salen al aire de lunes a viernes en el horario de la mañana, esto con fines de hacer más concreta y eficaz la investigación, de lo contrario resultaría demasiado general y no se aportarían elementos precisos.

*Hablemos de los hombres* es la producción elegida para el análisis que en cierta forma resulta un tanto comparativo por la descripción de elementos constitutivos diferentes. No fue elegida de manera arbitraria, sino tomando en cuenta, en primer término la hora de transmisión, coincidente con el programa estudiado. En segundo, por la estructura que contempla, es la que más se acerca a un tipo de producción que ejemplifica la contraparte del primero ya que uno de los fines principales de este trabajo es presentar una alternativa para una producción de orientación para la mujer pero con otras perspectivas, no solamente a la mujer, ama de casa o mujer vista como el sexo opuesto, sino más bien a la orientación social para la mujer y el hombre, su compañero y complemento de siempre.

En este apartado se hará únicamente mención de aquellas producciones que durante el tiempo en que se monitoreó *El mundo de la mujer*, de la misma manera, se monitorearon y registraron todos aquellos que se enfocan a la orientación social de este sexo o el segundo sexo, como es llamado por muchas personas, dentro del medio radiofónico.

Primeramente aparecen aquellos programas transmitidos en las horas de duración del programa analizado, es decir, de nueve a once de la mañana, por considerarse estos alguna competencia para el primero por la hora, ello debido a la elección que puede hacer el auditorio entre escuchar una transmisión u otra.

De diez a once de la mañana se transmite la producción *Hablemos de los hombres* conducida por Fernanda Tapia y Mayte Noriega, programa perteneciente al Núcleo Radio Mil (XEOY), la cual se tomará como contraparte en programas para la mujer por razones ya mencionadas, tema que se ampliará más en el segundo inciso de este último capítulo. En el mismo horario está el de Salud y belleza, conducido por Alfredo Palacios, de Radio Noticias (XEDF), programa en el cual el conductor se dedica a dar consejos a los problemas expuestos por el auditorio, tomando en cuenta sólo su punto de vista y experiencia, así como a dar consejos de cuidado físico a la mujer y unos tips para el desarrollo de actividades en el tiempo libre; para ello proporciona nombres de escuelas, profesiones y cursos. Se dedica también a invitar al auditorio para que a través de llamadas telefónicas, el público exponga sus problemas y dudas sobre los temas vistos, interrogantes a los cuales los conductores se encargaran de dar respuesta.



Por su parte Radio Red (XERED) se encarga de transmitir Escucha con María Luisa Barrera, en el mismo horario, de diez a once. En esta producción se dedican a dar consejos al auditorio, elemento que hasta el momento ha caracterizado a todas las transmisiones que fueron monitoreadas para fines del análisis realizado en este trabajo, en la transmisión de este programa del 8 de junio se habló de quemaduras, cortadas, caídas y accidentes así como la actitud que deben tomar las personas ante esta clase de accidentes y riesgos.

Son tres los programas transmitidos a la misma hora que el de la XEW. En total son cuatro producciones en un mismo periodo de tiempo, en sí significan competencia las unas para las otras por el hecho de estar todas enfocadas a consejos de belleza, salud y educación a la mujer, *El mundo de la mujer*, *Salud y belleza* y *Escucha*. Por su parte *Hablemos de los hombres* es la que de acuerdo al monitoreo presenta características que de alguna manera lo muestran diferente a pesar de ser una transmisión también enfocada a la mujer, elementos que serán descritos en el siguiente apartado.

A lo largo de todo el día, en diferentes horarios se pueden sintonizar, en diversas estaciones, transmisiones relacionadas con aspectos femeninos; son producciones que en menos de un año han aumentado de manera considerable. ¿Acaso con el objeto de proporcionar mayor apoyo a la escucha? ¿Por qué la competencia de una estación con otra dio cabida a este tipo de programas? O quizá, ¿por la importancia que poco a poco la propia mujer se ha ganado en los medios de difusión, entre los cuales está la radio? Estas son sólo algunas de las preguntas que planteadas a partir del contenido de cada una de las producciones monitoreadas.<sup>43</sup> Interrogantes a las cuales no resulta nada fácil dar respuesta debido a que la competencia a la que se enfrentan los medios en la actualidad, podría ser tomada como un factor importante para que se multiplicaran, sin embargo no es el único medio para su existencia.

Hasta el día 15 de junio de 1993, en el cual se escucharon producciones incluidas en este trabajo; se registraron estaciones que en su programación comprendían transmisiones para la mujer, una de ellas fue la XEDF que aparte de la producción a cargo de Alfredo Palacios, Salud y Belleza, transmite Todo para la mujer con Maxine Goodside, con un horario de once a trece horas. Al terminar este se transmite Palabra de mujer con duración de media hora, su conductora es Maritza Escribano. De trece treinta a catorce encontramos Médico de cabecera con Piri Gay.

Siguiendo con el orden del horario, de 14:00 a 14:30 salía al aire *La mujer en la cultura*, conducido por Germán Dehesa y Graciela Cantú, sin embargo esta producción

---

<sup>43</sup> Transmisiones que hasta el mes de junio del 93 se encontraban al aire y se decidieron contemplar para la investigación.

sale del aire el 31 de marzo; entonces se amplía el horario de otra transmisión enfocada a la mujer, *En voz alta* con Flor Berenguer, programa que contaba con treinta minutos de transmisión y cuando sale del aire *La mujer en la cultura*, este último se amplía a una hora, retomando elementos del anterior, aspectos que de alguna manera muestran que las dos producciones se hicieron una sola, debido a que en *La mujer en la cultura* se aportaban nombres de obras literarias, así como la bibliografía que este pedía, proporcionaban también el nombre de algunos autores principalmente de sexo femenino con el fin de alentar a la mujer escucha, interesada en esas obras literarias comentadas en el programa.

Por otra parte, en *En voz alta* se leían consejos al auditorio femenino para que se “preparara” ante la vida y tuviera mayor conocimiento de la cultura en el país. A partir del momento en que éste sale del aire, el primero, *En voz alta* modifica su manera de transmitir, se vuelve más plural en sus temas, más general para el público; adoptando características de *La mujer en la cultura*, por todos estos elementos se deduce que ambos se compactan en uno solo.

Conforme a la secuencia de producciones para mujeres, la XEW a partir del 5 de enero de 1993 cuenta con *Cocinando a la mexicana*, con Evelyn La Fuente, de doce a doce treinta y con *Saludable* conducido por Virginia Lemaitre, de doce treinta a trece horas, que aunque el nombre no diga que se enfoca estrictamente a ella, el hecho de proporcionar formas de prevenir accidentes en la familia y como prevenirlos, la involucra de manera directa.

Radio Mil es otra de las emisoras que cuenta con más de dos programas para la mujer; ya se ha mencionado aunque de manera muy superficial, *Hablemos de los hombres*, transmisión tratada de manera más minuciosa en el siguiente inciso. La estación contaba con programas como *El espejo de Venus*, de doce a trece horas, conducido por Julia Palacios; programa enfocado a temas de astrología, cada mes contaba con un invitado que daba respuesta a dudas de esta índole por parte de sus escuchas, y que fueran expuestos en la transmisión, ese invitado dedicado a dar soluciones al público, se hacía llamar la “Bruja Bremer”. La producción sale del aire el 21 de marzo y entra en su lugar un mes con cuatro días después, el 24 de mayo; *Oiga doctor* con la locutora y doctora María de la Luz Torres Cano Newton, donde se tratan temas de medicina, asignando un tema a cada día de la semana.

*Mosaico* es conducido por Ana Fusoni de once treinta a doce, y al igual que la mayoría de programas, dividen sus temas de acuerdo a cada día de la semana, a cada uno de ellos se les asignan temas y títulos diferentes. Como ejemplo de la estructura, referente a los aspectos a tratar en los días de la semana, se pone el caso de *Mosaico*,

dividido en los siguientes rubros:

### Cuadro Tres

Lunes	Salud
Martes	Mujeres de éxito
Miércoles	La mujer profesional
Jueves	Moda
Viernes	Mujer de éxito

Otra de las estaciones que mayor número de programas para mujeres aglutinan, es Radio Red (XERED). Un programa ya mencionado es el de Escucha con María Luisa Barrera; posterior a este se encuentra el de Imagen y estilo con duración de dos horas, su conductora es Margarita White, transmisión en la cual también sus dos horas son divididas, la primera, de once a doce la podríamos calificar como las que están dentro de las de temas científicos y médicos; mientras que la segunda hora está enfocada a temas de belleza, por ello la consideramos dentro de las informales, las menos serias o rigurosas como las científicas ya que para hablar de belleza en general no se necesita de una especialización.

Por su parte la XEB, de once a doce transmite el programa Mujer. Sus temas son médicos y tratan de orientar a la escucha a través de cada uno de los invitados.

En Radio AI (XEAI) localizamos Naturismo con Chaya Michan con el mismo horario que la anterior, producción considerada como nueva en comparación con las anteriores; sale al aire dos meses después de que Amor y magia con Jenny Capuano deja de transmitirse, el 12 de noviembre de 1992.

Aunque la mayoría de producciones enfocadas a la mujer están concentradas en las mañanas y este fue el universo considerado para nuestro análisis, no debemos olvidar que en el transcurso de la tarde e incluso en el horario de la noche existen transmisiones que de alguna manera se pueden considerar con un contenido enfocado para la mujer. Uno de ellos es Dimes y directes con Alma Elena Quintana, con horario de 16:50 a 17:50 horas, donde se cuenta con la presencia de personajes del medio artístico, concentrándose principalmente a hablar de artistas, su temática es muy parecida a las revistas de entretenimiento, más que ser un programa de orientación social es de espectáculos.

Por otra parte, *Detrás del espejo* con Guadalupe Loaeza es una cápsula de diez minutos, de 17:50 a 18:00 horas, donde la información es manejada con un estilo de cuento, donde se relatan experiencias de distintas mujeres con la voz de la conductora.

Dentro de las transmisiones nocturnas podemos localizar *La noche es de Margarita* con Margarita O´ Farril, transmitido en radio ACIR (XEL 1260 khz.), programa de orientación basado en entrevistas y llamadas telefónicas, de 21:00 a 22:00 horas.

Por último se monitoreo el de *Pregúntale a Emmy*, conducido por la doctora Amalia Ortega, en la XEDF (970 khz.), transmitido de 21:30 a 23:00 hrs., enfocado a problemas de la ciudadanía, tratados desde un punto de vista psicológico. Su estructura se basa en las llamadas del auditorio y en la propuesta de soluciones a sus distintos problemas, aunque es necesario aclarar que este programa más que enfocarse a la mujer, involucra a la ciudadanía en general.

Hemos consideramos prudente mencionar un programa que se transmitía por F.M, en la estación de Globo Estéreo (XHMRD FM 104.9 mhz.), conducido por Claudia Córdoba, es el programa de "Verdades", sin embargo, es necesario aclarar que no se pensó como una transmisión propiamente para mujeres, pero sí un programa más, que trataba temas sociales, donde se involucraba directamente a la mujer. Desde el 7 de marzo de 1993, sale del aire por resultar incosteable para los productores. <sup>44</sup> Se comentaban temas relacionados a problemas sociales como el de la mujer violada, el aborto, el trabajo de aquella dedicada al hogar y aspectos similares a los tratados en las mencionadas.

Hace ya varias décadas que se comenzó a dar impulso a las producciones radiofónicas para la mujer, que desde los años treinta surgen con la intención de informarla acerca de su situación, labor, derechos y obligaciones como ciudadana. Fue en los años treinta cuando surgen los primeros programas de este género para radio, ya que por medio del Partido Feminista Revolucionario, con su presidenta, Edelmira Rojas vda. de Escudero. Se "contó con todo el apoyo del PNR y logró captar muchos adeptos entre mujeres profesionistas, estudiantes, amas de casa y locatarias de los mercados de la ciudad, a través de programas radiofónicos". <sup>45</sup>

El problema está ahora no en contar desde cuando surgen los programas femeninos en la radio sino más bien, tomando como referencia que a seis décadas de haber surgido los primeros programas, existe con un número superior de transmisiones a comparación de aquella época, producciones con un mismo fin, orientar a la mujer. Sin embargo, a partir de esa información y teniendo en consideración que hoy en día esas producciones cuentan con mayor espacio en el medio, se transmiten durante cinco días, de lunes a viernes; recordándose que antes un programa era cada semana. El de la radiodifusora

---

<sup>44</sup> Breve entrevista telefónica con el director de "Verdades", Humberto Ramírez, quien comentó los elementos por los cuales la transmisión había salido del aire; 30 de junio de 1993.

<sup>45</sup> Información obtenida de la cita textual de Artemisa Saenz Royo, tomada del libro de Esperanza Tuñón Pablos. *Mujeres que se organizan, el frente único pro derechos de la mujer, 1935-1938*, página 32.

XEFO dedicaba una hora de difusión para el desarrollo de su labor: dar a conocer la importancia de la mujer dentro de la sociedad y del programa de partido".<sup>46</sup>

En aquel entonces la mujer comenzó a tomar fuerza en la vida política, y gozaba de cierta libertad para expresar su opinión; hoy, después de sesenta años aún busca el reconocimiento de muchos derechos en la sociedad.

No corresponde aquí mencionar los movimientos femeninos ni tampoco los valores sociales y morales contra los que ha luchado la mujer, debido a que nos desviaríamos del objetivo principal. El propósito es presentar una alternativa para producción radiofónica distinta, donde la mujer sea vista como aquella que no solamente se dedica al hogar, sino a la mujer que trabaja, la profesionista, la pareja del hombre, el ser esencialmente humano y complementario de su pareja.

Las transmisiones mencionadas en este apartado se incluyeron con el fin de dar una idea del número de programas para mujeres con que actualmente contamos, de todas ellas ¿cuántas realmente servirían para que compactándolas se propusiera una producción más rica en contenido y satisfactoria para aquella radioescucha en busca de algo diferente, que sea capaz de mover las inquietudes del auditorio.

No se hablará de lo "bueno" y lo "malo" de un programa ya que caeríamos en calificativos no correspondientes a un trabajo de esta naturaleza; más bien es rescatar aquellos elementos servibles para la propuesta pensada y también como camino para llegar a la comprobación de nuestra hipótesis, en caso que así sea, que la permanencia de una producción radiofónica se debe en gran parte a la aceptación que logre entre el público por los temas y dentro de ellos, a los aspectos sociales a los que se enfoca; para lo cual se ha dedicado un apartado de este capítulo, para hablar de aquellos elementos rescatables de los programas aquí incluidos, elementos que sirven como cimiento de nuestra hipótesis.

Es necesario que ahora veamos una producción que signifique la contraparte de la analizada, para formar un panorama más amplio de este tipo de transmisiones.

Debemos resaltar de manera general, que las características principales de los programas para mujeres que logramos registrar a través del monitoreo, al mismo tiempo (se trató de coincidir en los meses que el programa analizado) todos ellos coinciden en basarse en llamadas telefónicas del auditorio, su estructura toma como fundamento las opiniones de éste para la realización de sus producciones. Todas ocupan un espacio, por pequeño que este sea, a proporcionar al auditorio consejos de belleza y de salud, solicitados por la radioyente a través de los telefonemas.

---

<sup>46</sup> Esperanza Tuñón Pablos. *Mujeres que se organizan...* página 33.

Todos tienen rubros específicos para hablar de temas distintos, sin embargo predomina la presencia de un tema identificador de cada producción, ese es quizá el elemento que las distingue una de las otras.

Se ha comentado ya sobre el sustento que representan las llamadas telefónicas para las transmisiones, sin embargo consideramos también un cimientito el hecho de tener invitados que hablen de diversos temas, que son de dos y hasta cuatro por día en casos como en *El mundo de la mujer* cosa que nos parece una exageración el tener cuatro participantes en una sola sesión, elementos ya comentados en relación con el tiempo de cada programa y que ya fueron expuestos en el capítulo anterior.

No se descarta la existencia de producciones tipo mesa redonda como el ya desaparecido de F.M Globo Estéreo, *Verdades*, conducido por Claudia Córdoba. (Esta transmisión se realizaba tipo mesa redonda). Al estudio asistían especialistas de los temas a tratar y personas del público con experiencias sobre el mismo, como lo es por ejemplo, el aborto, la violación etc. Esta manera de hacer radio es válida porque buscó una forma distinta de orientar y tener aceptación entre el público. Sin embargo, por falta de anunciantes, resultó ser poco redituable para los dueños de la estación, quienes decidieron sacarla del aire. Lo que se consideró como un elemento a tomar en cuenta es la manera diferente que se encontró para transmitirse al público, quizá la forma no era del todo equivocada, muchas veces lo deficiente está en la manera como se exponen y tratan los temas. La producción salió del aire y a pesar de ello contaba con un público, que no logró amarrar por el tiempo que se mantuvo al aire, fue muy poco en comparación con otras, sin embargo contaba con elementos que bien pueden ser útiles para el programa distinto que se intenta proponer en este trabajo.

### ***Hablemos de los hombres, una opción en programas para la mujer***

Este programa fue seleccionado como segunda opción en producciones para la mujer por considerarse una transmisión que de alguna manera significaría competencia para el estudiado en ésta investigación. Fue elegido por la contraparte que significa y que está implícita en los elementos que lo integran, sus características no se apegan tanto a las de *El mundo de la mujer*, como sí sucede con otras producciones. *Hablemos de los hombres* se refiere un poco más a la mujer que sale a trabajar, que labora en una oficina y no solamente a la que se dedica a las labores del hogar. La característica más importante y por la cual lo consideramos contraparte de los otros programas, es que involucra con mayor claridad a los hombres. Empezando por el nombre de la transmisión, elemento que la hace tener mayor auditorio masculino sin calificar aún si los temas tratados son de

importancia para su público. El programa encontró una manera de tener una audiencia más heterogénea, ese es el elemento rescatable; estos aspectos fueron verificados a través de las llamadas telefónicas registradas en los monitoreos del mismo, así como de las posteriores entrevistas a las conductoras. Por otra parte, en las preguntas de los cuestionarios aplicados al radioescucha, se obtuvieron resultados favorables para la producción, resultó ser que tenía un auditorio ya fiel al mismo, un público que manifestó su satisfacción en las preguntas realizadas por la investigadora. La conformidad del auditorio se manifestó por los temas tratados y el manejo que se le da a la información.

Los temas no solamente son enfocados a la mujer, sino que guardan relación con el sexo masculino, o varían de tal manera que durante las transmisiones se habla de la relación de pareja, de la complementariedad y los problemas que ambos sexos enfrentan en unión y por separado también. Los aspectos se concentran a la problemática de la fémina, la que esta relacionada con las actitudes y pensamientos del hombre, es una producción cuyo fin es hablar de ambos sexos, estudiar y comentar el contexto en el cual se desarrollan para discutir todas aquellas características que poseen, y que de alguna manera los podría afectar o beneficiar, en tanto partes constituyentes de la esfera social.

El manejo de la información se puede calificar como de informal aunque con una preparación detrás, es informal por no presentarse solamente a un invitado especializado para que hable de un solo asunto; más bien en esta producción las conductoras se preparan de manera continua para hablar de un tema que ellas consideren importante y que debe ser tratado en el momento. Las transmisiones de este programa se basan básicamente en la exposición de las conductoras, para lo cual deben prepararse e informarse diariamente para presentarse ante su público, siendo ésta además una obligación de todos aquellos que tienen a su cargo una producción y día a día se paran frente al micrófono y se enfrentan a un auditorio.

Para el manejo de los acontecimientos, Mayte Noriega y Fernanda Tapia, se basan en los elementos manejados por todas aquellas revistas para la mujer, específicamente de una editorial con la cual ya existente un convenio por parte de los productores: Vergara. Son todas aquellas publicaciones para la mujer en las que se dan consejos, cómo el de como conseguir el amor de un hombre y como volverse interesante. Lo importante aquí es ver que algunos temas son tan irrelevantes como que son de revistas; sin embargo, por el tratamiento que se le da a la información en la producción radiofónica, el elemento se proporciona a la mujer de manera que existe la reflexión, donde las conductoras más que hacer el uso de la solemnidad, dan consejos de manera muy sencilla e incluso hasta cínica que el auditorio capta como tal y a través del chiste llegan a reflexionar acerca de una situación determinada.

Toda esa información es proporcionada al radioescucha de manera informal, utilizando un lenguaje sencillo. Los elementos manejados en la producción están enfocados a hombres y mujeres para que ambos asimilen el lenguaje según su rol y su función dentro de la misma sociedad.

*Hablemos de los hombres* es una producción que cumplió un año al aire el 15 de marzo del 93; nació como una idea de Guillermo de Toscano, Director General del Núcleo Radio Mil. Cuando les propuso a las conductoras la realización de un programa que fuera para mujeres pero donde se hablara de los hombres para contar con un auditorio heterogéneo, hablando de temas que lo identificaran como la contraparte de aquellos programas femeninos ya existentes, ellas aceptaron su idea mientras que él decidió dejar la producción en manos de las dos mujeres.<sup>47</sup>

Para el tratamiento de los temas e información proporcionada al radioescucha, las conductoras se preparan diariamente con el repertorio de revistas consultadas para la transmisión, así como libros de psicología, relaciones humanas y de comportamiento de hombres y mujeres. Las transmisiones son completamente espontáneas, no se basan en un guión para su realización, los temas tratados, algunas veces dependen de invitados, otras, de lo que hayan leído las conductoras desde un día antes e incluso ese mismo día en la mañana.

Durante la hora de transmisión, el programa recibe un promedio de 10 a 20 llamadas telefónicas, manteniendo contacto continuo con sus radioescuchas, quienes a través del teléfono felicitan, opinan, desaprueban o aprueban lo escuchado en la producción.<sup>48</sup>

Los realizadores del programa aseguran que el éxito del mismo está basado en la espontaneidad con la que se maneja la información, para lo cual hay que estar preparado, ya que es el programa femenino de la estación que cuenta con mayor audiencia.

Para las transmisiones cuenta con un esquema riguroso, como ya se mencionó, se basa prácticamente en la espontaneidad. Sus títulos son de manera general, donde se deja la posibilidad de hablar de todo; los miércoles para dar un ejemplo, el programa se basa en problemas de los radioescuchas, los cuales los comentan a través de las acostumbradas llamadas telefónicas; las conductoras adoptan el papel de consejeras durante la hora de transmisión.

Los lunes, martes y viernes cuentan con la presencia de invitados para que hablen de la relación hombre-mujer y sus características sociales, así como el rol que cada uno realiza y debería desempeñar en la sociedad. Para contactar con algún invitado se cuenta

---

<sup>47</sup> Datos proporcionados por la conductora de "Hablemos de los hombres", Mayte Noriega, en una entrevista realizada en las oficinas de Radio Mil, el 26 de marzo de 1993.

<sup>48</sup> *Ibidem*.



con la colaboración de Jorge Carbajo. Finalmente, los jueves no hay un título de identificación, es un día en el que se habla de los hombres, involucrando a la mujer.

Otro elemento constitutivo de esta producción radiofónica es la de Alberto Madrazo "El pato Madrazo", así conocido entre personas de todos los medios. El pato Madrazo se comunica con el público a través de las llamadas telefónicas, sin embargo, él raramente asiste al estudio, más bien desde su casa busca la comunicación telefónica con las conductoras que se encuentran transmitiendo el programa, entablan una charla, de la cual el público tiene la libertad de opinar después. Este es otro elemento diferente utilizado en esta producción. La colaboración de este personaje es cada viernes y comenzó con una entrevista realizada en cabina para el mismo programa, surgieron muchas llamadas, se pensó en la posibilidad de una sección y cada viernes hay colaboración del Pato ya que los productores se habían percatado que creaba polémica por su forma de expresarse ante el radioescucha, es una sección que surgió a partir de una prueba y hasta hoy, según las propias conductoras ha sido un éxito dentro del programa.

La política del proyecto radiofónico es la de no invitar mujeres a las transmisiones, sino más bien contar solamente con la presencia de hombres, lo cual le ha dado un toque de diferencia entre los programas del mismo género; esta característica es la que ha empujado a esta creación radiofónica a contar con los ratings más altos de la estación (NRM), respecto a lo cual Mayte Noriega opina: "Nos escuchan desde taxistas hasta intelectuales y altos funcionarios, porque finalmente a ellos, los hombres, les interesa mucho lo que nosotras las mujeres opinamos respecto a ellos. El programa va de lo más serio a lo más chusco, se habla de quienes son los violadores de las reglas, tomando como ejemplo los casos de personas conocidas".<sup>49</sup>

Respecto a los elementos técnicos, consideramos de importancia las voces de quienes guían el programa, son voces que por su diferencia y timbre resultan complementarias, lo que conduce a la variedad, no se permite llegar al tedio con una sola voz, son dos conductoras más la voz del invitado.

El equipo de producción se compone de seis personas, Jorge Carbajo, quien como ya se dijo, es el encargado de contactar con los invitados y asegurar su asistencia al programa; Mayte Noriega y Fernanda Tapia, conductoras y productoras; Panchito, quien con otra persona, se entienden con la operación y musicalización, Finalmente, la recepcionista, encargada de las llamadas telefónicas del auditorio, quien las hace llegar rápidamente a las conductoras para que den lectura a las mismas.

La música es un elemento ambientador de gran importancia en la radio, en la

---

<sup>49</sup> *Ibidem.*

producción desempeña varias funciones en este caso se hará referencia la función número tres de la que habla Josefina Vilar en su libro *El sonido de la radio*, "la música también describe y esa es su tercera función, pudiendo decorar y describir lugares determinados que deseamos representar".<sup>50</sup>

*Hablemos de los hombres* es una transmisión que ambienta cada tema con música acorde al mismo, por ejemplo si un invitado habla del engaño o la traición en la pareja, se busca la canción, de acuerdo a su letra, que haga alusión al asunto, para ello se cuenta con gran número de cintas y discos que auxilian en la espontaneidad y agilidad al programa.

Aunque en varias ocasiones se hable de temas científicos, el sentido del humor es un elemento primordial y ambos aspectos se relacionan para dar un toque especial a los temas; este tipo de transmisión se puede clasificar como de *sui generis* porque se habla de todo aquello que tienen relación con los hombres, a la mujer, a la pareja, sin concretarse a un tema específico. En cuanto a la manera de proporcionar la información, no tiene una característica específica, no hay un guión, es espontánea y diversa.

El club de los corazones rotos es un instrumento más de la producción, es una manera de mantenerse en contacto con el auditorio, sección que también las conductoras estiman que ha dado resultado, ya que por medio de este club algunos radioescuchas les comunican que han resuelto algunos de sus problemas, como lo es, el hecho de encontrar una pareja o estar en la búsqueda de la adecuada, según el propio radioescucha. Es decir que en este espacio radiofónico el auditorio encuentra un medio para satisfacer ciertas necesidades sentimentales.

Por otra parte, las conductoras buscan otra clase de medios para mantenerse en contacto con el público y que éste a su vez sienta una relación más estrecha, más íntima, una unión entre auditorio-conductoras. Como Fernanda Tapia, quien trabaja en un programa de la Sinfonía titulado *Confidencias*, gran parte del auditorio de *Hablemos de los hombres* escucha el segundo y en ambos programas, la conductora habla con su auditorio, los aconseja y el público se siente en confianza de llamar a cualquiera de los dos programas, pues sabe que ahí encontrará a su confidente, la conductora le pide que se comunique a cualquiera de las dos producciones, el público lo acepta y así lo hace.

En la transmisión se polemiza desde la situación de la mujer subordinada y explotada como lo es la indígena, hasta aquella mujer profesionista que trabaja fuera de su casa y a pesar de ello no deja de ser también un elemento de explotación.

Para todos los temas que en él se tratan, se invitan a hombres, quienes hablan de sus

---

<sup>50</sup> Josefina Vilar, Et al. *El sonido de la radio*, página 168.

experiencias que posteriormente son comentadas por las conductoras, el invitado y el público. Se hace mención de palabras usadas socialmente y por lo tanto comprendidas de manera esquemática dentro del contexto social, esos términos usuales son por ejemplo, madurez, realización, comprensión, etc. En una parte del discurso de uno de los programas el invitado de esa ocasión era Francisco Curiel, compositor, habló ese día de sus conflictos con las mujeres y comentó al respecto: "Se necesita madurez por parte del hombre para aceptar la preparación de la mujer, para eso se necesita también una relación estable".<sup>51</sup>

En ciertas ocasiones el programa se concibe por los radioescuchas como de extremista y hacen ver sus críticas al mismo, a través de telefonemas que Mayte Noriega y Fernanda Tapia leen para sugerir soluciones, se ha llegado a calificar de destructivo por algunos radioescuchas del sexo masculino debido a que algunas veces las conductoras presentan críticas muy rigurosas para ellos, esto con el fin, como ellas mismas lo expresaron, de concientizar a los hombres acerca de las relaciones humanas y de pareja, que entiendan que las obligaciones no sólo son de la mujer y los derechos sólo de los hombres.

El lenguaje es sencillo y coloquial, no utilizan palabras rebuscadas e incluso en muchos de los programas se llega a utilizar el sarcasmo como elemento de la producción, como instrumento de razón.

Por lo general, los temas centrales y a los que se les presta mayor atención por parte de los invitados, es la independencia de la mujer ante el hombre, las fallas femeninas ante la actitud masculina, los principales errores de ambos, la responsabilidad y el miedo al compromiso por parte de los hombres, el valor que se le otorga al trabajo femenino y al masculino. Al tratar temas variados, los invitados del programa no siempre son los mismos, los colaboradores son desde artistas, actores y compositores, hasta psicólogos, profesores, médicos y profesionistas en general; se habla desde la diferencia en el sentimiento de hombres y mujeres hasta la diferencia laboral entre ambos.

En conclusión podemos decir que se da mucho peso al problema de igualdad-desigualdad entre hombres y mujeres, visto desde varios ángulos pero siempre discutiendo que no se trata de competir sino de complementarse.<sup>52</sup>

Con la descripción presentada de la producción radiofónica *Hablemos de los hombres*, se muestra la contraparte de la analizada, *El mundo de la mujer*, por una parte, la segunda ha sido considerada como un programa de transmisión formal, basado en forma y estructura formal por el tratamiento que se le da a la información. Asimismo, la

<sup>51</sup> Datos obtenidos en el monitoreo del programa *Hablemos de los hombres*, el 5 de abril de 1993.

<sup>52</sup> Palabras textuales tomadas del monitoreo del 18 de marzo de 1993.

gran mayoría de las producciones para mujeres que en la actualidad están al aire, se guían completamente por la orientación de la mujer, identificándose con nombres femeninos que los encasilla en producciones para un solo tipo de público.

A diferencia de los demás, *Hablemos de los hombres* está enfocada a la mujer pero involucrando al hombre, comenzando por el nombre que lleva la transmisión, con lo cual ha logrado tener un auditorio heterogéneo de escuchas masculinos y femeninos de diversas edades, elemento que ha sido confirmado a través del monitoreo del mismo y por las entrevistas a conductoras y equipo de producción, así como por los cuestionarios para muestra representativa, aplicados al auditorio.

No existe la intención de poner a un programa como el mejor o el peor, sino más bien exponer los elementos que puedan servir para la propuesta de una producción enfocada tanto a hombres y mujeres, con características distintas a las que actualmente están al aire y creemos que varias características de opción las encontramos en el programa descrito en este apartado, por el hecho de no hacer división sexista de producción y por tomar en cuenta los patrones sociales que poco a poco han ido cambiando.

Todos los elementos rescatables de las producciones radiofónicas, serán mencionados en el siguiente inciso, tomados en cuenta para la propuesta de una producción alternativa que retome características de los actuales, ya que muchos de ellos poseen elementos importantes que no se han sabido explotar y que nos sirvan de referencia para ver la utilidad de esas transmisiones consideradas para nuestra propuesta.

### **Elementos rescatables de los programas**

De los programas registrados es necesario rescatar aquellos elementos que el público acepta porque de alguna manera considera que le son útiles. Esos elementos han sido elegidos a partir de que los propios radioescuchas opinan acerca de lo que les gusta oír, elementos obtenidos a partir de una muestra representativa de cien cuestionarios, aplicados a un público escogido al azar con el fin de obtener resultados completamente imparciales y objetivos.

Ante el entendimiento de que el público radioescucha es completamente heterogéneo, se trató de ser lo más exactos posible; de las encuestas realizadas se tuvieron los siguientes resultados:

De los cien encuestados, 85 fueron mujeres de diversas edades (los 15 restantes fueron hombres) 50 fueron jóvenes menores de 35 años, las 35 restantes eran mayores de 36. Es importante aclarar que las encuestas fueron aplicadas en la calle, ya fuera en

centros comerciales, en el metro, a la salida de las estaciones de radio e incluso en algunas dependencias gubernamentales e instituciones.

De las mujeres encuestadas solamente se tomaron en cuenta dos factores, el primero, que fuera público aficionado a los programas o hubieran escuchado uno de los mismos para mujeres; segundo, la edad y ¿por qué la edad? Una mujer de más de 50 años estará interesada por un tipo de programación distinta al que pudiera interesarle a una mujer menor de treinta años; sin embargo debemos considerar aquellos elementos en los que coinciden ambas radioyentes para la propuesta de un proyecto que satisfaga las necesidades de ambas.

Las mujeres jóvenes, menores de 35 años, coincidieron en que los programas que escuchan, entre los más solicitados estuvieron, en orden de importancia por el número de veces que fueron mencionados, *Hablemos de los hombres* con Fernanda Tapia y Rona Flesher,<sup>53</sup> *Todo para la mujer* con Maxine Goodside, *En voz alta* con Flor Berenguer, *Palabra de mujer* con Maritza Escribano y *El mundo de la mujer* con Janett Arceo. Las mujeres cuestionadas opinaron que más que hacer un programa que solamente sea para mujeres, debería existir uno que fuera para ambos sexos ya que los dos necesitan de consejos para ser mejores y llevar una vida en común por ser complementarios.

Comentaron también que son interesantes estos programas porque “no tratan a la mujer como si fuera retrasada mental o inferior al hombre, sino por el contrario, le hablan de superación y la ayudan a estar informada”.<sup>54</sup> Asimismo dijeron que lo importante de estas producciones es que dan consejos y que la escucha aprovecha aquellos que cree le son de utilidad.

Otro elemento que según las radioescuchas encuestadas, es de importancia, sobre todo para las jóvenes, es la espontaneidad de las conductoras y lo ameno con que son tratados cada uno de los temas, estos programas opina una encuestada “contribuyen a la orientación ya que la mujer se decide a actuar a través de estos”.<sup>55</sup>

Un aspecto que consideramos rescatable también porque las encuestadas así lo hicieron ver, es la sencillez del lenguaje utilizado por las locutoras, ellas respondían que su gusto por los programas citados es la concreción en los temas y el lenguaje entendible para el auditorio.

Las mujeres mayores de 36 años hicieron aportaciones interesantes para fines de la realización de este apartado, que son exponer aquellos aspectos de los programas que las

---

<sup>53</sup> En el mes de mayo del 93 Mayte Noriega deja de ser conductora del programa, en su lugar entra Rona Flesher quien actualmente colabora con Fernanda Tapia en la conducción de *Hablemos de los hombres*.

<sup>54</sup> Cuestionario aplicado a una radioescucha; Hermelinda Díaz, mujer de 35 años de edad, monitorista de RTC, 30 de mayo de 1993.

<sup>55</sup> Mujer encuestada el 14 de junio de 1993; edad: 32 años.

escuchas prefieren y que sirven de referencia para el proyecto que pretendemos proponer. Las mujeres clasificadas en el rango de la edad mencionada, contestaron que escuchan los programas por la variedad de temas y porque las ayudan a superar problemas del hogar y que repercuten en la paz familiar y personal. Estas mujeres mostraron preferencia por aquellas producciones que ayudan a educar a los niños, que proporcionen consejos a los padres para sacar adelante a los hijos; ellas juzgan importante considerar el ofrecimiento de aspectos alternativos a la mujer, que sea tratada como persona inteligente que puede desarrollar las labores intelectuales al igual que el hombre.<sup>56</sup>

Todas las mujeres encuestadas coinciden en algunos elementos que hemos considerado resaltar. El primero es la orientación proporcionada a través de los diferentes temas a tratar, tienen interés por la diversidad de aspectos desarrollados en las producciones; y un último elemento, la frescura y espontaneidad de las conductoras, mencionando programas más específicos, en este sentido, en *Hablemos de los hombres* se hizo mención de la frescura y facilidad ante el micrófono. En otros casos como *Palabra de mujer*, *En voz alta* y *El mundo de la mujer*, se mencionó la educación y consejos que ayudan a la superación de la mujer como ama de casa y madre.

En cuanto a los 15 hombres encuestados, si se decidió entrevistar a 15 de cien encuestados fue principalmente porque se tomó en cuenta para el tipo de producciones que se les iba a entrevistar, ya que la gran mayoría de auditorio para las mismas, está compuesto por mujeres, no se descartaron los radioyentes hombres que se interesan por transmisiones de ese tipo o que los escuchan aunque de manera irregular, es por eso que en esa cuestión se dió mayor peso a las encuestas para mujeres, sin embargo es de gran utilidad para la investigación la opinión del auditorio masculino ya que sus puntos de vista serán de provecho para considerar todos aquellos elementos útiles para una propuesta de un proyecto radiofónico, ya que uno de los fines de este trabajo es que, mediante ese proyecto, se reconsideren las características y funciones para ambos sexos, sin hacer la típica división sexista en la cual han caído la mayoría de producciones presentadas en esta investigación.

De las personas de sexo masculino que fueron encuestadas, siete fueron personas mayores de 35 años, mientras los ocho restantes eran menores de 30 años. Aquellos mayores de los 35, contestaron que ellos tenían particular interés por este tipo de producciones porque también trataba temas de su atención, les proporcionaban elementos para la salud y el bienestar, opinaron que este tipo de producciones era para ambos sexos, aunque el hombre las clasificara como si fueran solamente para la mujer;

---

<sup>56</sup> Mujer de 52 años de edad, encuestada el 20 de junio de 1993.

contestaron conformidad con los temas tratados, los programas más mencionados por ellos fueron *Hablemos de los hombres*, *En voz alta* y *El mundo de la mujer*.

Los hombres menores de 30 años, dijeron haber escuchado la mayoría de veces el programa *Hablemos de los hombres* porque ofrecía alternativas para la conducta del hombre en relación con su pareja, así como diversos comentarios sobre la relación de pareja, se resaltó que después de haberla escuchado una vez, volvieron a escucharla en una segunda ocasión por llamarles la atención los temas, lo cual se debió principalmente a los comentarios "inteligentes de las conductoras, su naturalidad en la manera de conducir el programa mediante una plática amena, entablada por ellas mismas y dan buenas ideas a quienes las escuchan".<sup>57</sup>

Considerando los elementos que los oyentes creen importantes y en los cuales la mayoría coinciden, las producciones más mencionadas son:

- *Hablemos de los hombres*
- *En voz alta*
- *Palabra de mujer*
- *El mundo de la mujer*

Los componentes rescatables de las producciones son, de *Hablemos de los hombres* sus comentarios espontáneos, los consejos para ambos sexos y las ideas inteligentes y frescas de las conductoras; mientras que de *Palabra de mujer*, la distracción que presenta la transmisión es a través de los diferentes comentarios que se hacen de personas del medio artístico así como la participación de mujeres profesionistas y dedicadas a tareas no relacionadas con el hogar. Un aspecto interesante de esta producción es que las mujeres invitadas proporcionan consejos a la radioescucha para que no se conforme con labores hogareñas, sino que se dediquen a cualquier actividad que las satisfaga y las "haga sentir plenas".

En *En voz alta*, producción a cargo de Flor Berenguer, se concluye que los elementos rescatables, según el público, son los temas de cultura a los que hace referencia y que proporcionan alternativas de distracción y educación para el auditorio como teatro, cine, literatura, etc., con lo cual mantiene a sus escuchas informados.

Finalmente, de los cuatro programas más mencionados por los encuestados y de los cuales se tomaron en cuenta aquellos elementos que el público considera de importancia de *Palabra de mujer* y *El mundo de la mujer* se consideraron aquellos elementos de los

---

<sup>57</sup> Encuesta a joven radioescucha, Edmundo García López de 24 años de edad, 26 de junio de 1993.

temas científicos y de orientación social en general como son los de medicina, recetas de cocina, consejos de belleza y psicología.

No deben olvidarse otras producciones también mencionadas en los cuestionarios como *Escucha* con María Luisa Barrera de Radio Red, *Todo para la mujer* con Maxine Goodside de Radio Fórmula, *Mosaico* conducido por Ana Fusoni de Radio Mil y *Salud y belleza* con Alfredo Palacios, de Radio Fórmula. Debe aclararse que son producciones mencionadas por los encuestados que alguna vez llegaron a escucharlos, o que los escuchan pero los mencionaron solamente un par de veces, por lo que se considerarán solamente aquellos programas más mencionados por sus características que son importantes para su auditorio. Esos elementos rescatables de los programas son los que servirán de referencia para la propuesta que se presentará.

De acuerdo a las características de los programas que prefirieron los encuestados y que ya han sido señalados, se consideran como elementos rescatables de estos, los consejos de salud, la orientación con relación a la cultura (bibliografía, comentarios de películas, obras de teatro, libros, revistas, pintura, etc.), educación y entretenimiento. Por otra parte, la espontaneidad de las conductoras, caso específico el de Fernanda Tapia.

58

De la orientación para el ciudadano de la salud y la familia se mencionó *El mundo de la mujer*.

Debido a la preferencia del público por la variedad y espontaneidad en los programas de radio y tomando en cuenta que son elementos básicos en las producciones de este género y en un medio como lo es el de las hondas hertzianas, le hemos dedicado un apartado en este capítulo para hablar de estos elementos.

### **La verdad y espontaneidad, secretos de la producción radiofónica**

¿Por qué se ha considerado necesario mencionar la variedad y espontaneidad en la investigación? Es preciso explicar que estos son elementos que los propios radioescuchas han propuesto como indispensables en las producciones, aspecto por el cual se ha decidido tomarlos en cuenta.

Para que una producción radiofónica cuente con variedad son necesarios elementos como la diversidad de temas, la manera como estos sean expuestos por las conductoras, así como la parte técnica; como son, efectos especiales y música; al respecto tenemos que

---

<sup>58</sup> La espontaneidad solamente fue mencionada por aquellas personas encuestadas que dijeron escuchar *Hablemos de los hombres*, quienes también dieron su opinión acerca de las conductoras. Después de la salida de Mayte Noriega, expresaron sentirse bien con las opiniones de la nueva conductora, Rona Flesher.



el “tiempo de la producción radiofónica está ocupado por los dos grandes universos que vehicula: el de la *música* y el de la *palabra hablada*. A estos dos códigos fuertes, la radio añade la producción de “efectos” que imitan a los ruidos; ambos ruidos y “efectos” son significantes que no pertenecen estrictamente ni a la sonoridad reglamentada de las lenguas ni al orden establecido de lo musical corporal”.<sup>59</sup>

La palabra, la música y los efectos son elementos primordiales en toda producción radiofónica, éstos se contemplan desde el punto de vista de la producción, ya que cualquier interesado deberá tener presente estos aspectos así, como los temas a tratar en sus transmisiones, en los cuales se incluye el elemento palabra. Los temas tendrán el enfoque de la transmisión así como los propósitos de la misma, ¿cuáles serían esos propósitos? Uno de ellos, la orientación de los radioescuchas a través de un programa que enseñe y sea capaz de llamar la atención de su auditorio; al presentar una propuesta de un programa alternativo, pensamos precisamente en algo que incluya estas dos características. Sabemos de antemano que las producciones que educan y entretienen ya existen, sin embargo por el manejo de la información muchas de ellas resultan aburridas, pues la información resulta tensa para el escucha, mientras otras se inclinan más hacia el entretenimiento, resultando un enfoque muy poco serio. El punto medio sería saber manejar los dos términos, educación y entretenimiento, mostrando algo diferente al auditorio, principalmente en el manejo que se le da a la información, más que en querer mostrar temas completamente nuevos porque aquí sí caeríamos en un error pues ya todos los temas son conocidos.

La variedad es ese elemento que conjunta todos aquellos aspectos que influyen en la producción, el cambiar de invitados y temas, e incluso intercalar voces de locutoras (es), ya que si es la misma persona la que siempre habla, el oído a través de la radio se adapta más fácilmente a dos voces que a una sola ya que si es solo una puede parecerle tedioso el programa, más aún, si la voz del locutor no resulta tan agradable. En relación con este aspecto, los programas que aquí mencionamos tienen la característica común de contar con varios invitados, de dividir las transmisiones en varias secciones, ambientando cada una de ellas con música diferente, dan gran importancia a las llamadas del auditorio y en esos telefonemas basan gran parte de la producción. Todos aquellos elementos que intervienen para que una producción sea amena y capte la atención del público son aspectos representativos de la variedad en radio.

La labor de la espontaneidad está principalmente en manos de los locutores (as) y del operador. Un locutor tiene una gran misión que cumplir frente al micrófono, desde tener

---

<sup>59</sup> Josefina Vilar. *Op cit.*, página 31.

que improvisar cualquier palabra, hasta tener un dominio o por lo menos un gran conocimiento del tema a tratar. En el caso de los programas que cuenten con invitados, el locutor también deberá estudiar el tema a tratar por si hay preguntas del auditorio y haya que preguntar algo al ponente del tema. Hay que tener presente que en el sonido de la cabina, “hay que destacar como pieza clave de la enunciación radiofónica, la presencia del locutor, de continuidad que intentará siempre seducir al auditorio, llamándolo discretamente o de forma escandalosa para que no deje de sintonizar la estación y sosteniendo continuamente un diálogo imaginario y a veces telefónico con él”.<sup>60</sup>

La radio como medio de difusión ha cambiado de manera muy rápida y ante la competencia que representa la improvisación frente al micrófono, –es como el pan de cada día hacer uso de la misma. Sin embargo es necesario precisar que improvisar frente al micrófono no significa que no haya preparación de quienes trabajan en la radio, ya que estos al estar frente al aparato tienen el reto de dominar o tener amplios conocimientos del tema a tratar. Si el locutor no resulta ser el ponente directo como es el caso de los programas aquí analizados, aún así deberá estar informado del tema a tratar, investigar los aspectos respecto a los cuales el auditorio haya formulado sus preguntas. Recuérdese también que el locutor no trabaja solo sino con todo el equipo de trabajo que integra la elaboración de una producción, junto con ese equipo el conductor trabaja en conjunto tanto para la investigación de elementos a tratar como para las transmisiones.

Variedad y espontaneidad, aspectos que en la actualidad se ven reflejados en el trabajo de quienes hacen los programas, ambos elementos son imprescindibles para aquellos que hacen radio; estos son una parte de la producción, la otra parte está en el enfoque que se le dé a cada programa, en lo que también está gran parte del éxito de los mismos. Si el tema no resulta interesante para el auditorio, el programa sale del aire, aspecto que también se refleja en la rentabilidad que una transmisión representa tanto para la estación como para quién desee patrocinarlo; este elemento se puede observar en el caso de *Verdades*, programa conducido por Claudia Córdoba, el cual salió del aire por no resultar rentable, según lo dijo el propio director, citado en el primer apartado de este capítulo.

Una persona que también contribuye a la espontaneidad en las transmisiones radiofónicas, es el operador; éste desempeña una labor importante que proporciona gran ayuda a quienes se ocupan del micrófono. El operador es quien aparte de encargarse de los efectos, se dedica a ambientar el programa, selecciona la música de acuerdo al tema, que tenga relación con la palabra o texto, la tarea del operador es característica de los

---

<sup>60</sup> *Idem*, página 39.

programas mencionados en este trabajo. Tanto en *El mundo de la mujer* como en *Hablemos de los hombres* y en las demás transmisiones, las conductoras depositan toda su confianza en el operador que juega a diario con la espontaneidad, apoyándose en el gran repertorio de discos y cintas que tienen en las cabinas, ellos se encargan de cambiar la música en cada una de las secciones con que cuenta un programa. Un ejemplo de ello, es en *Hablemos de los hombres*, en la sección del Pato, tocan la pasarela como forma de identificación de la misma; cuando en algún tema se hace referencia a la juventud, a la religión, al engaño, etc; el operador se encarga de buscar música oportuna al asunto tratado.

Con ayuda del elemento musical, de efectos y de la palabra, la radio cuenta con un gran número de posibilidades para el escucha, al respecto Josefina Vilar dice: “Los ritmos de la programación de la radio responden con su presencia constante a la continuidad de la vida cotidiana de su auditorio. Así, hay programas para los que se despiertan, para los que ya están despiertos, para los que van en automóvil, para los que vuelven a casa, etcétera.”<sup>61</sup>

De la gran variedad de programas, el radioescucha está consciente, él sabe que cuenta con una gama muy amplia de opciones para cambiar la perilla de su aparato cuantas veces lo desee, ante tal competencia se ha observado un surgimiento acelerado de producciones enfocadas a la mujer, algunas de ellas solamente han durado unos cuantos meses al aire, como fue el caso de *Verdades* de F.M. Globo; *El espejo de Venus* de Radio Mil, entre otras, mientras que existen otros programas que ha permanecido desde un año hasta más de diez al aire, ¿cuál es el factor que contribuye a ello? Esa es precisamente una de las fracciones que integran la hipótesis de este trabajo. Parte se debe a la aceptación que una producción logre entre el público, aunque la calidad de la misma no esté muy por encima de las demás transmisiones, ni sea la preferida del auditorio.

Para que una producción se mantenga al aire tiene que resultar redituable para la estación a través del patrocinador, si no hay quien quiera patrocinarlo o no existe un padrino cabal para el programa, desaparece; aspectos que de alguna manera fueron comprobados al entrevistar a productores, locutoras y operadores, con lo que se verifica la primera parte de nuestra hipótesis.

Para probar la segunda parte de nuestra suposición se realizó una muestra representativa, obtenida de cuestionarios al auditorio y entrevistas a mujeres que tienen relación estrecha con el medio, ya sea porque hayan trabajado o trabajen en él o sean investigadoras y estudiosas del mismo. Cada una de ellas aportó cosas elementales,

---

<sup>61</sup> *Idem*, página 46.

declaraciones reservadas para el desarrollo del último apartado del tercer capítulo.

### **Aspectos que sirven como propuesta para mejorar y producir programas de orientación social en la radio**

La intención de este último apartado es globalizar los aspectos vistos en los capítulos anteriores, a través del testimonio de mujeres que trabajan en el medio, mientras otras son críticas del mismo, sus puntos de vista servirán para extraer esos aspectos útiles para la producción alternativa de orientación social, sin olvidar las propuestas hechas por otras especialistas de la radio, cuyas entrevistas ya han sido incluidas, como es el caso de Fernanda Tapia, Mayte Noriega y Janett Arceo, así como las propuestas por parte de los propios radioescuchas, incluidas también en uno de los apartados de este último capítulo a través de una pequeña muestra representativa.

Si se toman en cuenta aquellos elementos que pueden servir como propuesta, se obtendrá que los llamados programas "para la mujer", en realidad son transmisiones enfocadas a todo tipo de auditorio, su público es *sui generis*, no existe un auditorio específico, si existe el radioescucha clasificado por un determinado sector social (elemento que en este trabajo no se estudia por la complejidad que representa) o el radioyente que se clasifica por la edad; no puede clasificarse tajantemente el público de una producción porque éste varía de acuerdo al tiempo, a la hora, edad, ocupación y estrato social. Aunque la intención de este trabajo no es el estudio de estos aspectos de gran importancia para saber porqué se escucha un determinado programa radiofónico, debido al grado de dificultad que implica una investigación de esa índole se decidió no estudiarlos ya que representan un análisis más profundo, parte de otra investigación.

El público al que están enfocados no es el único que los escucha, todas las transmisiones cuentan con un público imposible de esquematizar, se presentan desde jóvenes, hasta ancianos, de ambos sexos y diferentes ocupaciones, es un público totalmente heterogéneo. Ahora bien, a esto se suman algunos puntos de vista de mujeres que trabajan en este medio como son Cristina Pacheco, Verónica Ortíz, y de quienes lo han estudiado, dándole un seguimiento durante años, Fátima Fernández Christlieb y la feminista María Teresa Döring, quienes ayudaron a definir el perfil de la propuesta a una nueva producción, de acuerdo a los elementos que ellas mismas sugieren y se consideran de importancia.

Los programas que permanecen al aire han conservado su espacio por mostrar que tienen un número determinado de radioyentes; el tamaño del auditorio de una producción depende en gran parte del interés que éste muestre en los temas que se le están

presentando en el programa. Ahora bien, los elementos que hay que tomar en cuenta como propuesta a mejorar los programas de orientación social, son en primer término, que los programas al no estar solamente enfocados a la mujer, algunas veces resulta innecesario el calificativo "para mujeres", aunque se debe considerar que este es un elemento que muchos creadores de radioprogramas utilizan para asegurar a su público; sin embargo el encasillar una producción en un solo sector o sexo implica la reducción del auditorio, al respecto Cristina Pacheco comenta:

Me parece absurdo que haya programas para mujeres o para hombres, está bien que haya programas para mujeres pero lo ideal sería que los programas para mujeres también interesaran a los hombres y viceversa porque esa sería la señal de que estamos compartiendo el mundo, y de eso se trata finalmente, a mí no me interesa un mundo de mujeres, lo que me interesa es la conciencia, donde haya una igualdad de trato y eso no se puede lograr si no hay convivencia e igualdad en el mundo del trabajo y del conocimiento <sup>62</sup>

No se desconoce la existencia de programas abiertos a ambos sexos como es el caso de los de opinión, noticiosos o políticos, los hay; sin embargo sería interesante que esos programas de consejos que se han dado a conocer como de orientación social, no solamente sean para mujeres, aunque es un hecho que su público es heterogéneo, el título que ha vestido a muchas de ellas, es limitante de su auditorio, en relación con esto *Hablemos de los hombres*, como ya se mencionó en un apartado anterior, es un programa dirigido a mujeres y hombres, debido al nombre del programa el auditorio ya no está tan encasillado porque el título de una transmisión quiere decir mucho para el auditorio, si el título logra captar la atención del auditorio, éste prestará atención al contenido. Respecto al contenido, es necesario tomar en cuenta a qué público queremos que vaya dirigida nuestra producción y pensar en quien la podría escuchar y no solamente cerrar el círculo con un nombre, si es para mujeres, para hombres o para niños; sería mejor idea dirigirla a todo tipo de auditorio y ampliar las posibilidades del programa.

Si queremos una producción para estudiantes, mujeres que laboran en casa o fuera de ella en trabajos de oficina, para intelectuales, obreros, etc., lo principal de nuestra transmisión será el contenido de la misma para atraer al auditorio que buscamos, al respecto Fátima Fernández opina: "Me parece que hay una gran diferencia entre un público femenino que escucha, por ejemplo, a Margarita White y el que escucha a Mayte Noriega y a Fernanda Tapia, quizá ahí pueda haber una relación, pero hay programas

---

<sup>62</sup> Entrevista a Cristina Pacheco, dentro de las oficinas de la XEW, Tlalpan 3000, 26 de julio de 1993.

femeninos como los de Radio Fórmula, mucho más populares".<sup>63</sup>

Es importante tomar en cuenta lo dicho por la investigadora ya que al presentar una producción en radio deben contemplarse en primera instancia, los temas a tratar en el mismo, esto en relación con público que queremos retener a través de las transmisiones, aunque siempre debe tenerse presente que el público es totalmente heterogéneo, debido a la gran dificultad que encierra el definir qué público escucha una producción radiofónica, es difícil querer encasillar una producción al dirigirla a un público determinado. Sin embargo existe la posibilidad de que si una transmisión presenta buena calidad en cuanto al manejo de la información por parte de las conductoras o conductores y por los temas que se traten, a quien puedan interesarle, la posibilidad de tener un público más heterogéneo aumenta. Respecto al manejo de la información que le dan las locutoras uno de los jóvenes a los que se les aplicó el cuestionario dice: "He escuchado *Hablemos de los hombres* porque resulta entretenido y dinámico; los comentarios de las locutoras son inteligentes y la manera de conducirlo es muy natural, tienen buenas ideas".<sup>64</sup>

El público busca algo ameno, entretenido y dinámico pero también profesional, que la información esté sustentada en temas serios pero que la dinámica para proporcionarla al auditorio sea más atractiva, que logre atrapar al público de manera que se interese por escuchar el programa en forma constante.

Respecto a los contenidos, se busca que en esos programas de orientación social, sean para ambos sexos porque "La mujer no es la única que vive las situaciones o enfrenta los problemas, no hay temas solamente de la mujer, ambos viven la situación, hacer programas solamente para mujeres es limitativo", opina Verónica Ortíz.<sup>65</sup>

Tomando como referentes los puntos de vista de mujeres que buscan algo distinto en radio he aquí el comentario de la doctora María Teresa Döring, sobre una producción nueva, que pudiera contener en su programación, "...es la idea de hacer un programa que explicara política estatal y educativa, que hablara de asuntos sociales y culturales así como de las diferencias que estas instituciones han generado entre el hombre y la mujer, que explicaran al radioescucha que las diferencias más que nada son biológicas, no laborales, no sociales".<sup>66</sup>

No se niega la existencia de programas enfocados a temas de tipo político, social o

<sup>63</sup> Entrevista a la Directora de T.V. UNAM, Fátima Fernández Christlieb, en la FCPS de la UNAM, 30 de julio de 1993.

<sup>64</sup> Cuestionario a joven universitario y radioescucha de *Hablemos de los hombres*, 26 de junio de 1993.

<sup>65</sup> Entrevista a Verónica Ortíz, conductora del programa que hasta junio del 93 se llamaba *Palabras vivas*, posteriormente cambió el nombre y horario, llamándose *Amores y desamores* en Radio Universidad, 26 de julio de 1993.

<sup>66</sup> Entrevista a la Doctora Teresa Döring, Profesora de la UAM Xochimilco y autora del libro *Actitudes sexuales del mexicano* (un estudio comparativo transcultural).

cultural; sin embargo, este tipo de producciones son escuchadas por un público específico que se interesa por temas con determinadas características, pero ¿qué pasara si presentamos temas con esos mismos elementos con un manejo distinto de la información? Que serían escuchados por un radioyente que no necesariamente estuviera especializado en ese tipo de temas. Lo que se busca a través de este trabajo, es precisamente la propuesta de una producción que pueda ser escuchada por mujeres y hombres que no necesariamente sean considerados como intelectuales o especialistas en la materia, que utilicen un lenguaje sencillo para el público, que con palabras digeribles y sencillas pudiera captar la atención de su auditorio.

Es necesario desaparecer ya esa división que se ha visto en la programación radiofónica, en producciones que con el título especifican el público al que pretenden llegar, mientras se escuchan por otras personas por lo que deben tener otro tipo de características para tratar la información. En la muestra representativa se obtuvieron resultados de que la mayoría de esas producciones enfocadas a la mujer, son escuchadas también por hombres; la radio en general, cuenta con auditorio heterogéneo, aunque en algunas producciones predomine un público determinado, es por ello que nuestra principal crítica a este tipo de programas está basada en una división sexista en que se basan.

Ahora bien, ante tal situación se observa que las producciones que actualmente están al aire son escuchadas tanto por hombres como por mujeres, ambos de diferentes edades; no se intenta proponer algo desconocido e innovar a través de ello, sino más bien retomar todos aquellos aspectos que han sido manejados de diversas maneras pero que quizá les falte explotación porque resultan interesantes para el auditorio pero en dado caso, les haría falta un tratamiento distinto que no haga divisiones tan tajantes entre el público que puede escuchar o no la transmisión. "Por ejemplo, el tema de la sexualidad es un asunto que atañe a ambos, así como la participación democrática es algo de lo que debe hablarse mucho para cambiar las actitudes dentro de la casa, con actividades dentro de la misma, de la misma manera, la política es un tema que atañe a todos", dice Verónica Ortiz.<sup>67</sup>

En la muestra representativa de la que se habló en un apartado anterior, las mujeres radioescuchas opinaron que preferían programas que hablaran en general de temas que conciernen a ambos sexos como lo es la educación de los hijos y enfermedades, sin responsabilizar solamente a la mujer de ello, este es otro de los aspectos que hay que tomar en cuenta para un programa alternativo de orientación social de la mujer, que en este caso se agregaría una pequeña frase, "y del hombre".

---

<sup>67</sup> Entrevista con Verónica Ortiz, 26 de julio de 1993.

Algunas mujeres jóvenes, considerando la escala de edad que se tomó en cuenta para la muestra representativa, opinan que ellas mostrarían preferencia por un programa que orientara a la mujer en temas políticos, económicos, informativos en todos los aspectos; considerando que “ muchas transmisiones que actualmente se encuentran al aire como la de Janett Arceo son chismes y cosas que la mujer no necesita, son ideas viejas, para abuelitas porque están fuera de contexto, los temas que manejan son superficiales como los de Emma Godoy”.<sup>68</sup>

Tomando en cuenta estas opiniones, ¿en qué nos pueden servir para proponer o realizar algo que de cierta forma resulte nuevo y novedoso para el auditorio y que sea realmente alternativo? La respuesta la podemos obtener si tomamos en consideración aquellos aspectos que el público desea escuchar y con los cuales se siente satisfecho como es el caso del programa de Radio Fórmula con Flor Berenguer, del cual una radioescucha opina: “sus programas son de contenido, informa a la mujer en todos los aspectos, político, social y cultural”.

Teniendo presentes las palabras que muy acertadamente la Investigadora y actual directora de T. V. UNAM., Fátima Fernández dice, “el público escucha programas, no estaciones”, quien se preocupa en una producción para la mujer en estos momentos, debe sentirse obligado a proponer algo verdaderamente alternativo, asumiendo en cuenta esas preferencias del auditorio, así como de mujeres con bastante experiencia en el medio.

Un elemento a subrayar es que a la gente definitivamente le gusta escucharse en el aparato y a través de estos espacios pierde miedo a expresarse en público, desea hacer suyos esos espacios con preguntas, denuncias y opiniones. De la misma manera como se tratan temas variados, sin definir el contorno de la producciones, el perfil del radioescucha es un aspecto con mucho grado de dificultad para ser definido, respecto a lo cual algunas conductoras opinan que no hay perfil porque los temas a tratar son diversos; esos temas diversos son una pieza clave en una producción.

La mujer poco a poco ha ido ganando terreno en los medios de difusión, su participación se puede observar desde los años 30, en movimientos femeniles relacionados con la política.<sup>69</sup> Sin embargo esa participación no era tan marcada dentro de los medios, fue en los años 80 cuando la mujer además de concurrir en radionovelas, comenzó a participar en producciones que la involucraban a ella misma, que al tener auditorio permanecieron al aire, uno de esos casos lo fue *El mundo de la mujer*, sin embargo todo tienen que cambiar de acuerdo a la época y a las propias necesidades del

---

<sup>68</sup> Cuestionario realizado a mujer pasante de Ciencias de la Comunicación, 23 años de edad, 30 de julio de 1993.

<sup>69</sup> Esos movimientos femeniles son registrados por Esperanza Tuñón . *Op cit*, página 32.



auditorio y ahora se han presentado los años en que se produzcan programas enfocados a ambos sexos, sin divisiones sexistas y que con la diversidad de sus temas muestren la capacidad de retener a un público tan heterogéneo como el que habita en ciudades grandes y exigentes como lo es la de México.

¿Por qué dura al aire una producción radiofónica? Es una pregunta que se planteó al principio. Ahora podemos reiterar que cuando la mujer tuvo mayor participación en el medio, comenzaron a surgir nuevas transmisiones referidas al tema, concediéndosele más espacios a la mujer frente al micrófono. Ahora que esos espacios han sido ganados y que como dice Fátima Fernández:

Las locutoras, conductoras y en general la gente que trabaja en el medio, se ha ganado su lugar de una manera muy contundente con mucho trabajo pero de manera clara y con mucha fuerza, y cada vez se escuchan más comentarios de hombres que opinan lo eficientes que son las mujeres, lo bien que desempeñan su labor, que a su vez son jefas de hombres que trabajan tanto en radio como en televisión; es un fenómeno creciente y cada vez hay menos sorpresas al respecto".<sup>70</sup>

Con las opiniones presentadas por parte del propio público y de personas profesionales conocedoras del medio, tenemos que ante el contexto con el que ya contamos, el público está en contra de lo fragmentado, para hombres o mujeres. Prefiere más bien que se traten temas que atañen a ambos, actuales, médicos, políticos, sociales, culturales, educativos y de entretenimiento pero con un lenguaje digerible, sencillo, sin términos rebuscados, manejados de manera correcta, observando el espacio de la radio en cuanto a tiempo, en el cual para darse un tema debe buscarse la mejor manera de hacerlo, sin aburrir al radioescucha. Debe considerarse que nuestro público siempre será heterogéneo, no hacer producciones para un público determinado, el perfil lo definirá el propio auditorio a través de llamadas telefónicas y cartas, como es el caso de muchas que están actualmente al aire y muy particularmente de *Hablemos de los hombres*, donde las conductoras manejan la información de manera totalmente espontánea de acuerdo a lo que el público pregunte, las respuestas se dan el mismo día si es posible. La frescura, espontaneidad y eficacia con que tratan la información es una manera diferente de hacer radio, ese rompimiento de la formalidad de hacer un guión y los propios programas es parte de la radio de hoy.

Con esos elementos presentados se pueden descubrir cosas nuevas en las producciones, que si el radioescucha acepta o rechaza depende en gran parte del

---

<sup>70</sup> Entrevista a Fátima Fernández, 30 de julio de 1993.

tratamiento que se le dé a la información que se proporciona, es el método y no tanto el contenido; recordando que la seriedad con la que se trataban las producciones pioneras ya no es la misma, el concepto de seriedad ha cambiado, hoy no se necesita ser solemne para ser serio, recordemos que la solemnidad no es del gusto de toda la gente. Las cosas de hoy deben ser tratadas con mayor naturalidad, sin mucha lectura a un guión, dejar a quien se encuentre frente al micrófono con libertad de manejar el programa a su gusto y opinar con responsabilidad. Hay situaciones que ya han llegado al límite, hay muchas nuevas, necesarias de llevarlas a la práctica, con locutoras que no nada más desempeñan ese papel, se han convertido en productoras y directoras, esto es completamente aceptable siempre y cuando la aportación que se intente hacer sea diferente, nueva, fresca, tal como es la radio.

Ideas nuevas siempre hay, el problema es el tratamiento que se les dé a las mismas; muchas de ellas por muy descabelladas que parezcan, si se llevan a la práctica quizá es lo que el público esté esperando y convezan; pero si no se intenta algo nuevo y diferente nunca se sabrá si una producción con características de esa índole sea lo que el público desea escuchar y con lo que se quedaría, entre tantas que existen actualmente en el medio. Esa es la alternativa, retomar elementos ya conocidos para la propuesta de algo diferente. Las producciones para mujeres han llegado a su límite, ahora se busca algo distinto que involucre a otro tipo de auditorio, que no sea sexista y para eso hay que recorrer el camino que no se conoce, propuestas nuevas de producción, lo diferente.

De los puntos más importantes a considerar para la próxima realización de un programa, como alternativa en la radio, están los siguientes:

- Dedicar cada día de la semana a tratar un tema distinto.
- En un día de transmisión (de una o dos horas) deberán tratarse diversos temas, por ejemplo, con 30 minutos reales que se dediquen a temas médicos, científicos, sociales, políticos, o culturales (es decir, temas serios), según el que se desee elegir, es tiempo más que suficiente para agotar el tema el mismo día, sin dejar al auditorio con dudas que jamás podrá responder. Posteriormente se podrán hablar de otros aspectos sobre un mismo tema de los ya mencionados.
- Una transmisión con demasiada seriedad y utilizando un sólo plano. (hablando en términos técnicos ) se convierte en un programa aburrido, bien en estas producciones podría utilizarse la broma y el lenguaje coloquial, (considerando que muchas estaciones de F.M. cuentan con esas características) ¿ por qué no probarlo para este tipo de transmisiones ?
- Utilizar más de una sola voz para un programa, ya sean dos voces femeninas o dos masculinas, o una de cada una.

- Destinar un día de la semana a invitar a personas del público, donde se hable de un tema concreto y que el auditorio pueda intervenir y expresarse en vivo, en la cabina, prestándose a mayor polémica.
- Estar al día con los temas y no caer en lo anticuado, si surge un tema de importancia, utilizarlo como rubro mientras no deje de ser relevante (por ejemplo: El conflicto de Chiapas que surge en enero de 1994).
- Jamás olvidar el lenguaje sencillo y el buen humor, para dirigirse al auditorio, mediante el cual muchas veces asimila más la información, que de manera seria y formal; para ello deberán contemplarse los noticiarios, donde por rigor el lenguaje es más formal.
- Utilizar una mezcla de rubros de comicidad con temas serios, es decir, científicos, médicos, sociales, económicos etc., que se digan las cosas de manera espontánea y sin tanta solemnidad.
- Hacer uso de música de acuerdo a cada tema, la cual deberá ser también una mezcla de diversos estilos, desde clásica hasta rock.

## Conclusiones

De acuerdo a la hipótesis planteada en esta investigación se resuelve que efectivamente como se suponía en un principio, la permanencia de una producción radiofónica y en concreto, la analizada, se debe en parte a la aceptación que logró entre el auditorio, ya sea por los temas que aborda, ya sea también por los controles remoto de los que se apoyó desde un principio, con el fin de captar más la atención del escucha. Mediante la presentación de una producción de radio, la primera parte de nuestra suposición queda comprobada al resultar interesantes su temas para el público y ser funcionales para aquellos que oyen por una o dos horas a las conductoras; esos temas desempeñan alguna función en la sociedad y esta puede utilizarlos para su bienestar si le son útiles, de lo contrario los desecharía como propuesta para ser puestos en práctica en su vida cotidiana.

Así, con la presentación de un programa para mujeres se ejemplifica la manera de cómo una producción puede lograr aceptación entre los radioescuchas y de esa manera ser funcional a los mismos.

De la segunda de las suposiciones a demostrar, se puede decir que la mujer comienza a participar de manera más activa en producciones para mujeres a partir de los años ochentas con programas como *El mundo de la mujer*, *Prohibido para mujeres* que también surge en esa década, así como *Nuestro hogar*. Sin embargo, es necesario precisar que fue a finales de los ochenta y principios de los noventa cuando las transmisiones de mujeres se multiplican, generando con ello una gran competencia entre unas estaciones de radio y otras; los programas que ahora se encuentran al aire y que ya han sido mencionados en la investigación, pertenecen a varios grupos radiofónicos, y no

son uno o dos sino hasta más de cuatro en algunas estaciones las producciones dirigidas a la mujer y realizadas por ellas mismas. ¿Qué significa esto? Cuando la mujer comenzó a tener una mayor participación en la radio y a sobresalir como trabajadora, locutora, comentarista y reportera, se dio mayor importancia a esta clase de producciones, lo cual se debe en gran parte a que era necesario presentar nuevas alternativas en varias estaciones de radio para la mujer que se interesara en escuchar aspectos relacionados a su situación del papel que desempeñaba socialmente, y como el que hoy desempeña ante circunstancias distintas y situaciones históricas y sociales de acuerdo a la época.

Para ese género de programas de transmisiones se requería de mujeres que atrajeran al público a través de la voz, del manejo de la información, del humor y en sí, de la estructura de los programas, para ellos se buscaron mujeres como Mayte Noriega, Flor Berenguer, Maxine Woodside, Fernanda Tapia y todas aquellas que hoy en día tienen a su cargo un programa para orientar a la fémina, que de alguna manera ya habían logrado darse a conocer y hoy tienen aceptación entre un público que muestra fidelidad a los programas que ellas tienen a su cargo, sin poder definir al tipo de público por tratarse de un auditorio completamente heterogéneo; lo que sí se puede asegurar es que cada programa cuenta con un público fiel al mismo, ello por el interés hacia los temas tratados por cada uno de ellos. Cabría aquí mencionar un doble interés, por una parte está el del público que lo muestra por los temas, por la otra, se hablaría de una disposición por parte de los concencionarios y de quienes tienen a su cargo las transmisiones, en este caso los productores, de revisar que los temas y la información tratada funcione y agrade para que siga funcionando un determinado programa.

En este sentido, ese doble interés se mostró también en cada estación radiofónica por dar oportunidad a las mujeres de conducir programas de esa índole, así como aportar sus ideas y tratar de hacer participar al radioescucha, aspecto confirmado con los programas citados en esta investigación. El otro interés estuvo mostrado por el público de quien se tuvo cierta información a través de los cuestionarios, pequeñas entrevistas y observaciones por parte de la investigadora; a través de las preguntas que se respondieron, el radioescucha dio diversos puntos de vista acerca de los programas que acostumbra escuchar, mostrando cierto gusto por los temas tratados en estos programas, dando su opinión de las conductoras, recordando también que cada locutora se identifica con un público determinado a pesar de que algunos de ellos tratan de abordar temas para todo tipo de público, cada uno ya tiene su propio programa para escuchar, sin olvidar que el público de cada una de estas producciones es totalmente heterogéneo.

El fin del presente esfuerzo es la propuesta de un programa para un público

heterogéneo, no solamente pensar en una posible orientación de la mujer, sino de una orientación al ciudadano, al hombre como raza y no como sexo, dirigido al hombre y a la mujer como seres diferentes y complementarios; esa fue quizá la idea original de algunos programas mencionados en esta investigación, sin embargo han caído en la etiquetación "para la mujer" y de esta manera se han esquematizado y cerrado para otro tipo de radioescuchas.

A través de la descripción y el análisis de *El mundo de la mujer*, se puede observar que no está enfocada solamente a la mujer por su contenido y si esa es su intención, la transmisión se encasilla, de manera que sólo es escuchada por un público muy reducido y calificado por el propio programa.

Respecto a las restantes transmisiones, también enfocadas a la mujer, que son citadas en la presente investigación se catalogan como transmisiones encasilladas en un solo público, ya que son todas ellas "para la mujer". De todas estas, hay una producción que presenta características diferentes: *Hablemos de los hombres*, debido a las características que presenta, se mostró como contraparte de *El mundo de la mujer*, y de ese modo retomar los elementos necesarios para proponer una transmisión diferente, más heterogénea, más crítica y más *sui generis*.

Si los programas ya existentes tratasen temas con características más generales, menos esquematizadas y sexuadas y se empeñaran menos en decir que son para la mujer, quizá su auditorio se acrecentaría; si ya tratan temas heterogéneos que también interesan al hombre, ¿por qué se empeñan en decir que son para la mujer? Así. la propuesta está enfocada principalmente a que se aprovechen esos temas que han gustado al público y presentar un proyecto que aún el escucha busca en el cuadrante, característica que se presentó en las respuestas de la gente al mencionar temas que desearían escuchar y no los hay. Al proponer un programa ideal, diferente a los que ya existen al aire; el radioescucha dijo estar en espera de temas que mencionen los problemas que atañen a ambos sexos, a hombres y mujeres como seres sociales; son aspectos económicos, sociales, culturales, políticos, familiares y sexuales, y no que sean programas tan especializados, solamente de economía, política etcétera.

De hecho ya existen transmisiones que tratan esos temas, sin embargo la mayoría de las mismas al parecer, se han empeñado en ser especializadas, en encasillar a su público, olvidando un poco que es la propia mujer la que solicita transmisiones distintas.

Recuérdese que la radio representa entretenimiento, educación y orientación y por lo tanto la obligación de quienes tienen la concesión y de aquellos que transmiten un mensaje al auditorio es de proporcionar a través del aparato esos tres elementos para

cumplir con la característica principal de este medio de difusión, herramienta eficaz para la transmisión del mensaje.

En lo que se refiere a las producciones para mujeres, queda claro que se mantiene una tradición en la radio; en relación con este aspecto la propuesta simplemente pretende ser un ofrecimiento a considerar, con el fin de incorporar todos aquellos elementos rescatables de esas producciones ya existentes, en una transmisión donde se les de un manejo distinto de acuerdo a las necesidades y exigencias de un radioescucha cada vez más ansioso de encontrar las diferencias entre los programas que escucha.

La conclusión respecto al programa analizado es la siguiente: es escuchado por un público cada vez más restringido, amas de casa, personas mayores de sesenta años, en este público encasillado no se duda la funcionalidad de sus temas, ya que ha sido verificado a través de entrevistas y encuestas al propio auditorio, sin embargo es una transmisión bastante atrasada ante la gran competencia que representan todos los programas de radio para la mujer, y las exigencias de un auditorio más heterogéneo e incluso más informado.

Por lo tanto es necesario actualizar la transmisión, descartar aquellos rubros que ya han caducado, incluir aquellos que resulten de mayor interés para un público cien por ciento heterogéneo, como ya se ha reiterado en el desarrollo de la investigación. Un programa para un público más informado, más preparado y más interesado por los problemas nacionales que a todos incumbe.

# Anexos



## **CUESTIONARIO APLICADO PARA LA MUESTRA REPRESENTATIVA.**

### **LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS PARA MUJERES.**

**EDAD:**

**SEXO:**

¿Haz escuchado algún programa de radio para mujeres? ¿Cuál? (si no ha escuchado se cancela el cuestionario)

¿Qué elementos son los que más te gustan del mismo? ¿Por qué?

¿Qué aspectos te gustaría que se cambiaran en ese programa?

¿Sabes de la existencia de algún otro?    Sí ----- No-----

¿Qué opinión tienes del mismo?

¿Cuál sería tu propuesta para el mejoramiento del programa que escuchas?

-- Respuesta concreta

¿Qué tipo de producción te gustaría escuchar, cuáles son los elementos que lo podrían integrar?

De los rubros que se presentan a continuación señala tres en orden de importancia, que sean los que más te llamen la atención:

- Deportivos        ( )
- Infantiles        ( )
- Informativos     ( )
- Musicales        ( )
- Culturales        ( )
- Opinión           ( )
- Orientación      ( )

La última pregunta se formuló con base en los gustos de los radioescuchas, elementos considerados para la propuesta radiofónica presentada en el último capítulo.

**Ejemplo de un oficio que la Secretaría de Gobernación envía a la radiodifusoras acerca de los spots oficiales y que estas tienen la obligación de incluir en el tiempo de comerciales**



SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

DIRECCION GENERAL DE RADIO,  
TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA.  
DIRECCION DE RADIO.  
ALFILAS NUMERO 2  
EDIFICIO R.F.C. - 2do. piso.  
CUL. LUNAR Y OLUS, CUYACAN  
04220 MEXICO, D.F.  
FAX: 544 25 04

SEPTIEMBRE 14, 1992  
OF. NU. J.U.C. 014/92  
(1646)

ASUNTO: DE ANEXA MATERIAL

RADIODIFUSORAS XEPNA, XELUX Y XELMA  
C.P. No. 09 CUL. FISQUERA  
C.P. 65 71  
CAYAMA, JALISCO

Por medio del presente me permito solicitar su amable colaboración a fin de que se sirva transmitir a través de esa emisora, dentro del tiempo que corresponde al Gobierno Federal, en los términos del Acuerdo Presidencial del 14 de Julio de 1969, los mensajes que a continuación se indican:

- PROMOCION : FOMENTO DE LA SALUD.  
DEPENDENCIA : SECRETARIA DE GOBERNACION / IMSS.  
VIGENCIA : DEL 18 DE SEPTIEMBRE AL 18 DE NOVIEMBRE DE 1992.  
DURACION : 30 SEGUNDOS.  
MEDIOS : Y IMPACTOS DINAMICOS.  
VERSIONES : I R E S ( FAVOR DE ALTERNAR).

Asimismo, agradeceré nos envíe la pauta de transmisión que se le para a esta campaña radifónica, a la dirección citada en este oficio, a fin de optimizar la difusión de la misma.

Para cualquier aclaración sobre el particular, favor de comunicarse al teléfono 544 74 04, de esta Dirección.

Aprovecho la ocasión para reiterar a usted las seguridades de mi distinguida consideración.

A T E N T A M E N T E  
S U P R A B I U E F E C I V O , N O R E E L E C C I O N .  
E L D I R E C C I O N D E R A D I O Y T E L E V I S I O N .

RAFAEL BRACAMUNTES LUSIJO

C.C.P. Sr. Jorge Medina Viedas, Director General de R.F.C.-Presente.  
Sr. Manuel Morales de la Parra, Subdirector de Radio y Televisión, Presente  
Lic. Ma. Lorena Flores Urea, Jefe del Departamento de Medios Oficiales, Presente.  
Espectante.

820-102

## Bibliografía

- Alva de la Selva, Alma Rosa. Radio e ideología, Ed. El Caballito, México 1989.
- Borrás, Leopoldo, "Los medios electrónicos de comunicación en México", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, octubre/marzo, 76/77, México, número 85/87.
- Cremoux, Raúl, *Legislación mexicana en radio y televisión*, editado por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, 1989.
- Fernández Christlieb, Fátima. "La industria de la radio y la televisión. Gestión y desarrollo", *Nueva Política*, julio/ septiembre, número 3, volumen I, México 1976.
- , Fátima. *La radio mexicana centro y regiones*, Juan Pablos editor, primera edición, México D.F., 1991.
- Gandasegui, Marcos, "Estructura Social y Medios Masivos de Comunicación", *Plural*, México, septiembre de 1976, 10 páginas.
- Gutiérrez Espíndola, Francisco, *La radiodifusión comercial no es un servicio público*, Universidad Autónoma de Guadalajara, incorporada a la UNAM, Guadalajara Jalisco, 1965.
- Juan Alvarez, Alfredo, *La mujer joven en México*, Ed. El Caballito, México D.F., julio, 1980, 2a. edición.
- Morín, Edgar, *Para salir del siglo XX*, Editorial Kairós, primera edición, Barcelona España, 1982.
- Romo Gil, María Cristina, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, Ed. Diana, abril, México 1989, 120 páginas.
- Todo México, Enciclopedia de México*, Ed. Encyclopedía Británica de México, S.A. de

C.V., México 1985.

Tuñón Pablos, Esperanza. *Mujeres que se organizan, el frente único pro derechos de la mujer 1935 - 1938*, México, agosto de 1992, 173 páginas.

Vilar, Josefina, et al. *El sonido de la Radio, ensayo técnico práctico sobre producción radiofónica*, editado en programas educativos, S. A. de C. V., México D. F. , noviembre de 1988, 202 páginas.

## Hemerografía

- Berelson, Bernard, "Análisis de Contenido", artículo publicado en el *Handbook of Social Psychology*, editado por Garner Lindzey and Reading Massachusetts, por la Addison Wesley Publishing Co. , Ind. , 1954, Vol. 1 ("Theory and Method"), p. 488 - 522.
- Espíndola H., Jorge, "Reacción en cadena nacional de la radio de México", *Uno más uno*, guía semanal, página 2, 9 de enero de 1992.
- Hernández M., Jaime, "La magia de la radio", *Diario de México*, panorama sociales y espectáculos, página 4-C, 22 de febrero de 1992.
- Jaimes O., Candelaria, "La XEW estrenó programación el 24 de febrero; radionovelas y espectáculos", *El Herald*, página 2-D, 4 de marzo de 1992.
- Piña Jaramillo, Verónica, "La XEW estrena programación", *El Nacional*, página 5, 4 de marzo de 1992.
- Reyes, Rosario. "Las ondas hertzianas son femeninas", *Tiempo Libre*, Sección Radio, página 23, del 4 al 10 de marzo de 1993.
- "Ley Federal de Radio y Televisión", publicada en el *Diario Oficial*, capítulos, II - tarifas, III - programación, 19 de enero de 1960.
- "Janett Arceo habla sobre la XEW", *Excelsior*, Sección espectáculos, página 3, 7 de enero de 1992.
- "IX aniversario del programa radiofónico *El mundo de la mujer*", *Novedades*, página 14- , 28 de noviembre de 1992.
- "El público no sólo escucha `W´ por tradición sino por convicción", *El Diario de México*, página 4-D, 7 de enero de 1992.
- "A través de *El mundo de la mujer*, labor social de Janett Arceo en la radio", *Esto*, página

12-B, 4 de julio de 1992.

*Novedades*, publicidad radiofónica, quinta sección, página 8, 19 de noviembre de 1992.

## Fuentes de primera mano

Entrevista con Janet Arceo, 5 de mayo de 1992. (grabación)

Entrevista con el señor Humberto Espejel en la cabina de la XEW, el 26 de mayo de 1992.

Segunda entrevista con el señor Humberto Espejel, 31 de julio en uno de los controles remoto del programa, Aurrerá Echegaray.

Entrevista al señor José Antonio Gaspar, Director Comercial de Organización Impulsora de Radio (OIR), dentro de las oficinas de la empresa el 26 de octubre de 1992.

Entrevistas al público en el control remoto del programa, desde Aurrerá Azcapotzalco, el 2 de octubre de 1992.

Tercera entrevista con el señor Humberto Espejel en el control remoto de Aurrerá Azcapotzalco, el 2 de octubre de 1992.

Entrevista telefónica breve a la asistente de producción hasta el día 14 de septiembre del 92, Carmelina Rodríguez, 17 de septiembre de 1992.

Entrevista con Mayte Noriega, conductora del programa *Hablemos de los hombres* hasta el mes de junio del 93, la charla se sostuvo en las oficinas de la radiodifusora, 26 de marzo de 1993.

Entrevista con Verónica Ortíz, conductora del programa *Amores y desamores* en Radio Universidad, 26 de julio de 1993, en las oficinas de la radiodifusora. (grabación)

Entrevista con Cristina Pacheco, conductora del programa *Aquí y ahora* en la XEW, 26 de julio de 1993, en las oficinas de la radiodifusora. (grabación)

Entrevista a Fátima Fernández Christlieb, directora de T. V. UNAM, 30 de julio de 1993. (grabación)