



7
2ej

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CAMPUS ARAGÓN**

**“Información, entretenimiento y cultura a través de
la revista radiofónica (una propuesta para la cd. de México)”**

T E S I S

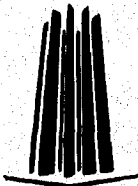
**Que para obtener el título de
LIC. EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

Presentan

**MARTHA PATRICIA AGUILAR PARTIDA
FABIÁN MARTÍNEZ HERNÁNDEZ**

Director de tesis: Lic. Ricardo García Santacruz

México, D. F., Octubre de 1996



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

TESIS

COMPLETA



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CAMPUS ARAGÓN

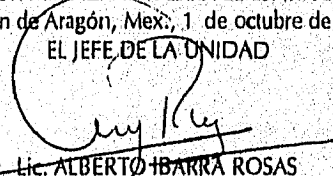
UNIDAD ACADÉMICA

Lic. CONCEPCION ESTRADA GARCIA
Jefe de la Carrera de Comunicación y Periodismo,
Presente .

En atención a la solicitud de fecha 1 de octubre del año en curso, por la que se comunica que los alumnos MARTHA PATRICIA AGUILAR PARTIDA y FABIAN MARTINEZ HERNANDEZ, de la carrera de Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, han concluido su trabajo de investigación intitulado "INFORMACION, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA A TRAVES DE LA REVISTA RADIOFONICA. (UNA PROPUESTA PARA LA CIUDAD DE MEXICO)", y como el mismo ha sido revisado y aprobado por usted se autoriza su impresión; así como la iniciación de los trámites correspondientes para la celebración del examen profesional.

Sin otro particular, le reitero las seguridades de mi distinguida consideración.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPÍRITU"
San Juan de Aragón, Mex., 1 de octubre de 1996
EL JEFE DE LA UNIDAD


Lic. ALBERTO BARRA ROSAS

c c p Asesor de Tesis.
c c p Interesado.

AIR'unac





UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CAMPUS ARAGÓN

UNIDAD ACADÉMICA

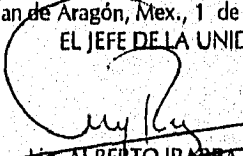
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Lic. CONCEPCION ESTRADA GARCIA
Jefe de la Carrera de Comunicación y Periodismo,
Presente.

En atención a la solicitud de fecha 1 de octubre del año en curso, por la que se comunica que los alumnos FABIAN MARTINEZ HERNANDEZ y MARTHA PATRICIA AGUILAR PARTIDA, de la carrera de Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, han concluido su trabajo de investigación intitulado "INFORMACION, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA A TRAVES DE LA REVISTA RADIOFONICA. (UNA PROPUESTA PARA LA CIUDAD DE MEXICO)", y como el mismo ha sido revisado y aprobado por usted se autoriza su impresión; así como la iniciación de los trámites correspondientes para la celebración del examen profesional.

Sin otro particular, le reitero las seguridades de mi distinguida consideración.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPÍRITU"
San Juan de Aragón, Mex., 1 de octubre de 1996
EL JEFE DE LA UNIDAD


Lic. ALBERTO IBARRA ROSAS

c c p Asesor de Tesis.
c c p Interesado.

AIR'unac

Ojalá que la ambición de los hombres
no lesione los intereses de la patria.

Lázaro Cárdenas

A Dios por el divino privilegio de la vida.

A mis padres Guillermo y Carmelita
a quienes amo profundamente y son la esencia de mi existir,
gracias por todos estos años en que me han regalado su vida y me han enseñado a amar la mía.
Gracias porque sin su amor
y paciencia no habría logrado esta meta.
Que Dios los bendiga.

A mis hermanos Guillermo, Magdalena, Rosa, Jorge, Sergio, Carmen y Nancy
porque sin ustedes mi vida no tendría ningún sentido. Los amo.

A mis sobrinos Miriam, José Guillermo, Karen, Karina, Marielena y Oscar
porque son el amor y la ternura personificada y porque su existencia es
luz en mi vida. Que Dios los proteja siempre.

A mis cuñados Inés, Javier y Oscar
gracias por su cariño y apoyo incondicional.

A mis abuelitos
por los bellos momentos de la infancia.

Al Teniente Coronel Juan Manuel Partida Marmolejo
con profundo respeto y admiración, pero sobre todo
con la esperanza de que algún día,
nos volveremos a ver.

A Adán, Flor de Oro, Gerardo, Gustavo, Marcos, Mauricio, Oscar y Rosario
porque seguimos compartiendo sueños y realidades.

A Isara, Joaquín, Mario, Mayomi, Miguel y Rubén
gracias por cuatro años de aventuras.

A un gran amigo que me ha apoyado siempre Antonio Serrano
aunque estés lejos te llevo en mi corazón. Gracias a ti y a
Claudia por su amistad y cariño.

A Yustin (mejor conocido en el medio radiofónico como Jesús Partida)
el más grande de los reconocimientos por ser un gran amigo
de quien aprendí a ser profesional y a luchar día a día
porque mi trabajo fuera mejor. Mil gracias.

Con cariño a Gonzalo Benítez Rivera, Flor de Luz Osorio, Olga Romero, Teo Ortega
y a todas las personas que de alguna manera me dieron su apoyo y compartieron
conmigo su experiencia profesional en la radio. Gracias.

A Gloria
porque su persistencia y tenacidad hicieron eco en mí.

A Claudia Benítez
por enseñarme a amar a Dios.

A todos los amigos que me han apoyado incondicionalmente
gracias.

A la Universidad Nacional Autónoma de México Campus Aragón
por abrirme las puertas del conocimiento y formarme como
profesionista.

Como un reconocimiento a todos los profesores que durante cuatro
años me regalaron su experiencia y conocimientos,
porque sin ellos no sería lo que soy ahora.

A los profesores Cristina Camacho, Edgar Linián, Jorge Martínez Fraga,
Jorge Hernández y Saúl Salgado
porque además de compartir conmigo sus conocimientos
y experiencias, me han honrado con
su amistad y confianza.

A nuestros sinodales
Lic. Angélica López Matías, Lic. Aldo De la O Tapia,
Lic. Armando Lozano Sánchez, Araceli Barragán Solís
por el tiempo invertido en la revisión de este trabajo y por las observaciones
que sin duda lo enriquecieron.

A nuestro asesor y sinodal
Lic. Ricardo García Santacruz
mil gracias por los oportunos consejos, el apoyo y la comprensión
que nos acompañaron durante este largo recorrido.
Al fin llegamos a la meta.

A todas las personas que nos brindaron su apoyo
para la realización de este trabajo.

A Fabián
porque esta ardua experiencia sea el principio de la buenaaventura.
Que Dios te bendiga siempre.

Martha Patricia

A Dios
he nada más aquí la génesis
de mi legado como hombre.
Gracias por todo.

A mis padres
Al principio el ave le dio alimento a su crío.
Después lo enseñó a comer y posteriormente a volar,
todo sin decir una sola palabra o insistir en un solo procedimiento.
Luego lo impulsó para que volara y se marchara por su propio camino.
El padre hizo cada una de estas cosas por el hijo en el momento preciso.
Gracias por ser así papá.
Porque para andar con fe y tesón en las tinieblas
no hace falta un atlas ni el fulgor de la linterna mágica.
Basta y sobra con la presencia de una madre.
Mamá con amor te dedico este trabajo.

A mis tres hermanas
que por ser tan distintas
me han enseñado que lo que es tan distinto
también se puede amar con inmensa intensidad.
Las amo tanto y les agradezco todo su apoyo.

A mi sobrino Raulito y los niños que vienen
porque qué sentido tendría hacer algo
si no se piensa en la chispa destellante de los ojos de un niño
o en su sonrisa picara y a la vez angelical.

A mis amigos
"tantos siglos, tantos mundos, tanto espacio
y coincidir", dijo el poeta.
Gracias por ser tantos y tan buenos amigos.

A Paty
que durante tanto tiempo
hemos compartido las satisfacciones
y aflicciones que implica el hacer algo
juntas.

A mis maestros
Elizabeth Jiménez, Laura Ramirez,
José Luis Pelcastre, Saúl Salgado,
Luis Gerardo Díaz, Cristina Camacho,
Leonor Cremayer, Jorge Martínez Fraga
y Edgar Liñán. Por su ejemplar vocación
y su extraordinario don de gentes.

A mi asesor Ricardo
caballero, sólo quiero decirle una cosa
me quito el sombrero ante usted.

Fabian

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
1. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.....	1
1.1 Importancia del medio radiofónico.....	3
1.2 Características.....	9
1.3 El lenguaje radiofónico.....	13
1.4 Funciones.....	17
2. LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL.....	21
2.1 Formas básicas de operación.....	23
2.2 Su uso en la actualidad.....	29
2.3 Un panorama del cuadrante radiofónico.....	33
3. GÉNEROS Y FORMATOS EN RADIO.....	65
3.1 Consideraciones preliminares.....	67
3.2 Los géneros radiofónicos.....	77
3.3 Los formatos radiofónicos.....	81
4. HACIA UNA CONCEPCIÓN DE LA REVISTA RADIOFÓNICA.....	87
4.1 Características.....	91
4.2 Tipos de revista.....	95
4.3 Experiencias de revista radiofónica en el cuadrante capitalino.....	99
5. LOS RADIOESCUCHAS OPINAN.....	111
6. PERFIL DE LA REVISTA <i>MAGAZINE INTERACTIVO</i>	129
6.1 Justificación, objetivos y cronograma.....	131
6.1.1 Los participantes.....	133
6.1.2 Las secciones.....	135
6.2 Preproducción.....	139
6.3 Producción.....	179
6.4 Postproducción.....	219
CONCLUSIONES.....	221
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.....	227
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.....	233
HEMEROGRAFÍA.....	239
FUENTES VIVAS.....	241
FUENTES AUDIOGRÁFICAS.....	245

INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos principales de casi todos los estudiantes egresados de licenciatura es sin duda la titulación, desafortunadamente la gran mayoría nos enfrentamos a diversos problemas para lograrlo, el primero de ellos es la elección del tema para el trabajo de tesis.

En el caso particular, podemos decir que nuestro interés por la radio y las producciones que se realizan en el cuadrante capitalino, así como la orientación del profesor Jorge Martínez Fraga, nos ayudaron a que la elección fuera menos difícil, resultando de ella una investigación a la que llamamos "Información, entretenimiento y cultura a través de la revista radiofónica".

Queremos establecer que el propósito de este estudio no es ser un manual de producción radiofónica, sería un complemento extraordinario a un manual de este tipo como lo es el de Mario Kaplún. Es, en todo caso, un manual de la revista radiofónica.

El propósito primordial de este estudio radica en:

1) dar respuesta a los siguientes cuestionamientos:

- * ¿por qué en las radiodifusoras del Distrito Federal la programación es tan parecida?,
- * ¿qué es una revista radiofónica?,
- * ¿por qué se utilizan los mismos géneros y formatos para tratar los mismos temas?,
- * ¿por qué en pocas estaciones el estilo de los locutores o conductores es diferente?,
- * ¿por qué si la radio es un medio tan creativo, los programas considerados como culturales son poco atractivos?

* Profesor de Carrera en la Licenciatura de Comunicación y Periodismo en la *ENEP Aragón*, especialista en el área metodológica.

- 2) definir los formatos y géneros radiofónicos, sus principales características y una clasificación de ellos.
- 3) aportar los elementos necesarios para definir qué es una revista radiofónica y demostrar cómo gracias a ella podemos realizar un programa variado, pero con una estructura determinada que, a diferencia de otros programas, pueda aportar información, cultura y entretenimiento en una sola emisión.

Intentamos alcanzar este objetivo a lo largo de seis capítulos, en el primero de ellos realizamos un breve bosquejo de la importancia de la radio como medio de comunicación a lo largo de la historia, así como sus características y la relevancia del lenguaje radiofónico. También retomamos las funciones que debe cumplir la radiodifusión, de acuerdo a la Ley Federal de Radio y Televisión y a varios autores como Bertolt Brecht, Charles Wright y Jorge Lozoya entre otros.

En el segundo capítulo se exponen las dos formas básicas de operación que existen dentro del marco legal y que son más comunes en la radio del Distrito Federal. De igual forma y haciendo hincapié en las declaraciones de Teodoro Rentería, exdirector del Instituto Mexicano de la Radio (ver pág. 27), se plantea una nueva forma de operación a la que denominamos sistemas mixtos. Terminamos el capítulo con un apartado en el que hacemos un recorrido por el cuadrante del Distrito Federal (incluyendo sólo los cambios ocurridos durante 1994), con el propósito de conocer el uso que en realidad se le da a la radio.

Es importante señalar que hasta aquí, nuestra labor se basó fundamentalmente en fuentes escritas, pero a partir del tercer capítulo este trabajo requirió de la investigación de campo debido a que la poca bibliografía existente sobre la revista radiofónica y los géneros y formatos radiofónicos, nos llevó a buscar la información pertinente que cubriera esta necesidad, misma que subsanamos con entrevistas a personas involucradas en la producción de radio, a críticos y profesores conocedores del tema.

El material obtenido en la Investigación de campo se expone en los capítulos 3 y 4 que son parte medular de este trabajo, ya que a través de ellos pretendemos hacer una aportación acerca de los géneros y formatos radiofónicos, a pesar de que varios autores dicen que son lo mismo, nosotros tratamos de hacer una definición de ellos, lo que son y las diferencias y similitudes que existen entre ambos. Más adelante hablamos sobre la revista radiofónica, sus características, los tipos y las experiencias realizadas en las producciones capitalinas en 1994, sin pensar en ningún momento que lo que se expone aquí es absoluto o definitivo.

Para estructurar el capítulo 5, al que titulamos "Los radioescuchas opinan", realizamos un monitoreo y levantamos encuestas en diferentes sectores de la ciudad de México y la zona conurbada con el propósito de conocer cuáles son los tipos de programas más escuchados y cuántos de éstos son programas de revista, de acuerdo a las definiciones de los dos capítulos anteriores.

Finalmente, el capítulo 6 lo dedicamos a "*Magazine Interactivo*" una propuesta de revista radiofónica en la que reflejamos de manera práctica el resultado obtenido a lo largo de la investigación, decimos práctica porque, aunque suene reiterativo, en el campo de la teoría intentamos hacer una aportación con las diferentes concepciones sobre lo que es la revista radiofónica y los géneros y formatos radiofónicos; como observación cabe señalar que aun cuando, para muchas personas la radio es elástica, es de suma importancia tener los conocimientos suficientes para poder producir programas de calidad.

Esperamos que todo lo aquí expuesto sea de utilidad para aquellos interesados en explotar la magia radiofónica y que tengan como principal objetivo llevar al público radioescucha información, entretenimiento y cultura en un mismo programa, aportando así nuevos elementos para enriquecer las producciones que se realizan en este medio.



1. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

“Llegará un día en que un hombre te hablará a miles de kilómetros de distancia, y tú tranquilamente le podrás escuchar donde estés, mas no le podrás ver por estar tan lejos”.

Quinta Profecía Maya

1.1 IMPORTANCIA DEL MEDIO RADIOFÓNICO

“Pero, como ocurrió con la silla, la rueda da origen de inmediato a otra forma de tecnología; el camino. Y así como la mesa alteró las pautas sociales, lo mismo pasó con el camino. La más mínima tecnología conforma un nuevo ambiente”.

Marshall McLuhan

El hombre, desde su época más primitiva, lleva consigo la inseparable necesidad de comunicarse con sus semejantes y, aunque en un principio su comunicación era únicamente a través de gestos y sonidos guturales, muy pronto su ingenio y la naturaleza le proveyeron de las herramientas adecuadas para grabar imágenes sobre piedra.

El avance en su proceso evolutivo y el surgimiento de diversas necesidades en el seno de su comunidad, llevaron al hombre “... a la representación visual de cosas o conceptos, de una manera ideográfica o pictográfica que alcanzó una considerable perfección”¹ creando así la escritura. Este hecho influyó considerablemente en el desarrollo del lenguaje hablado, ya que los sonidos se convirtieron en palabras: la realidad basada en imágenes pasó a ser realidad auditiva.

Desde entonces, estas dos formas de comunicación están estrechamente ligadas y ambas, han modificado sustancialmente la vida humana. Primero con la invención de la imprenta, el hombre logra imprimir mensajes que puede duplicar y enviar a los lugares más disímboles. Después, la representación más exacta de la realidad se alcanzó a través de la fotografía.

Con la invención del fonógrafo, Edison regala la posibilidad de grabar música y, más adelante, voces; este aparato lograría reproducirlas en cualquier momento, aunque solamente podrían ser escuchadas por quienes estuvieran en el mismo lugar de la fuente sonora.

¹ Julián Marías, *Los cambios técnicos en la comunicación humana*, en Cuadernos de Comunicación No. 2, pág. 30.

Por su parte, el cine mudo aportó un elemento novedoso a los sistemas de comunicación prevalecientes hasta entonces: el movimiento. Los objetos y los seres humanos no sólo estaban plasmados en una fotografía, sino que podían moverse; en ocasiones, estas primeras cintas cinematográficas se hacían acompañar por música exterior.

Sin duda, los logros alcanzados en este sentido eran invaluable, sin embargo, aún no existía un medio capaz de poner en comunicación a dos individuos separados por una determinada distancia y que, por tanto, pudieran tener retroalimentación. La consumación de dicho acontecimiento se traduciría en la radio. Según Melvin de Fleur² son varias las razones que hicieron posible su nacimiento:

- 1.- Por la necesidad de encontrar un medio de comunicación a través del mar.
- 2.- Porque los descubrimientos científicos, realizados hasta entonces, hacían posible la utilización de la radio.
- 3.- Por la existencia del telégrafo y el teléfono como medios de comunicación a distancia.

Cabe aclarar que el telégrafo no podía transmitir la palabra hablada y, para comunicarse por teléfono era necesario que, tanto el emisor como el receptor estuvieran unidos por un cable. Debido a estas limitaciones fue necesario crear un medio de comunicación que, además de veloz, fuera capaz de transmitir la voz humana a distancia, sin cables ni hilos. Los estudiosos de este problema determinaron que la solución estaba en el espacio, por lo que, en 1860, James C. Maxwell establece el principio de la radiodifusión o radiotelefonía, con sus ecuaciones respecto a la teoría electromagnética de la luz que implicaban la existencia de las ondas de radio en el espacio y su propagación en el mismo. En 1888 Hertz demostró la existencia de estas ondas.

Actualmente, la paternidad de la radio se le adjudica a personas de diferentes nacionalidades, por ejemplo, "...las grandes enciclopedias atribuyen cinco inventores a la radio. Para el Lexicon der Deutschen Buchgemeinschaft, el padre es Hertz; para la Malaya Sovietskaya Entsiklopedia, es Popov. La Nuova Enciclopedia Sonzogno da, evidentemente, el primer lugar a Marconi. El Larousse Universel lo cita, pero después de Branly; la Encyclopedia Britannica escoge a Lodge".³

En realidad, podemos decir que de alguna manera, todos estos investigadores junto con otros que no hemos señalado aquí, son padres de la radio. Cada uno en su momento hizo aportaciones para su perfeccionamiento; mientras que en 1898 Marconi "... logra unir con señales de radio las costas inglesa y francesa a través del Canal de la Mancha",⁴ en 1916 David Sarnoff concibe la idea de convertir a la radio en un factor de esparcimiento en el hogar, gracias a la utilización de radiorreceptores que estarían adaptados a varias longitudes de onda con la finalidad de poder cambiar a otra moviendo la perilla. Además, estarían provistos de válvulas amplificadoras y un altoparlante dando como resultado que cualquier persona que comprara uno de estos aparatos tuviera la comodidad de escuchar

² Cit. pos. Ma. Cristina Romo Gil en *Intrducción al conocimiento y práctica de la radio*, págs. 31 y 32.

³ L.C.D. Joos, cit. pos. Patrice Flichy en *Una historia de la Comunicación moderna, espacio público y vida privada*, pág. 132.

⁴ Valeri Ponti, cit. pos. Ma. Cristina Romo, op. cit., pág. 33.

desde su hogar música, conferencias o algún acontecimiento nacional. Así, se inicia la radiodifusión.

Con la fabricación de los radiorreceptores, el radio dejó de ser un auxiliar en las actividades marítimas y aeronáuticas para convertirse en un medio de comunicación masiva. Poco a poco fue ganando adeptos hasta llegar a ser parte de los hogares; las familias se reunían alrededor de él para entretenerse con la música popular o la música clásica que, cuando no había recursos suficientes, igual se disfrutaba en la intimidad de la sala que en el auditorio.

También comenzó a ser un medio seguro para la difusión del acontecer político, "...el 2 de noviembre de 1920 la estación *KDKA* ubicada al este de Pittsburgh, Pennsylvania (...) informó a sus oyentes los resultados de las elecciones nacionales efectuadas ese día, en las que Warren Harding se convirtió en el vigésimo noveno presidente de los Estados Unidos".⁵

Y qué decir de los deportes, fueron los más favorecidos por las bondades de la radio: "Los primeros juegos de beisbol eran cubiertos por un locutor que narraba jugada por jugada, leyendo la descripción del juego recibida por teletipo en otra ciudad. El locutor trata de dar vida a su narración y se le agregaban efectos de sonido apropiados para dar 'al juego' la apariencia de una transmisión en vivo".⁶

El boxeo, por su parte, fue tan popular que el campeonato mundial de peso ligero celebrado el 2 de julio de 1921, se convirtió en un gran acontecimiento. Se dice que mientras "El comentarista a un costado del cuadrilátero narraba por teléfono la pelea 'golpe a golpe' a la estación de radio. El locutor anotaba la descripción y la retransmitía a un auditorio estimado en varios millares".⁷

En ese año la radio llega a México, aunque no se sabe exactamente quién fue su precursor, ya que, quienes nos cuentan la historia de la radiodifusión en nuestro país, atribuyen el inicio de ésta a diferentes personajes. Alma Rosa Alva de la Selva menciona al Dr. Adolfo Enrique Gómez Fernández y al Ing. Constantino de Tárnava como los primeros en realizar una transmisión radiofónica, Fátima Fernández Christlieb coincide con el primero y Karin Bohmann con el segundo, dando como fecha histórica de este acontecimiento el día 9 de octubre de 1921.

Contrariamente a estas opiniones, Rosalía Velázquez Estrada señala que "...días antes Agustín Flores y José de Valdovinos, lanzaron al aire desde la capital, el 27 de septiembre de 1921 la primera transmisión oficial desde el Palacio Legislativo".⁸

Lo relevante aquí, es el gran interés que despertó la naciente radiodifusión entre grupos económicos importantes como las familias Milmo, Azcárraga y Tárnava. Al respecto, Pablo Arredondo⁹ dice que era tal el interés de estas familias por la explotación de la radio que pronto comenzaron a asociarse con corporaciones transnacionales con el propósito de fundar la radio de mercado en México. Así, bajo la sombra de los intereses

⁵ Jeffrey Schrank en *Comprendiendo los medios de comunicación*, pág. 212.

⁶ *Ibidem*, pág. 214.

⁷ *Idem*.

⁸ Cit. pos. Karin Bohmann en *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*, págs. 87 y 88.

⁹ Pablo Arredondo R. y Enrique E. Sánchez Ruiz, cit. pos. Alma Rosa Alva de la Selva en *Perfiles del cuadrante*, pág. 35.

económicos, surgen en 1923 la *CYL* establecida por Raúl Azcárraga y el periódico *El Universal* y la *CYB* propiedad de la Cigarrera El Buen Tono, que hoy conocemos como *La B Grande de México (XEB)*. Ya para 1930, con la misma base, surge la *XEW* de Emilio Azcárraga.

Paralelamente a las estaciones radiofónicas comerciales, se le dio apoyo a las estaciones conocidas como culturales o estatales, aunque se dice que el Estado no "...favoreció el desarrollo en gran escala de las estaciones culturales que se orientasen más de acuerdo a las necesidades de la población".¹⁰ Prueba de ello es que frente al bloque de radiodifusoras comerciales que se levantaban a lo largo del país existían emisoras las cuales, más que culturales, estaban subordinadas directamente a varias Secretarías de Estado. "Sin embargo, éstas se limitaban a un círculo de radioescuchas relativamente limitado".¹¹ Sólo en Chihuahua tuvieron mayor importancia y sus programas eran transmitidos en español e inglés con el propósito de "...fomentar las relaciones comerciales y turísticas con Estados Unidos".¹²

Fue hasta 1924, cuando la *CZE* (ahora *Radio Educación*) de la SEP logró convertirse en una emisora importante a nivel nacional, que amenizaba e informaba a lo largo de todo el país y, según Velázquez Estrada, coordinaba acertadamente los objetivos educativos de las dependencias gubernamentales. Para 1926 se recibía su señal en Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico y Suiza. Los políticos, por su parte, no tardaron en darse cuenta de lo invaluable que resultaba transmitir sus mensajes y campañas electorales a través de la radio. En nuestro país, Plutarco Elías Calles fue el primer candidato en usar la radio para dar a conocer mensajes políticos durante su campaña presidencial. Además, fue utilizada "...para la integración e incorporación político-ideológica y cultural de las masas".¹³ Sobre todo durante el periodo cardenista.

En la Alemania de Hitler, la radio fue un instrumento persuasivo de propaganda política y al mismo tiempo, era un indicio de poder. Durante las depresiones económicas, especialmente en los Estados Unidos, la radio se convirtió en el acompañante ideal de las personas, porque les proporcionaba entretenimiento y distracción de los problemas cotidianos. Con la Segunda Guerra Mundial y otros acontecimientos bélicos se logró que la radio dejara de ser sólo entretenimiento para convertirse en un divulgador de noticias e información a nivel internacional.

"El 13 de marzo de 1938 la *CBS* transmitió su primer programa de noticias mundiales, valiéndose de corresponsales destacados en distintas ciudades europeas".¹⁴ Con esto se buscó un nuevo estilo de dar a conocer los acontecimientos diarios. Los avances tecnológicos y los diversos intereses comerciales seguían creciendo y creando necesidades de consumo apoyándose en la publicidad, con lo que se pretendía estimular el desarrollo económico de los países. Los malos augurios acerca del destino de la radio al surgir la televisión, pronto desaparecieron, sobre todo con la llegada del transistor en 1954; con él nace el radiorreceptor portátil y se constituye en un elemento indispensable y representativo de la agitada vida actual.

¹⁰ Miguel Ángel Granados Chapa, cit. pos. Karin Bohmann, op. cit., pág. 93.

¹¹ Karin Bohmann, op. cit., pág. 91.

¹² Idem.

¹³ Ibidem, pág. 96.

¹⁴ José Luis Martínez Albertos en *Curso general de redacción periodística*, pág. 438.

Desde entonces, y como dijera aquel slogan publicitario: la radio portátil es la mejor compañía, encendida en cualquier lugar y a cualquier hora, incluso en los momentos más íntimos en la vida de su dueño; dando con ello un carácter más individualista y permitiendo que el radioescucha preste mayor atención al contenido de los mensajes.

Si bien es cierto que la magia televisiva ha cautivado la atención de miles de personas, también es verdad que la radio nunca ha perdido realmente su presencia como uno de los medios de comunicación más importantes en las sociedades de todo el mundo. Prueba de ello es que en 1950, funcionaban 1 777 753,200 radiorreceptores a nivel mundial y para 1970, la cifra aumentaría a 592'331,900. De esta última cantidad 5'712,500 pertenecían a México.¹⁵ El crecimiento de estas cifras se debe principalmente a que los radiorreceptores son más baratos que los televisores y porque además de entretener, han demostrado que gracias a sus características son capaces de seguir transmitiendo ante cualquier eventualidad.

En nuestro país, por ejemplo, dio muestra de su eficiencia el 19 de septiembre de 1985, cuando un movimiento telúrico dejó fuera del aire las estaciones de televisión durante cinco horas, tiempo en el que la radio se dedicó a informar de lo ocurrido. Al respecto, Emilio Ebergenyi señala que la radio "...a raíz de los sismos de 1985 retomó una importancia que había quedado como relegada con el advenimiento de la televisión (...) la gente ha retomado a la radio como medio de comunicación y de compañía".¹⁶ Más que retomar importancia, podemos decir que la radio fue vista y reconocida como un medio que a parte de entretener e informar era capaz de prestar un servicio social o altruista de manera eficiente, veraz y oportuna. En 1988, según datos de un estudio realizado por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, en la ciudad de México existían 12'253,900 radiohogares y sólo 5'446,929 telehogares.

Para 1991, dicha institución levantó una encuesta en 72 localidades de la República Mexicana y parte de sus resultados demuestran que más del 90% de los entrevistados consideran que la radio es muy necesaria en caso de emergencia, además de que la mayoría de la población del país tiene credibilidad en la radio porque proporciona información sobre los grandes acontecimientos de México y del mundo.

Respecto a su alcance como medio de comunicación, Mario Kaplún señala que en América Latina la radio llega al 61% de la población; mientras que la televisión sólo llega al 39%. En México, la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal ha determinado, de acuerdo a datos aportados por INRA, que hasta 1994 la radio tuvo una penetración de 92.25% mientras que la televisión del 70.46%.

Asimismo, para 1995 José Laris Rodríguez, presidente de esta asociación, dio a conocer que las investigaciones han reflejado que en la zona metropolitana una persona escucha radio un promedio de tres horas y media al día y, de los 24 millones de habitantes de la capital y la zona conurbada, ésta tiene una audiencia del 95%.

¹⁵ Cifras procedentes de diversas fuentes que incluyen: World Radio-TV Handbook, UNESCO. World Radio and Television y la Agencia de Información de E.E.U.U., cit. pos. Harry L. Levin y Robert W. Gillespie en *El uso de la radio para fomentar la planificación familiar*, págs. 157-168.

¹⁶ Emilio Ebergenyi, locutor del programa "Su casa y otros viajes" de Radio Educación en entrevista personal realizada el 17 de marzo de 1995.

Como vemos, la confianza que tiene el pueblo en la radio es notoria e igual de grande es la influencia que ésta puede tener sobre el pueblo: es capaz de mantenerle sumergido en una fantasía musical, en el constante sufrimiento de una radionovela o simplemente servir de enlace entre el receptor y la realidad.

1.2 CARACTERÍSTICAS

“Adjudicamos a la radio tres signos de admiración porque poseemos con ella un poder milagroso -el arma más poderosa que se haya dado al espíritu-, que abre los corazones y que no se detiene en los límites de una ciudad ni se vuelve ante las puertas cerradas; que salta sobre los ríos, montañas y mares, que es capaz de dar fuerza a los pueblos bajo el hechizo de un espíritu poderoso”.

Julien Hale

En los diferentes estudios realizados acerca de las características de la radio, los resultados demuestran que, en general, existe unificación de criterios respecto a ellas, con ligeras variaciones que están determinadas por:

1. El objetivo (educativo, comercial, de propaganda u otros) que la radio debe cumplir según cada investigador y
2. La clasificación de las características en cada estudio. (Por ejemplo, Ma. Cristina Romo en su libro “Introducción al conocimiento y práctica de la radio”, las expone desde cuatro puntos de vista: auditivo, social, psicológico y de producción; por su parte, Mario Kaplún las plantea concibiendo a la radio como un instrumento de educación y cultura populares y las divide en ventajas y desventajas).

INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

Con base en estos criterios, se seleccionaron las características más constantes que califican a la radio como medio de comunicación y que no hacen énfasis en un objetivo social determinado, como a continuación se aprecia:

CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
1. AMPLIA DIFUSIÓN Y LARGO ALCANCE	<ul style="list-style-type: none"> - Llega a todos los sectores de la sociedad y su amplia cobertura sobre grandes extensiones territoriales, representa la posibilidad de hacer llegar mensajes a un ilimitado número de radioescuchas, aun cruzando las fronteras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los mensajes que provienen de lugares distantes o de costumbres diferentes, provocan que el receptor no pueda entenderlos o no creer en ellos.
2. UNISENSORIALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Los mensajes que transmite pueden llegar a ser comprendidos por las personas culturalmente más preparadas, como por sectores poco instruidos o analfabetos. - Tiene poder de sugestión. - Posibilidad de realizar otras actividades. - Permite captar conceptos. - Fomenta la imaginación. - Rompe las barreras del tiempo y el espacio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Posibilidad de distracción, monotonía o aburrimiento.
3. SIMULTANEIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Llega a miles de personas al mismo tiempo. 	
4. INSTANTANEIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - A diferencia de la prensa y la televisión, la radio informa al escucha de los acontecimientos en el mismo instante en que se produce la acción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fugacidad: si el escucha no entiende la información, ya no podrá volver a ella.
5. SINTESIS Y CONCRECIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - En poco tiempo informa los sucesos más importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Limitación y poca profundidad en la información.
6. FACIL ACCESO A LOS HOGARES	<ul style="list-style-type: none"> - Gracias a la penetración de las ondas hertzianas, el escucha no requiere trasladarse a otro sitio para recibir la información que le ofrece la radio, como sería en el caso del cine o el teatro. 	<ul style="list-style-type: none"> - El escucha tiene la facilidad de manipular el radioreceptor y elegir los mensajes que desea oír, por lo que la información puede ser fragmentada al no tener la atención constante del público.
* 7. EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> - Se dirige al escucha de manera personal. - Crea mensajes para satisfacer las necesidades de los distintos públicos. 	
8. BAJO COSTO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Como sólo depende del sonido, no requiere de muchos elementos (como en el caso de los medios audiovisuales e impresos) para su realización. 	

* Cuando aparece la televisión, la radio ya no une a la familia alrededor de ella, sino que se convierte en acompañante individual, en cualquier lugar y a cualquier hora del día.

El éxito que tuvo la radio desde sus inicios, se debe sin lugar a dudas, a que por naturaleza los seres humanos somos más auditivos que visuales, olfativos, táctiles o gustativos, dice Enrique Velasco, argumentando que el primer contacto que tiene el ser humano con el mundo exterior desde que está en el vientre materno, se da a través de este sentido.

Y en nuestro país ésta fue bien recibida principalmente porque nunca se gozó de una verdadera cultura tipográfica¹⁷ y porque con el nacimiento de la radio pasamos de la cultura oral a la electrónica.

¹⁷ El libro nunca fue la forma privilegiada de organizar la comunicación pública en los cien años anteriores al nacimiento de la radio, junto con el periódico, fue un medio de expresión intelectual de las ideas. Donald M. Lowe cit. pos. Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión en *La industria de la radio y la televisión en México*, pág. 28.



**INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA**

1.3 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO

"La radio permite aislar la acústica dentro de la práctica artística mediante un trío de medios: efectos sonoros, música y palabras. Si nos referimos al arte, los simples sonidos desempeñan un papel mucho más directo y de mayor efecto que la palabra".

Rudolf Arnheim

Para poder comunicar eficientemente un mensaje a través de la radio, es necesario apoyarse en un lenguaje específico al que llamaremos lenguaje radiofónico. El lenguaje radiofónico, escriben M. Antonio Zapata y Joao Barrera, "...es el conjunto de elementos sonoros posibles de crear para la radio, la manera en que los organizamos y el resultado que obtenemos".¹⁸ Los elementos que lo constituyen son:

El lenguaje verbal: sustancialmente se vale de él y está formado por la voz, o sea, la tonalidad¹⁹ y la palabra, entendiéndose a ésta como "...sonido o conjunto de sonido(s) articulados que expresan una idea".²⁰ La voz, además de servir de guía, ayuda al escucha a identificar y conocer las características principales de los participantes de las emisiones radiofónicas como puede ser la edad, el lugar de procedencia, el nivel socio-económico, estados de ánimo, etc.

Aquí cabe mencionar que, para lograr que los mensajes sean claros y mejor comprendidos por los radioescuchas, es recomendable -además de saber improvisar- escribir previamente un guión. Al respecto, existen una serie de recomendaciones

¹⁸ En 'Guionismo' en *IMER. Manual: curso de capacitación. Producción y realización radiofónica*, pág. 5.

¹⁹ La voz normal del hombre posee una gama tonal de frecuencia comprendidas entre los 100 y 8000 Hz. En la mujer viene a ser de 200 a 10 000 Hz. La energía de la voz, en su mayor parte está contenida en las bajas frecuencias, pero éstas contribuyen muy poco a la comprensión de lo hablado. La inteligencia oral se debe a las altas frecuencias. Alfonso Reyes, cit. pos. Fernando Curiel en *La telaraña magnética*, págs. 80 y 81.

²⁰ Según el *Diccionario de la Lengua Castellana*, cit. pos., Fernando Curiel, op. cit., pág. 81.

conocidas como *matices del lenguaje radiofónico* y que son enunciadas así por Anibal Arias:

- Brevedad y concisión en las frases, para su mejor inteligencia, lo que impone el uso de párrafos cortos.
- Claridad y fuerza de expresión en las palabras a efectos descriptivos.
- La repetición de conceptos con la natural discreción, para grabar mejor la idea que se quiere transmitir al oyente.
- Eliminación sistemática de las comas en los párrafos en lo posible y, su sustitución por puntos suspensivos.
- La presentación de motivos dotados de una gran fuerza expresiva que refuerce y elijan un destino penetrante.
- La eliminación de lo superfluo y de todo lo que pueda desvirtuar el significado de lo que se quiere expresar.
- La naturalidad en el modo de la expresión, rechazándose toda clase de juegos de palabras confusos que puedan requerir del oyente un esfuerzo superior al normal para su comprensión.²¹

La música: cumple con las funciones espacio-temporales que ayudan al oyente a ubicarse en distintos tiempos y ambientes. Mario Kaplún dice que la música debe cumplir cinco funciones:

1. *Gramatical o de signo de puntuación*: la música se intercala para ir marcando las diferentes fracciones de que está compuesta la emisión y para distinguir unas fracciones de otras.
2. *Expresiva*: la música comenta lo escuchado, contribuye a suscitar un clima emocional (...) no sólo subraya el clima emocional de las situaciones, sino también el carácter de los personajes.
3. *Descriptiva*: la música no sólo expresa estados de ánimo, sino que muchas veces, nos describe un paisaje, nos da el decorado del lugar.
4. *Reflexiva*: esas pausas musicales (...) sirven para que el oyente tenga tiempo de recapitular lo que acaba de escuchar y de reflexionar sobre de ello.
5. *Ambiental*: a veces ponemos música porque la escena real que estamos reproduciendo la contiene.²²

En cuanto a las inserciones musicales Kaplún cita las siguientes:

- Característica* (rúbrica). Un tema musical apropiado que identifica al programa. Se le llama también "tema de presentación". Va al comienzo de todas las emisiones y generalmente también al final de las mismas.
- Introducción o apertura* (introito). Tras el anuncio de presentación, a veces, al entrar en materia, abrimos la emisión con un tema musical. Es como levantarse el telón. Al mismo tiempo, se comunica la atmósfera de la emisión o la de su escena inicial.

²¹ Cit. pos. Alberto Delgado Cebrián en *Introducción al periodismo*, pág. 48.

²² En *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, págs. 167-170.

- Cierre musical* (epilogo). Generalmente se usan los compases finales de una obra musical; pero si no se consigue un final de obra que se avenga con la atmósfera de la última escena, se recurre a un pasaje adecuado que tenga carácter de culminación y se preste para rematar y cerrar la emisión.
- Cortina musical*. Separa escenas o bloques, a la vez que acentúa la atmósfera, el clima emocional; da el comentario musical de la escena o el pasaje.
- Puente musical*. Es más breve que la cortina; por su misma brevedad no se busca que dé atmósfera, sino sólo que indique una transición de tiempo o un cambio de lugar.
- Ráfaga*. Como su nombre lo sugiere, un fragmento breve, movido y ágil, generalmente para señalar una corta transición de tiempo.
- Golpe musical*. Un acento o subrayado musical: un golpe de timbal o de platillos, un tutti de orquesta, un acorde seco de guitarra. Su uso rara vez se justifica.
- Transición*. Tenemos que enlazar dos escenas de diferente carácter; por ejemplo, pasar de una intensa y emotiva a otra alegre; o de una situación lenta a otra ágil y movida. Por una parte, deseamos prolongar el efecto de la escena precedente; por la otra, preparar la que sigue, y acentuar el contraste entre ambas. Buscamos en ese caso un pasaje musical de transición, que dé sucesivamente ambas atmósferas, es decir, que pase de una a otra.
- Fundido o mezcla*. Como es bastante difícil encontrar un trozo musical que cambie de un clima a otro, suele construirse la transición mediante la combinación o mezcla de dos temas musicales diferentes: se va disminuyendo gradualmente el volumen del primer tema, al tiempo que se va haciendo entrar suavemente el segundo. Llega un momento en que el tema inicial ha desaparecido y ya sólo se escucha el nuevo tema que lo sucede y lo sustituye.
- Tema musical*. Tema característico de un personaje, de un grupo o de una situación. Aparece varias veces a lo largo de la emisión, como leit-motiv. Así diremos "el tema de Pedro" y lo haremos jugar, ya como cortina, ya como fondo, cada que deseemos acentuar la reaparición de Pedro, o aún evocarle en su ausencia.
- Fondo musical*. Música que se escucha en segundo plano, de fondo a las palabras. Se utiliza música de fondo:
 - a) en un relato o un parlamento extenso que, por algún motivo se desea expresamente destacar.
 - b) para dar emoción y relieve a una situación dramática que se desea acentuar especialmente: un fondo musical triste, nostálgico, sombrío, o bien placido, luminoso, subrayará el clima de la escena.
 - c) como música incidental, para dar ambiente a una cierta situación real.²³

Los efectos especiales: ayudan a recrear cualquier ambiente o situación y a viajar a través del tiempo y el espacio. Se dice que los efectos especiales se pueden clasificar de acuerdo a su origen: *naturales* (mar, lluvia, aire), *animales* (ladridos, trote de

²³ *Ibidem*, págs. 171-173.

caballos, maullidos), *físicos o de objetos* (puertas que se abren, rechinido de llantas de automóvil) y *humanos* (llanto, bostezos, tos). La creatividad y los avances tecnológicos son parte fundamental en la recreación de determinados sonidos que, por su naturaleza, son difíciles de conseguir como una tormenta o el ambiente de una selva y que, sin embargo, pueden reproducirse en el estudio con materiales como papel, madera, láminas, cintas de cassette, etcétera, o simplemente manipulando la velocidad de la grabación como lo explica Enrique Velasco Ugalde:

“Para demostrarles a mis alumnos qué es el lenguaje radiofónico, metí a uno a la cabina y le dije: -échate un tosido. Entonces lo grabé y pregunté: -¿Qué es eso? Los alumnos respondieron: -pues una tos.

Esa grabación que hicimos a 7 1/2, la reproduje a una velocidad más baja (...) y entonces se oyó -¡grgrgr! Volví a preguntar: -¿Qué es eso? y ellos sorprendidos contestaron: -¡Un león!”²⁴

Podemos concluir que el lenguaje radiofónico no es únicamente el lenguaje hablado, sino también la combinación y manipulación de sonidos que nos ayudan a recrear ambientes y situaciones determinadas. También es muy importante mencionar que los *silencios* son parte relevante en la secuencia de los mensajes, ellos se utilizan para atraer la atención o simplemente como descanso.

²⁴ Profesor de la UAM Xochimilco en entrevista personal realizada el 26 de mayo de 1995.

1.4 FUNCIONES

"Más que eso; 1) los medios le dicen al hombre común quién es él: le dan identidad; 2) le dicen lo que quiere ser: le dan aspiraciones; 3) le dicen cómo seguir ese camino: le dan la técnica; y 4) le dicen cómo sentirse que es de esa manera incluso cuando no lo es: le ofrecen un escape".

C. Wright Mills

Hace más de 60 años Bertolt Brecht dio la pauta sobre las funciones de la radio:

"La tarea de la radio no se limita a la simple retransmisión de informaciones. Debe además organizar su recolección, es decir, transformar las informaciones dadas por los gobernantes en respuesta a las preguntas de los gobernados. La radio debe hacer posible estos intercambios. Sólo ella puede organizar las grandes discusiones entre los grandes sectores de la economía y los consumidores (...) la misión formal de la radio consiste en otorgar a todos los proyectos pedagógicos un carácter interesante. Incluso puede conferir algunos de estos proyectos una forma artística, en particular a aquellos que son destinados a la juventud".²⁵

Según Charles Wright, los medios de comunicación tienen asignadas funciones específicas como son:

1. Vigilancia del medio ambiente: Reunir y distribuir información a la sociedad.
2. Contribuir a que la sociedad responda a su medio ambiente: Interpretar acontecimientos y la reacción a dichos acontecimientos.
3. Transmisión de la herencia social: Considerada por lo común como actividad educacional, comunica información, valores y normas sociales.
4. Entretenimiento: Se refiere a actos que persiguen sobre todo la distracción.²⁶

²⁵ Jaime Goded, cit. pos. Quevedo Orozco, María de Lourdes en *El ingenio con sentido: un manual para la planeación de proyectos radiofónicos*, pág. 42.

²⁶ Cit. pos. Blake H. Reed y E. Haroldsén en "Una taxonomía de los conceptos de comunicación", incluido en *Antología en Comunicación*, pág. 41.

Además de estas funciones, Jorge Lozoya en su artículo "El estatuto de la radio y la televisión" reconoce que la radio debe cumplir con las siguientes:

- I. Información, entendiéndolo con ello la libertad de emitirla y recibirla.
- II. Educación y cultura: considerando que todo informe educa, debe, sin embargo, orientarse el esfuerzo concreto de la comunicación de conocimientos útiles.
- III. Desarrollo, es decir, la labor de los medios en la tarea de modernización.
- IV. Movilización política y social: labor de construcción nacional.
- V. Entretenimiento y recreación.
- VI. Publicidad y anuncios.²⁷

Para R. Echeverría los medios de comunicación cumplen con dos funciones: la *democrática* porque los medios "Al educar, informar, cultivar, crean la posibilidad de que el ciudadano participe y elija esclarecidamente, sentando así día a día las bases de la democracia".²⁸ Y la *modernizadora y progresista* ya que al estar ligados con el desarrollo tecnológico, científico y cultural, estimulan las expectativas, la producción, la competencia y el consumo.²⁹

Ahora bien, si entablamos una relación entre la clasificación de Charles Wright, la de Jorge Lozoya y esta última, podemos decir que el entretenimiento, el desarrollo y la publicidad y los anuncios, cumplen con la función modernizadora y progresista; mientras que el resto de las categorías lo hacen con la función democrática.

De acuerdo a lo señalado anteriormente, podríamos pensar que las funciones que se le atribuyen a los medios, en especial a la radio, están dirigidas principalmente en beneficio de la sociedad, de su desarrollo y para cubrir todas sus necesidades e intereses. Sin embargo, hay quienes piensan que "...la radiodifusión en América no es un servicio público porque no hay prestación concreta en favor de cada individuo; porque no existe una relación jurídica entre la empresa y el beneficiario; porque no satisface una necesidad colectiva inaplazable y porque se realiza con espíritu de lucro".³⁰

En este sentido Marcuse señala que la radio, al igual que otros medios masivos de comunicación "...constituyen un instrumento para mantener cierta forma de totalitarismo (...) que opera por medio de la creación y el manejo de falsas necesidades de entretenimiento, ocio, información y consumo individual".³¹ Además "...por su naturaleza manipuladora en el sentido de que se dirige a individuos aislados o a pequeños grupos los cuales no pueden intercambiar opiniones (...) desfavorece la crítica. Tanto la radio como la televisión ofrecen la falsa posibilidad de protesta pues si se cambia de canal, por la ley del menor esfuerzo se suprime en el individuo el germen de la crítica al programa desechado".³²

²⁷ Cit. pos. Cristina Romo, op. cit., pág. 26.

²⁸ R. Echeverría, et. al., en *Ideología y medios de comunicación*, pág. 96.

²⁹ Idem.

³⁰ J.L. Fernández cit. pos. Lluis Bassets en *De las ondas rojas a las ondas libres*, págs. 136 y 137.

³¹ Cit. pos. Serafina Llano y Oscar Morales en *La radiodifusión en México*, pág. 24.

³² Leonardo Acosta, cit. pos. Serafina Llano y Oscar Morales, op. cit., pág. 25.

En nuestro país la Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 5º estatuye que:
 "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".

Cabe mencionar que aunque esta ley establece las diversas actividades que deben cumplir los medios electrónicos, no las menciona específicamente como funciones,³³ pero sí insiste, como se ve en el artículo 5º, en que deben educar, elevar el nivel cultural, prestar servicio social, entre otras (Cfr. arts. 6º, 11º, 58º, 59º, 61º, 62º, 63º, 64º, 67º, 73º, y 77º de la Ley Federal de Radio y Televisión).

Al igual que todos los medios de comunicación, la radio debe cumplir con diversas funciones y aunque, como lo hemos señalado aquí, cada investigador las concibe desde diferentes puntos de vista, concluimos en las siguientes:

1. Informar: emitir y recibir información de interés colectivo,
2. Crear conciencia social al ayudar a interpretar los acontecimientos diarios,
3. Transmitir la herencia social: valores, costumbres, normas educacionales, entre otros,
4. Educar y transmitir cultura, entendiendo por esto, conocimientos útiles para el desarrollo de la sociedad,
5. Entretenimiento y recreación.

Hay que resaltar aquí que no consideramos como funciones a cumplir por este medio ni al desarrollo tecnológico, ya que éste es una necesidad del propio medio y de la sociedad en general, ni a la publicidad y los anuncios porque éstos más que dar un beneficio real al radioescucha, sirven para que los concesionarios puedan mantener sus emisoras.

Finalmente, creemos que es conveniente hacer una revisión de su funcionamiento dentro del marco legal para llevar a cabo las enmiendas necesarias acordes a la actualidad y mediante una evaluación constante de las mismas, hacer que se cumplan. Además no hay que dejar de lado el papel del comunicador, quien ha de ser conocedor del medio en que se desempeña y de su entorno social, creativo, imaginativo, con un alto sentido de responsabilidad y profesionalismo que le permitan abstenerse de sacar a la luz pública un rumor o manipular una información.

³³ Se habla de funciones como tales, en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en los artículos 1º al 7º, 12º, 20º, 36º y 51º. Raúl Creinoux. *La legislación mexicana en Radio y Televisión.*

2. LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL

"...No se trata sólo de seguir ubicados en la dualidad radio comercial vs. radio cultural, se trata de proponer e impulsar nuevas formas de hacer radio, siempre a partir de un conocimiento sistemático y riguroso de sus condiciones actuales (históricas, estructurales y coyunturales)".

Pablo Arredondo Ramírez

2.1 FORMAS BÁSICAS DE OPERACIÓN

"Por si no bastaran la enseñanza de la historia, y el sentido común, frente al cuadrante real se interpone el deber ser de la ley; deber ser que recoge el pasado y el apremio del presente".

Fernando Curiel

El rápido desarrollo de la radiodifusión a nivel mundial obligó a los gobiernos a legislar sobre los contenidos y la operación técnica de las emisiones radiofónicas. En México, fue hasta 1960 cuando el Estado participa como regulador, al promulgar la Ley Federal de Radio y Televisión en donde "...reconoce que le corresponde regular el cumplimiento de las finalidades de cultura y entretenimiento de los medios de comunicación".³⁴

Asimismo, en su artículo 13º hace énfasis en que:

"Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta Ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas, o de cualquier otra índole. Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso".

Por lo tanto, y según este artículo, podemos entender que existen estaciones concesionadas y permisionadas en nuestro país, de las cuales, en el cuadrante del Distrito Federal encontramos:

Concesionadas o comerciales: aquellas que "...son libres para obtener ganancias de sus transmisiones (...) Pertenecen a empresarios grandes y medianos, y su financiamiento, así como la plusvalía que obtienen, proviene de la venta de sus tiempos de programación: sea vendiéndolos para avisos publicitarios, por promocionar las piezas musicales o por el patrocinio de programas..."³⁵

Según datos obtenidos en nuestro monitoreo radiofónico en el último trimestre de 1994 y complementados con los de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión del mismo año, el cuadrante capitalino cuenta con un total de 31 estaciones concesionadas en AM y 23 en FM. (ver cuadros 1 y 2)

³⁴ Alma Rosa Alva de la Selva en *Radio e Ideología*, pág. 49.

³⁵ Sixta Candela, Marco Antonio Vázquez, et. al., en "Propuestas metodológicas para realizar proyectos de emisión" en *El sonido de la radio*, pág. 128.

**CUADRO 1. ESTACIONES CONCESIONADAS DE AMPLITUD MODULADA
(NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 1994)**

SIGLAS	NOMBRE	FECHA DE INICIO	FREC./KHZ.	POT./WATTS	CONCESIONARIO	REPRESENTANTE	IDENTIFICACIÓN
XEOC	Radio Chapultepec	1-ene-1958	560.0	5,000	Radio Chapultepec, S.A. de C.V.	Promosat de México, S.A. de C.V.	Una canción y una melodía
XEPH	Xpress Radio	1-ene-1951	590.0	10,000	Compañía Mexicana de Radiodifusión S.A.	Promotora de Radio	Xpress radio 590
XENK	Radio 6.20	1-ene-1951	620.0	10,000	Radio 6.20, S.A.	Radiodifusores Asociados S.A.	Con la música que llegó para quedarse
XEDTL	Radio 660	1-ene-1931	660.0	50,000	Instituto Mexicano de la Radio	Instituto Mexicano de la Radio	Deportiva, divertida y tropical
XEN	Radio Sportiva	1-ene-1925	690.0	20,000	Radio Sistema Mexicano	Corporación Mexicana de radiodifusión	La estación oficial del deporte
XEMP	Radio 710	1-nov-1961	710.0	1,000	Instituto Mexicano de la Radio	Instituto Mexicano de la Radio	La mexicana del cuadrante
XEX	Frecuencia Libre	30-oct-1947	730.0	100,000	Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A.	Sistema Radiópolis	Noticias
XEABC	ABC Radio	20-ago-1964	760.0	20,000	México Radio	Independiente	La estación de la palabra
XERC	El Fotógrafo	1-ene-1945	790.0	10,000	XERC, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	Música ligada a su recuerdo
XELA	XELA	1-ene-1940	830.0	50,000	Radio Metropolitana, S.A.	Frecuencia Modulada Mexicana	Buena música
XEW	La W	18-sep-1939	900.0	250,000	Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A.	Sistema Radiópolis	La Voz de la América Latina desde México
XEQ	XEQ 940 Radio	31-oct-1938	940.0	50,000	Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A.	Sistema Radiópolis	La Q Mexicana
XEDF	Radio Fórmula 970	10-sep-1957	970.0	50,000	Radio Uon, S.A.	Radio Fórmula	Con más comentaristas
XEOY	Radio Mil	1-ene-1942	1000.0	50,000	Fomento de Radio, S.A.	Promotora de Radio	La estación de la Ciudad
XEOR	Radio Centro	1-ene-1942	1030.0	10,000	XEOR, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	Al servicio de la gran familia mexicana
XERED	Radio RED	1-ene-1947	1110.0	50,000	1110, S.A. de C.V.	Radio Programas de México	Marca el paso en la radio
XEJF	Radio Variedades	1-ene-1949	1150.0	10,000	Radio América, S.A.	Organización Radio Centro	Toda una descarga musical
XEFR	La Comadre	1-ene-1952	1180.0	5,000	Radio Felicidad, S.A.	Grupo ACIR	La nueva estrella de la radio en México
XEB	LA B	27-sep-1923	1220.0	100,000	Instituto Mexicano de la Radio	Instituto Mexicano de la Radio	La B Grande de México
XEL	Radio ACIR	1-ene-1930	1260.0	10,000	Radio Impulsora Hérdez	Grupo ACIR	La señal del país
XEDA	Radio 13	1-ene-1936	1290.0	50,000	Publicistas S.A.	Radio S.A.	La fuerza de la palabra
XECMQ	Formato 21	1-ene-1930	1320.0	10,000	XECMQ, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	La estación de las noticias
XEQK	La Hora Exacta	1-ene-1939	1350.0	1,000	Instituto Mexicano de la Radio	Instituto Mexicano de la Radio	Noticias al minuto
XECO	Dimensión 13.80	1-ene-1951	1380.0	20,000	Publicidad Comercial de México	Raíborama	La nueva 13.80
XEBS	Radio Sinfonía	1-ene-1937	1410.0	10,000	Hispano Mexicano	Promotora de Radio	La mera mera
XEEST	Radio Éxitos	1-ene-1937	1440.0	10,000	XEEST, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	La campeona
XESM	La Trámenda*	1-ene-1939	1470.0	20,000	La B Grande, S.A.	Radio Fórmula	La explosiva 14-70
XEAL	Canal Tropical	1-ago-1938	1500.0	50,000	Radio Oro, S.A.	Radio Fórmula	Tu estación de la música tropical
XEJR	Radio Onda	1-ene-1964	1530.0	20,000	Radio Unida Tezcoco, S.A.	Promotora de Radio	Tu estación con ritmo
XEFAJ	Radio Consonada	1-mar-1981	1560.0	20,000	XEFAJ, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	Música de pegue
XEVOZ	Radio Capital	1-ago-1964	1590.0	20,000	Radio Publicidad Latinoamericana	Grupo ACIR	Capital heavy radio

Fuente: Monitoreo radiofónico octubre-diciembre de 1994 y Directorio CIRT 1994, págs. 41-43.

*Estación que sufrió cambio de perfil durante la época de este estudio.

**CUADRO 2. ESTACIONES CONCESIONADAS DE FRECUENCIA MODULADA
(NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 1994)**

SIGLAS	NOMBRE	FECHA DE INICIO	FREC./KHZ	POT./WATTS	CONCESIONARIO	REPRESENTANTE	IDENTIFICACIÓN
XHRED-FM	88.1 Red FM	2-mar-1962	88.1	80,000	Radio Central de México, S.A.	Radio Programas de México	The magic touch
XHM-FM	Amal 89	1-ene-1968	88.9	150,000	Radio 88.8, S.A. de C.V.	Agentes de Radio y Televisión, S.A.	El calor de la música
XEDY-FM	La Morena	1-ene-1955	89.7	150,000	Radio Proyección, S.A.	Promotora de Radio	Mexicana de todo corazón
XEDA-FM	Pulcar FM	1-ene-1969	90.5	165,000	Publicistas, S.A.	Frecuencia Modulada Mexicana, S.A.	5 canciones continuas. La radio impresionante
XHRC-AFM	Alfa 91.3	1-ene-1985	91.3	50,000	Estación 91, S.A. de C.V.	Radio Programas de México	Ya ni le muevas
XHFO-FM	Sonido Z	1-ene-1983	92.1	300,000	XHFO-FM, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	El sonido de los grupos
XEQ-FM	La Super Q	1-mar-1981	92.9	100,000	Cadena Radiodifusora Mexicana	Sistema Radiópolis	K-Buena FM
XEJP-FM	Stereo Joya	1-ene-1973	93.7	100,000	XEJP-FM, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	Románticamente tuya. Tesoro musical
XHSH-FM	95.3 Amistad	1-ene-1967	95.3	50,000	FM Radio, S.A. de C.V.	Grupo ACIR S.A.	Amistad FM
XEW-FM	W 96.9	22-ene-1970	96.9	100,000	Televimex, S.A.	Sistema Radiópolis	Magia digital
XERC-FM	Stereo 97.7	1-ene-1973	97.7	100,000	Radio Central de la Provincia, S.A.	Organización Radio Centro	La estación
XHDL-FM	Radio Activo	1-ene-1961	98.5	165,000	Radio Metropolitana, S.A.	Frecuencia Modulada Mexicana, S.A.	Radioactivo 98.5
XHPOP-FM	Digital 99	1-oct-1962	99.3	120,000	Radio Frecuencia Modulada, S.A.	Agentes de Radio y Televisión, S.A.	Di 99
XHMM-FM	Stereo Cien	1-ene-1965	100.1	180,000	Radio Maranatha México, S.A.	Crystal Cima-Somer	Alfa FM
XHSON-FM	Rock 101	1-ene-1952	100.9	150,000	Televideo, S.A. de C.V.	Promotora de Radio	Rock 101
XEX-FM	Stereo 102	6-jun-1988	101.7	100,000	Radiodif. México, S.A.	Sistema Radiópolis	Yo 102
XFMUS-FM	Stereo Rey	1-ene-1968	102.5	180,000	Stereorey México, S.A.	Frecuencia Modulada México, S.A.	La máxima dimensión del radio
XERP-FM	FM 103	1-ene-1979	103.3	80,000	La B Grande de México, FM S. A.*	Radio Fórmula	Fórmula romántica
XEDF-FM	Radio Uno	1-ene-1979	104.1	80,000	Radio Uno FM, S.A.	Radio Fórmula	La número uno
XHMARD-FM	FM Globo	1-ene-1973	104.9	180,000	Joaquín Vargas Gómez	Frecuencia Modulada Mexicana, S.A.	Tu música en tu idioma
XHOF-FM	Stereo 105.7	1-ene-1983	105.7	30,000	Instituto Mexicano de la Radio	Instituto Mexicano de la Radio	Conexión acústica
XHDFM-FM	Amor 106	1-ene-1969	106.5	120,000	Fórmula Melódica	Agentes de Radio y Televisión, S.A.	El corazón de la FM
XEQR-FM	Universal Stereo	1-ene-1973	107.3	100,000	Radio Faj, S.A. de C.V.	Organización Radio Centro	Golden music

Fuente: Monitoreo radiofónico octubre-diciembre de 1994 y Directorio CIRT 1994, págs. 44 y 45.

*Alma Rosa Alva de la Selva en "Radio e Ideología", pág. 39.

Permisadas: Estas emisoras "...se inscriben en un modelo de radiodifusión orientado hacia un sistema de información cultural, social y recreativa"³⁶ y pueden hacer uso de ellas instituciones educativas o entidades gubernamentales, sin fines de lucro (ver cuadro 3). Entre éstas encontramos:

Culturales: Que "...tienen inevitablemente connotaciones educativas".³⁷

Estas emisoras existen "...para prestar un servicio social público sin fines de lucro son propiedad del Gobierno Federal, los gobiernos de los estados, de los municipios, de las universidades y otras instituciones educativas oficiales y están subvencionadas por dichas entidades".³⁸

Además, de acuerdo al artículo 37 fracción III de la Ley Federal de Radio y Televisión, el permiso será revocado por transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos para los que se concedió.

Oficiales: Tienen como propósito "...fortalecer la comunicación entre la sociedad y el gobierno, (...) impulsar renglones fundamentales como el entretenimiento, la difusión de la cultura, la educación, la orientación o el deporte no profesional".³⁹

Universitarias: "...cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística (...) fortalecen los campos de información y difusión de los valores culturales del país (...) promueven la cultura y la historia universales, sobre todo la música de alto valor estético y folklórico".⁴⁰

CUADRO 3. EMISORAS PERMISIONADAS DEL CUADRANTE DEL D.F.

CIUDAD	NOMBRE	SIGLAS	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONARIO
AM					
México	Radio Educación	XEEP-AM	1060.0	20.00	Secretaría de Educación Pública. Dirección General de Educación Audiovisual UNAM
México	Radio Universidad	XEUN-AM	860.0	45.000	
FM					
México	Radio Universidad	XEUN-FM	96.1	101.500	UNAM
México	Opus 94	XHIMER-FM	94.5	57.335	IMER
México	Estereo 105.7 ⁴¹	XHOF-FM	105.7	29.440	IMER

Fuente: Monitoreo radiofónico octubre-diciembre 1994 y Directorio CIRT 1994, págs. 177 y 179.

³⁶ Alma Rosa Alva de la Selva, op. cit., pág. 43.

³⁷ Sixta Candela, et. al., op. cit., pág. 129.

³⁸ Idem.

³⁹ Ibidem, pág. 130.

⁴⁰ Ibidem, pág. 132.

⁴¹ Esta estación aparece como concesionada y permisionada en el Directorio CIRT, 1994.

Por último, señalaremos aquellas estaciones que no se mencionan en la Ley Federal de Radio y Televisión, pero según Teodoro Rentería,⁴² exdirector del Instituto Mexicano de la Radio (*IMER*), son consideradas como Reserva Federal. Estas radiodifusoras tienen el carácter de permisionadas por pertenecer al Estado, pero "...pueden establecer una política de comercialización...";⁴³ aunque limitando la promoción de anuncios respecto al contenido programático; les queda prohibido anunciar bebidas alcohólicas, tabaco y cualquier producto o servicio que denigre la dignidad humana. "Los cortes comerciales deben difundir mensajes de las dependencias y entidades del Gobierno Federal, mensajes promocionales de las propias estaciones, anuncios y algunas cuñas".⁴⁴ Dentro de este rubro se encuentran las emisoras del *IMER*.

CUADRO 4. EMISORAS CONSIDERADAS COMO RESERVA FEDERAL DEL CUADRANTE CAPITALINO

CIUDAD	NOMBRE	SIGLAS	FRECUENCIA	POTENCIA
AM				
México	La hora exacta	XEQK	1350.0	1,000
México	La B	XEB	1220.0	100,000
México	Radio 660	XEDTL	660.0	50,000
FM				
México	Opus 94	XHIMER-FM	94.5	57,335
México	Estéreo 105.7	XHOF-FM	105.7	30,000

Fuente: Elaborado de acuerdo a las declaraciones de Teodoro Rentería y al monitoreo radiofónico octubre-diciembre 1994 y Directorío CIRT 1994, págs. 41-45, 177 y 179.

Según Enrique Álvarez Barajas y Lizbeth Baqueiro Cárdenas, en su libro "Ciencias de la Comunicación", existen tres formas básicas de operación de la radio de acuerdo a quienes la operan, lo que es diferente en cada país.

1. **Radio estatal:** financiadas por subsidios del gobierno.
2. **Empresas comerciales:** aquellas emisoras que pertenecen a grupos privados y se sostienen con el ingreso que perciben por anuncios publicitarios.
3. **Sistemas mixtos;**
 - a) Hay países que tienen sistemas combinados, es decir radiodifusoras manejadas por el Estado, radiodifusoras como empresas que no son comerciales y, por último, estaciones de Estado que son comerciales.
 - b) Existe otra forma de sistema mixto que consiste en practicar la radiodifusión como un servicio público. Estas estaciones las manejan ya sea el Estado o una corporación pública. Sin embargo, permite un sistema paralelo de radio comercial.⁴⁵

⁴² Cf. pos. Cristina Romo Gil en *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*, págs. 4 y 137.

⁴³ Cristina Romo, op. cit., pág. 137.

⁴⁴ *Ibidem*, pág. 139.

⁴⁵ Pág. 124.

De acuerdo a estas clasificaciones, y haciendo énfasis en las declaraciones de Teodoro Rentería, en la ciudad de México la radiodifusión está organizada en un sistema mixto en el que existen emisoras como un servicio público y que son manejadas por el Estado o por una corporación pública, sin embargo, se permite un sistema paralelo de radio comercial y, por último, estaciones del Estado que son comerciales.

2.2 SU USO EN LA ACTUALIDAD

"La historia de la radio, es en buena medida la del cercenamiento de sus posibilidades expositivas y de la constante limitación de sus contenidos. El saldo de este proceso ha sido el abandono de toda búsqueda de variedad temática y formal, así como la proliferación de emisoras que, en lo esencial, transmiten música grabada como vía fácil para asegurar ganancias".

José Luis Gutiérrez Espíndola

Como se ha señalado en el apartado anterior, la legislación mexicana permite el establecimiento de emisoras con diferentes objetivos y naturaleza lo que hace suponer que el radioescucha cuenta con una amplia gama de opciones para sintonizar, pero la realidad es otra porque a pesar de que para muchas personas, "La radio ha ido mejorando en el transcurso de los últimos 10 años",⁴⁶ aún existe desequilibrio entre radiodifusoras permisionadas y concesionadas.

En primer lugar, es necesario decir que el poco desarrollo de las llamadas emisoras culturales, universitarias y oficiales es evidente si consideramos que han tenido que enfrentarse al escaso apoyo del Estado para financiarlas,⁴⁷ a sus propios sindicatos y a las trabas legales que por un lado descargan sobre ellas la obligación de servicio público, cultural y de educación y, por otro, les impiden vender sus espacios para autofinanciarse.

En este sentido, sería importante hacer modificaciones a la ley para que este tipo de radiodifusoras además de los subsidios estatales, perciban los ingresos suficientes que les permita financiarse y con ello mejorar la calidad de los programas y estimular el interés de

⁴⁶ Según una encuesta realizada en 1994 por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión en 72 localidades de la República Mexicana, *Cuaderno de Información CIRT 1994*, págs. 19-21.

⁴⁷ "Con 10 programas del noticiario de Radio Red, de los que se transmiten en la mañana, significan 40 horas de tiempo acumulado o menos de dos días de tiempo efectivamente transmitido, si comercializan los 18 minutos por hora a los que las obliga la Ley, captan más del presupuesto de todo un año de Radio Educación". Enrique Velasco Ugalde, profesor de la UAM Xochimilco, en entrevista personal realizada el 26 de mayo de 1995.

las personas dedicadas al quehacer radiofónico, quienes en muchas ocasiones, se alejan de esta labor decepcionadas por los bajos salarios o porque definitivamente no lo reciben.

En segundo lugar, encontramos que quien se ha favorecido por las bondades del medio, el apoyo gubernamental y las nuevas tecnologías como la utilización de satélites y el sonido estéreo, ha sido la radiodifusión comercial que prevalece como la principal oferta en el cuadrante capitalino.

Respecto a los contenidos programáticos que se ofrecen tanto en AM como en FM, podemos decir que el 70.86% de éstos representan al formato musical, mientras que el 29.13% es para la programación hablada.⁴⁸

Dentro del formato musical observamos que las permitidas transmiten música clásica, barroca, de concierto, jazz, folklore latinoamericano, entre otras que son de estilo parecido.⁴⁹ Este perfil resulta poco atractivo para la mayoría de los radioescuchas, sobre todo porque a estas emisoras se les ha encasillado como 'culturales' y por tradición, lo cultural es lo acartonado, lo abstracto.

Por lo que corresponde a la producción de programas hablados, encontramos que estas radiodifusoras se enfrentan a diversas dificultades como las inconformidades de los sindicatos, sobre todo cuando se intenta incorporar un nuevo proyecto, "...es muy difícil porque el personal se resiste al cambio..."⁵⁰ y la creatividad queda sujeta al trabajo de un técnico sindicalizado. Además, no cuentan con las condiciones ni la infraestructura necesarias para llenar espacios que puedan competir con los estilos impuestos por la radio comercial.

En el caso de *Radio UNAM*, la falta de recursos tanto económicos como humanos, ha obligado a los productores a explotar a la misma Universidad, pidiendo la colaboración de académicos e investigadores para elaborar sus programas que, por el concepto que se tiene de cultura y por los contenidos que aquí se tratan (literatura, economía, ciencia, astronomía, filosofía y otras especialidades que se imparten en la UNAM) toman matices elitistas. Al respecto, el periodista Aquiles Fuentes Fierro⁵¹ señala que este tipo de radiodifusoras han llegado a ser tan cultas y solemnes que sus contenidos sólo pueden ser entendidos por 'iniciados'.

Por su parte, el perfil de *Radio Educación* es cultural, pero de carácter más popular. Los programas que aquí se transmiten son elaborados por los trabajadores que, al igual que en *Radio UNAM*, son sindicalizados, aunque en pero aquí pueden desempeñar diversas labores como reportero, productor, locutor, etc.

⁴⁸ Para obtener esta tendencia aproximada de la programación, nos basamos en un estudio realizado por la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal en 1994 y que se denomina "Clasificación de formatos de emisoras". De tal forma, encontramos que de un total de 151 registros de formatos el musical apareció 107 veces y sólo en 44 la programación fue hablada.

⁴⁹ Cabe mencionar que en el caso de *Radio Educación* también se transmite música de protesta, campirana y baladas no comerciales que por tanto, son dirigidas a grupos específicos. El IMER por su parte, presenta perfiles parecidos a los comerciales y los tiempos dedicados a mensajes del gobierno se cubren con música que según la rúbrica son cortesía de RTC. Hay que recordar que en este estudio el IMER es considerado como reserva federal.

⁵⁰ Antonio Morales, Subdirector de información de *Radio UNAM* y conductor del programa "Interacción", en entrevista personal realizada el 9 de noviembre de 1994.

⁵¹ En "La radiodifusión universitaria que queremos", *Revista Mexicana de Comunicación*, septiembre-octubre de 1989, págs. 31 y 32.

Radio Educación ofrece programas informativos en donde se abordan temas culturales, eventos, entrevistas, reportajes entre otros; así como noticiarios y -como en *Radio UNAM*- adaptaciones literarias para niños y adultos. En algunos de estos programas se logra la participación directa del público e intentan ser críticos y plurales, aunque en algunas ocasiones los productores y locutores de esta radiodifusora pueden ser censurados por "...funcionarios de alguna dependencia (que tienen un puesto administrativo en la estación) porque los nombró el Consejo para la Cultura y las Artes, la SEP o Gobernación. Entonces ellos deben tener cierto cuidado de que no se les salga esto de las manos".⁵²

Al respecto, el *IMER* está más comprometido con las acciones gubernamentales, lo que da como resultado que la mayoría de sus producciones habladas estén dirigidas a cubrir actividades presidenciales, del gobierno de los estados, de altos funcionarios o de secretarías de estado.

Los espacios musicales que produce la radio comercial en general presentan las siguientes características, principalmente en la banda de FM:

1. Las canciones "...son spots de los discos y cantantes preferidos por las compañías disqueras",⁵³ ya sea balada pop, ranchera, balada en inglés, de catálogo en español e inglés, norteña, cumbia, quebradita o de cualquier estilo puesto de moda. Y se repiten constantemente durante el día en las diferentes estaciones.
2. El papel del locutor, en muchas ocasiones es el de presentador de canciones y comentarista de asuntos triviales. Frecuentemente, también sirve como canal de comunicación entre las personas que hablan por teléfono al programa para dedicar algún tema musical o para hablar con otra persona a través de la radio.⁵⁴
3. Las tres o hasta cinco en línea, que es un formato heredado por *Radio Educación*.
4. Cortes comerciales después de cada canción o bloque de canciones.

La saturación de estos elementos, provoca la segmentación del público que sintoniza la radio en busca de una frecuencia "...que le pueda satisfacer mejor, pero no la encuentra porque son tan iguales que da lo mismo en la que esté".⁵⁵ Sobre todo porque al radioescucha le molestan los constantes bloques de cortes comerciales, aunque a decir de la gente que hace radio, son necesarios para financiar los programas e incluso la estación.

La programación hablada de las emisoras concesionadas, que es más abundante en la banda de AM, se caracteriza por la producción de programas noticiosos, de consultorio, adaptaciones literarias y misceláneos. Cada uno de ellos presenta los siguientes rasgos:

1. *Noticiosos*. La necesidad exagerada de información entre la población creada por los radiodifusores, así como la competencia entre ellos por cubrir mejor esta

⁵² Héctor Figueroa Alcántara, conductor del programa Ventana 1060 y reportero de Radio Educación en entrevista personal realizada el 7 de febrero de 1995.

⁵³ Aquiles Fuentes Fierro, loc. cit.

⁵⁴ Hay que subrayar que la mayoría de estos programas son creados para que el radioescucha encuentre pareja, reanude alguna relación de amistad o amorosa y, comúnmente nos encontramos con locutores que utilizan el albur y el doble sentido para hablar con el público.

⁵⁵ Víctor Ramírez, profesor en la ENEP Aragón y productor en Radio Red, en entrevista personal realizada el 5 de junio de 1995.

necesidad, han provocado la existencia de una gran variedad de programas noticiosos a lo largo de ambas bandas, saturando los espacios principalmente por las mañanas, aunque también existen emisiones vespertinas y nocturnas. La duración de estos programas puede ser de una hasta cinco horas o cápsulas noticiosas de uno a diez minutos cada treinta o sesenta minutos. También existe el caso específico de una estación noticiosa que transmite durante las 24 horas del día con segmentos informativos que inician cada 21 minutos (*Formato 21* de Organización Radio Centro, en el 1320 de AM). Según Enrique Velasco Ugalde,⁵⁶ los noticiarios que captan mayor audiencia, más que la profundidad del nivel informativo, interpretativo o de análisis, lo hacen porque "...han sabido hacer de la noticia un *show*" ayudados por instrumentos que agilizan la llegada de la información como los teléfonos celulares, la radio de banda civil, los helicópteros, etc.

2. *De consultorio*. Encontramos aquellos que tratan temas sobre sexualidad, problemas familiares, recomendaciones de belleza, medicina vegetariana, psicológicos, legales y hasta parapsicológicos y de magia blanca. Aquí se dan consejos y soluciones a las llamadas telefónicas del público y en ocasiones la información se complementa con algún reportaje o entrevistas con especialistas del tema.
3. *Misceláneos*. En estos programas la temática es diversa; el locutor básicamente es comentarista de sucesos y hace recomendaciones de libros, invitaciones a centros recreativos y culturales, entre otras actividades.
4. *Adaptaciones literarias*. En las estaciones comerciales es poco probable encontrarlas, a pesar de que años atrás la radionovela era un tipo de programa muy importante en la radiodifusión mexicana.⁵⁷ Actualmente se utilizan como un recurso dentro de algún programa y muy pocas veces como serie.

Hagamos ahora una exploración a algunas estaciones del cuadrante radiofónico para darnos una idea de la oferta radiofónica y, apuntarla ¿por qué no? como parte de nuestro contexto histórico.

⁵⁶ Enrique Velasco Ugalde, loc. cit.

⁵⁷ Por ejemplo como en los años sesentas lo constituyeron *Kalimán* y *El ojo de vidrio* difundidas en Radio Cadena Nacional. En curso de locutor y productor radiofónico en el Centro de Creatividad y Desarrollo en Comunicación durante octubre y noviembre de 1995.

2.3 UN PANORAMA DEL CUADRANTE RADIOFÓNICO

"Deseo vivamente que esta burguesía, además de haber inventado la radio, invente otra cosa: un invento que haga posible establecer de una vez por todas lo que se puede transmitir por radio".

Bertolt Brecht

Dentro de la oferta radiofónica que existe en el cuadrante capitalino encontramos que 33 estaciones en la banda de AM y 25 en la de FM, crean la idea de una amplia variedad. Sin embargo, gracias al monitoreo realizado de octubre a noviembre de 1994, hemos percibido que de las 58 emisoras, cerca del 70 por ciento de ellas se concentran en alguno de los seis grupos radiofónicos más importantes del Distrito Federal: Sistema Radiópolis, Radio Fórmula, Grupo ACIR, IMER, Grupo Radio Mil o Promotora de Radio y Organización Radio Centro, quien por cierto para fines de 1994, con diez estaciones, se distinguía como el consorcio con mayor número de éstas.

También pudimos observar que existen más de cuatro estaciones con un mismo perfil, cada uno de estos grupos cuenta con una estación de música gruperá, una de música en inglés, una de baladas y pop en español, de pop en inglés y otra dedicada a la programación hablada.

Después de este recorrido hemos de decir que Frecuencia Modulada con sus 25 emisoras presenta un perfil musical, por supuesto varias de ellas cuentan con algunos programas hablados, como Radio Universidad, Radio Uno o el IMER, pero básicamente sus formatos son musicales. Mientras que en Amplitud Modulada la mayor parte de los programas también tienen perfil musical, no obstante, en 16 de las frecuencias -que representan el 48 por ciento de AM- se transmite programación hablada.

De esta variedad de programas hablados, realizamos una recopilación con el propósito de conocer el ofrecimiento radiofónico y para encontrar las producciones de revista. Las estaciones que no se tomaron en cuenta, aun cuando su programación era mayormente hablada, fueron Xpress Radio, porque sus programas son en inglés; Formato 21 puesto que su perfil es sólo noticias y, XEQK debido a que sus transmisiones son cien por ciento promocionales. Las trece emisoras restantes representan nuestro objeto de estudio, he aquí la sinopsis de cada una de ellas.

Radio Chapultepec: Cuenta con programas noticiosos como Antena Uno y Por el mundo de los toros y el deporte; algunos de consultorio como Quiropráctico y Naturista y otros misceláneos. Los contenidos, estilos de locución y la calidad del sonido de la emisora dejan mucho que desear, a pesar de tener más de 35 años de existencia (págs. 36 y 37).

Radio Sportiva: Sus contenidos están fundamentados en el deporte; así encontramos espacios dedicados al fútbol soccer, al fútbol americano, al automovilismo, al ciclismo, al basquetbol y otros como el golf y el deporte amateur. Cuenta con algunos programas con temas interesantes extradeporte como Conciencia, al que presentan como el primer noticiario ecológico, otros con temas de esparcimiento como La casita de los espíritus y espacios noticiosos. Aquí encontramos un programa de revista radiofónica que se llama Magazine Deportivo (págs. 38 y 39).

Frecuencia Libre: Ofrece programas para todos los gustos. De lunes a sábado, la mayoría son informativos vía noticiarios, reportajes, misceláneos y los domingos prácticamente el tiempo es destinado a los deportes. Gracias a sus recursos tecnológicos y económicos, cuenta con gente de amplia experiencia en el medio como Fernando Alcalá, Manuel "El Loco" Valdez, Luis Carbajo, Rafael Vieyra Matuk y Octavio Menduet, entre otros. (págs. 40 y 41)

ABC Radio: Su esquema es repetitivo, tal vez de lo más destacable que comentar son sus noticiarios y algunos programas deportivos los sábados y domingos por la tarde. (págs. 42 y 43)

Radio Universidad: Dedicar gran parte de sus espacios a la música y a programas con diversas temáticas aunque dirigidos a las consideradas élites universitarias. Cabe resaltar que esta estación es de las pocas que todavía se ocupan de las adaptaciones literarias como muestra de ello existen "El libro de los sueños" y "Cuentos para enrollar". (págs. 44 y 45)

XEW Radio: Su estructura no dista mucho de la que tiene el canal 2 de Televisa, al mediodía programas para el sector femenino, apenas entrada la tarde llegan las noticias y en las primeras horas de la noche programas de entretenimiento familiar. De hecho algunos son transmisiones simultáneas o repeticiones como 24 horas, El show de Cristina, Muchas noticias, En vivo y Siempre en domingo. (págs. 46 y 47)

Radio Fórmula: Su barra de programación presenta muchos programas misceláneos, de tal forma que se transmiten charlas y comentarios sobre temas que van desde espectáculos hasta política y economía, así como noticiarios. Entre los comentaristas de esta estación se encuentran: Eduardo Ruiz-Healy, Guillermo Ochoa, Héctor Lechuga, Agustín Barrios Gómez, Fernando Marcos, Jacobo Moret y Pedro Ferriz S. (págs. 48 y 49)

Radio Mil: Su esquema se puede resumir con el radioperiódico La ciudad en sus tres emisiones, seguido de algunos programas para la mujer y por la tarde programas de entretenimiento y superación personal. Los sábados y domingos la mayor parte de la programación consiste en repeticiones de programas transmitidos durante la semana. (págs. 50 y 51)

Radio Educación: Esta radiodifusora tiene emisiones de todo género y para todos gustos. Su riqueza se basa no sólo en su programación hablada sino también en su música. Así encontramos programación infantil como Radio sí y Cachivaches, programas para el público femenino como La cocinera atrevida, emisiones destinadas al sector rural como Del campo y la ciudad y hasta programas para la comunidad gay como es el caso de la revista Media noche en Babilonia. (págs. 52 y 53)

Radio Red: Esta estación ha crecido principalmente gracias a la audiencia captada por el radioperiódico Monitor en sus diferentes emisiones durante el día, aunque también destacan otros programas como Íntimo de Paty Kelly, Parejas disparejas y otros que aunque pasen los años siguen siendo transmitidos como La Tremenda Corte o Raffles. (págs. 54 y 55)

XEB: Dentro de su programación diaria, esta emisora cuenta con varios programas hablados y por la noche el perfil se vuelve más musical alternado con comentarios de los locutores. Los fines de semana las barras inmusicales abarcan la mayor parte del tiempo. (págs. 56 y 57)

Radio ACIR: De lunes a viernes la mayor parte de la programación es de corte noticioso y de entretenimiento. Sábados y domingos son prácticamente dedicados al deporte. (págs. 58 y 59)

Radio Trece: La aceptación que ha tenido esta radiodifusora por parte del público, se ha incrementado debido a la apertura que se tiene en varios de sus programas en los cuales el radioescucha puede opinar abiertamente sobre los temas que se exponen, entre ellos podemos mencionar Palabra Universal o el radioperiódico Al momento (por cierto es el programa noticioso de mayor duración en el cuadrante capitalino). Otra emisión interesante es Lo que el viento no se llevó con el cronista Jorge Zuñiga quien nos habla del México del ayer. El resto de la programación se complementa con programas de sexualidad y superación personal, mientras que sábados y domingos los espacios destinados a la música son mayores. (págs. 60 y 61)

Radio Chapultepec XEOC 560 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:00	MÚSICA				
7:00	ANTENA 1				
8:30	MÚSICA				
11:00	CON LA RUTA FIJA				
12:00	MÚSICA				
12:30	LA HORA DEL AMIGO				
13:30	MÚSICA				
14:45	POR EL MUNDO DE LOS TOROS Y EL DEPORTE				
15:30	MÚSICA				
17:00	ENTRE COLEGAS				
18:00	MÚSICA				
19:30	MÚSICA				
19:45	SU SEGURO ASESOR		SU SEGURO ASESOR		SU SEGURO ASESOR
20:00	MÚSICA		MÚSICA		MÚSICA
20:15	NOTIDIARIO MÉXICO Y LA NOTICIA				
20:30	LA PROVINCIA ES MÉXICO				
22:30	CLUB 560				
1:00					

Radio Chapultepec XEOC 560 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:00	MÚSICA	MÚSICA	6:00
6:30	ESAS COSAS DEL ARTE	LA HORA DEL GRANJERO	7:30
6:45	MÚSICA	SOL, VIDA Y NATURALEZA	8:30
9:00	TERMÓMETRO DE ÉXITOS	MÚSICA	10:30
10:00	QUIROPRÁCTICO Y NATURISTA	MÚSICA	14:00
10:30	MÚSICA	FÓRMULA 1	15:00
14:00	ESPACIO ESTUDIANTIL	MÚSICA	22:00
15:00	MÚSICA	LA HORA NACIONAL	23:00
20:00	LA VERDAD TE HARÁ LIBRE	MÚSICA	1:00
20:30	MÚSICA	MÚSICA	1:00
1:00	MÚSICA	MÚSICA	1:00

Radio Sportiva XEN 690 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:00	MÚSICA				
7:00	NOTISISTEMA				
7:05	MÚSICA				
7:30	MAGAZINE DEPORTIVO				
8:30	TODO DEPORTE				
10:30	RUTA CICLISTA				
11:00	NOTISPORTIVA				
11:05	UNIVERSITARIOS HOY				
12:00	NOTISPORTIVA				
12:05	MÚSICA				
13:00	PLANETA SPORT				
13:50	NOTISISTEMA				
14:00	FRECUENCIA DEPORTIVA				
15:30	CONTRABARRERA				
16:00	PIZARRA DEPORTIVA				
17:00	NOTISPORTIVA				
17:05	CELEBRIDADES EN EL DEPORTE				
18:00	NOTISPORTIVA				
18:05	DEBATE DEPORTIVO				
19:00	AUTOSPORTIVA				
20:00	NOTISISTEMA				
20:10	DEPORTE DE ORO				
21:00	CONCIENCIA	TIERRA 21	CONCIENCIA	TIERRA 21	CONCIENCIA
22:00	LA CASITA DE LOS ESPÍRITUS				LA HORA JAPONESA
23:00	MÚSICA				
0:00					

Radio Sportiva XEN 690 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:00	MÚSICA	MÚSICA	6:00
7:00	NOTISISTEMA	FUTBOL ESPAÑOL	9:45
7:05	MÚSICA	PALCO SPORTIVA	12:00
8:00	EL SHOW DEL DOCTOR CAJAL	NOTISISTEMA	14:00
10:30	ARTES MARCIALES	MÚSICA	14:15
11:30	ESAS COSAS DEL ARTE	COMENTANDO EL FUTBOL	14:30
11:45	MÚSICA	MÚSICA	15:30
12:00	EL MUNDO DEL DEPORTE AMATEUR	PALCO SPORTIVA	16:00
13:00	MÚSICA	COMENTANDO EL FUTBOL	18:00
13:45	FUTBOL ESPAÑOL	EDICIÓN FINAL	19:00
16:00	MÚSICA	NOTISISTEMA	20:00
16:45	FUTBOL DE MÉXICO	MÚSICA	20:15
19:00	EDICIÓN FINAL	LA HORA NACIONAL	22:00
20:00	MÚSICA	LA CASITA DE LOS ESPÍRITUS	23:00
0:00			0:00

Frecuencia Libre XEX 730 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:30	FRECUCENCIA LIBRE				
9:30	DIÁLOGO				
10:00	MELO DIJO ADELA				
11:00	FRECUCENCIA LIBRE POLICIACA				
11:30	TÓMESE EN CUENTA				
12:00	DESDE GAYOLA				
13:00	SOPA DEPORTIVA				
13:30	CIEN POR CIENTO LOCO				
14:00	CHARLAS SIN SENTIDO				
14:30	FRECUCENCIA LIBRE				
16:00	TEMAS Y CASOS				
16:30	NOSOTROS LOS QUE HACEMOS EL ISSSTE POR USTED				
16:50	CIUDAD SIN LÍMITES				
17:30	VIVE HOY				
18:00	JAQUE MATE				
18:30	FRECUCENCIA INFORMATIVA VESPERTINA				
19:00	PLATIQUemos SIMPLEMENTE PLATIQUemos				
20:00	DEPORLEMICA				
20:30					
20:45	FRECUCENCIA JOVEN	TOROS DESDE MORELIA		FRECUCENCIA JOVEN	
21:00	HISTORIAS POLICIACAS			HISTORIAS POLICIACAS	
21:30	CONCIENCIA PLANETARIA			CONCIENCIA PLANETARIA	
22:00					
22:30	FRECUCENCIA INFORMATIVA REVISTA NOCTURNA				
23:00	LLEGO EL MOMENTO				
0:00	LOS REYES DEL CAMINO				
0:30					
0:50					

Frecuencia Libre XEX 730 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:00	FRECUENCIA INFORMATIVA	INDICADOR DOMINICAL	6:00
7:00	PLATIQUemos SIMPLEMENTE PLATIQUemos	SALUD Y DEPORTE	7:00
11:00	TRIBUNA UNIVERSITARIA	RUTA 730	8:00
12:00	PALABRA DE AMOR	GRAND PRIX 730	8:45
13:00	FRECUENCIA DESCONOCIDA	NOTISERIO DEPORTIVO	9:00
14:00	LLEGÓ EL MOMENTO	HAZAÑAS DEPORTIVAS	11:00
15:00	EN PROFUNDIDAD	AGENDA DEPORTIVA	13:00
16:00	FRECUENCIA LIBRE CULTURAL	RAMA FEMENIL	14:00
17:00	ENTREVISTAS EN FRECUENCIA LIBRE	PERMANENCIA INVOLUNTARIA	14:30
18:30	FRECUENCIA LIBRE ESPECTÁCULOS	PUNTO FINAL	16:00
20:30	BOX	DEPORLÉMICA	17:00
23:00	ESTA NOCHE TANGO	DEPORTE AMATEUR	18:00
2:00	EXPRESO NOCTURNO	SEMANARIO DEPORTIVO	19:00
6:00		LA HORA NACIONAL	22:00
		SUPER DOMINGO DEL LUNES	23:00
			5:30

ABC Radio XEABC 760 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:05	HORÓSCOPOS				
6:10	MÚSICA				
6:20	PLATÍCAME UN LIBRO				
6:30	MÚSICA				
7:00	HOY EN LA MAÑANA				
10:00	HORÓSCOPOS				
10:05	MÚSICA				
13:00	HORÓSCOPOS				
13:05	PLATÍCAME UN LIBRO				
13:15	MÚSICA				
14:00	INFORMES FINANCIEROS				
15:30	MÚSICA				
18:00	HOY EN LA TARDE				
19:30	ESTO ES DEPORTE				
20:45	ABC NOTICIAS				
22:20	PLATÍCAME UN LIBRO				
22:30	MÚSICA				
6:05					

ABC Radio XEABC 760 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:05	HORÓSCOPOS	MÚSICA	6:30
6:10	MÚSICA		8:05
6:20	PLÁTICAME UN LIBRO	HORÓSCOPOS	
6:30	MÚSICA	MÚSICA	8:10
8:10	HORÓSCOPOS	PLÁTICAME UN LIBRO	8:40
8:15	MÚSICA		8:50
9:55	CÁPSULA RTC	MÚSICA	10:10
10:05	HORÓSCOPOS	HORÓSCOPOS	
10:10	MÚSICA	MÚSICA	10:15
12:05	HORÓSCOPOS	HORÓSCOPOS	12:05
12:10	MÚSICA	MÚSICA	12:10
12:45	PLÁTICAME UN LIBRO		12:50
12:55	MÚSICA	PLÁTICAME UN LIBRO	
14:25	HORÓSCOPOS	MÚSICA	13:00
14:30	MÚSICA		14:30
17:30	ESAS COSAS DEL ARTE	PROGRAMA TAURINO	15:00
17:45	MÚSICA	EL MUNDO DEL BOXEO	
18:45	INFORMACIÓN DEPORTIVA	MÚSICA	15:30
19:00	SÓLO FUTBOL	PROGRAMA DE BEISBOL	17:00
20:00	PROGRAMA TAURINO	PROGRAMA DE FUTBOL	18:00
21:00	SERVICIO ESPECIAL DE NOTICIAS	ATLETISMO	19:30
22:00	MÚSICA		20:30
22:35	PLÁTICAME UN LIBRO	TOROS	21:00
22:45	MÚSICA	MÚSICA	22:00
3:30	PLÁTICAME UN LIBRO	LA HORA NACIONAL	23:00
3:40	MÚSICA	MÚSICA	6:05

Radio Universidad XEUN 860 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
7:00	RÚBRICA				
7:10	IDIOMAS				
7:30	EL LIBRO DE LOS SUEÑOS				
8:00	INTERACCIÓN				
9:30	ESPACIO UNIVERSITARIO	ENFOQUE INTERNACIONAL	ACUERDO TRILATERAL	MOMENTO ECONÓMICO	TEMAS DE NUESTRA HISTORIA
10:00		CHIAPAS: EXPEDIENTE ABIERTO	UNA CRÓNICA DE LA DEMOCRACIA	MÚSICA	CONCIERTO MATUTINO
10:30	MÚSICA	MÚSICA	MÚSICA		
11:00	MÚSICA				
11:30	PENSAMIENTOS E IDEAS DE HOY	PALABRAS SIN REPOSO	PENSAMIENTOS E IDEAS DE HOY	PALABRAS SIN REPOSO	PENSAMIENTOS E IDEAS DE HOY
12:00	DIÁLOGO JURÍDICO	INGENIERIA EN MARCHA	CONSULTORIO FISCAL	LAS VOCES DE LA SALUD	PARA ABRIR BOCA
12:30					MÚSICA
13:00	MÚSICA				
14:00	MÚSICA				
14:15	MÚSICA			COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	NOTAS SOBRE NOTAS
14:45	LA CIENCIA DEL INCENIO	EN LA CIENCIA	FILOSOFÍA CONTEMPORÁNEA	UNIVERSUM	MÚSICA EN LA LÍNEA DE LA CIENCIA
15:00	NOTICARIO				
15:30	CARTELERA CINEMATOGRAFICA				
15:35	MÚSICA				
16:00	MÚSICA	MÚSICA	MÚSICA EN IMÁGENES	MÚSICA	LAS ONDAS DEL CHOPO
16:30	MÚSICA				
17:15	POESÍA DE FIN DE SIGLO	MÚSICA	POESÍA DE FIN DE SIGLO	ANTOLOGÍA POÉTICA	POESÍA DE FIN DE SIGLO
17:30	CONCIERTO VESPERTINO				
19:00	HOY EN EL MUNDO (NOTICARIO)				
20:00	CUENTOS PARA ENROLLAR				
20:30	MÚSICA	LA VIDA EN TIEMPOS DEL SIDA	EL HÁLITO DE LA VIDA	ARGUMENTOS	EL MILENIO POR VENIR
21:30	PANORAMA DEL JAZZ				
22:30	ACÚSTICA DE BUENA TINTA	MÚSICA	TON Y SON	POESÍA PARA EL INSOMNIO	TAN LEJOS Y TAN CERCA
23:00	MÚSICA			MÚSICA	
23:30	LA LLAVE, LA CLAVE, LA NAVE, EL AVE DEL TIEMPO				
0:00	MÚSICA				
0:30	MÚSICA				
1:00	MÚSICA				

Radio Universidad XEUN 860 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
7:00	RÚBRICA		7:00
7:07	IDIOMAS		7:07
7:45	ENTRE PIES Y PIEZA		7:45
8:00	EL RINCÓN DE LOS NIÑOS		8:00
8:30	CON TANTITA CIENCIA		8:30
8:35	DEL TINGO AL TANGO		8:35
8:53	CARTELERA CINEMATOGRAFICA		8:53
9:00	GOYA DEPORTIVO	MÚSICA	9:00
10:00	CONCIERTO MATUTINO	DOMINGO 7	10:00
11:30	INTERACCIÓN ACADÉMICA	CONCIERTO OFUNAM	11:30
11:45	GALERIA UNIVERSITARIA	100 AÑOS DE TANGO	11:45
12:00	LA VOZ DE LA EXPERIENCIA	CAMINOS DE AYER	12:00
13:00	MÚSICA	EN ALAS DE LA TROVA YUCATECA	13:00
21:00	SERIES DE ROCK DE LA FONOTECA	RADIO TEATRO	21:00
22:00	MEZCLAS Y PRECIPITADOS	OPERA	22:00
23:00	EL BLUES INMORTAL	MÚSICA	23:00
0:00	LO QUE NOS GUSTA	LA HORA NACIONAL	0:00
1:00		MÚSICA	1:00

XEW Radio 900 Khz.						
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	
5:30	RELOJ MUSICAL					
9:00	EL MUNDO DE LA MUJER ACTUAL					
11:00	¿Y USTED QUÉ HARÍA?					
11:30	COCINANDO A LA MEXICANA					
12:00	DE REVISTA					
13:00	FRENTE A LA VIDA					
14:00	24 HORAS					
14:30	LA FAMILIA TELEGUÍA					
15:30	AQUÍ Y AHORA					
16:30	EL SHOW DE CRISTINA					
17:00	TÚ Y W					
20:00	MUCHAS NOTICIAS					
21:00	FRENTE A LA VIDA					
22:00	LAS ESTRELLAS W					
22:30	24 HORAS					
23:30	W MÁS ROMÁNTICA QUE NUNCA					EN VIVO
5:30						
6:00						

XEW Radio 900 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:00	LA HORA DEL RANCHERO	LA HORA DEL RANCHERO	6:00
8:00	MUSICALTRÓNICO		10:30
11:00	GARRA, PASIÓN Y GOL	EN LA MEDIA CANCHA	
12:00	ECOS DE LA FAMILIA TELEGUÍA		11:15
13:00	LOS GRANDES DE W	FUTBOL MEXICANO	
14:00	24 HORAS		14:00
14:30	REVISTA DEPORTIVA	DENTRO DEL ÁREA CHICA	
15:30	RÁFAGA (FUTBOL RÁPIDO)	PROYECCIÓN DEPORTIVA	14:45
16:00	PROGRAMA DEL ISSSTE		16:00
16:30	TÚ Y W	CORRIDA DE TOROS	
19:00	GUITARRAS	SIEMPRE EN DOMINGO	19:00
21:00	RADIOTEATRO DEL AIRE		22:00
22:00	YO EL POETA	LA HORA NACIONAL	
22:30	W MÁS ROMÁNTICA QUE NUNCA	W MÁS ROMÁNTICA QUE NUNCA	23:00
6:00			5:30

Radio Fórmula XEDF 970 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:00	ALBORADA RANCHERA				
6:00					
9:50	LÍNEA DIRECTA				
10:05	CHEPINA				
11:00	SALUD Y BELLEZA				
13:00	TODO PARA LA MUJER				
14:00	BUENAS TARDES				
14:30	MESA DE BARRIOS GÓMEZ				
15:00	INFORMACIÓN CON LÓPEZ DORIGA				
15:30	FRENTE A USTED				
16:00	CAFÉ DE GRILLOS				
17:00	HABLANDO CLARO				
18:00	FÓRMULA DEPORTIVA				
21:00	LÍNEA DIRECTA				
21:30	ENTREVISTA ARTE				
22:00	TÓPICOS TAURINOS				
22:30	CONSULTA LEGAL				
0:00	BIO NATURA				
5:00	ENTRE USTEDES Y NOSOTROS				
6:00					

Radio Fórmula XEDF 970 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:00	BIO NATURA	BIO NATURA	6:00
7:00	LÍNEA DIRECTA	LÍNEA DIRECTA	7:00
9:00	SALUD Y BELLEZA	EN JUEGO	9:00
10:00	PARÍS LATINO	SALUD Y BELLEZA	10:00
11:00	TODO PARA LA MUJER	TODO PARA LA MUJER	11:00
13:00	EL MUNDO DE LOS ASTROS	EL MUNDO DE LOS ASTROS	13:00
14:00	LA MUJER EN LA CULTURA	LA MUJER EN LA CULTURA	14:00
15:00	JOYAS LÍRICAS	JOYAS LÍRICAS	15:00
17:00	EN JUEGO	EN JUEGO	17:00
18:00	INFORMACIÓN CON LÓPEZ DORIGA	FÓRMULA JOVEN	18:00
19:00	LÍNEA DIRECTA	MUNDO DEPORTIVO	19:00
20:00	FRENTE A USTED	FRENTE A USTED	20:00
21:00	FUEGO CRUZADO	TÓPICOS TAURINOS	21:00
22:00	TÓPICOS TAURINOS	ESAS COSAS DEL ARTE	21:45
23:00	BIO NATURA	LA HORA NACIONAL	22:00
0:00	BIO NATURA	BIO NATURA	23:00
6:00	ENTRE USTEDES Y NOSOTROS	ENTRE USTEDES Y NOSOTROS	0:00
			5:00

Radio Mil XE0Y 1000 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:30	CÁIGASE DE LA CAMA				
6:00	LA CIUDAD				
10:00	HABLEMOS DE LOS HOMBRES				
11:00	SEXUALIDAD EN FAMILIA				
12:00	OIGA DOCTOR				
13:00	LA CIUDAD				
14:00	MISCELÁNEA DEL ÁNGEL				
15:00	DEL TINGO AL TANGO				
16:00	FAMILIAS DE CARNE Y HUESO				
17:00	RADIO MASCOTA				
17:30	RECTA FINAL				
18:00	LA CIUDAD				
20:00	LÍNEA DIRECTA	TRIUNFAR ES DIVERTIDO	DEBATE	DIÁLOGOS AL DESNUDO	MESA DE CONVERSACIÓN
21:00	PARTIENDO PLAZA	INERCIA POSITIVA			PARTIENDO PLAZA
22:00		SEXUALIDAD EN VOZ ALTA			
22:30		MÚSICA DE VIDRIO, RITMO DE CRISTAL			
23:00	LA CIUDAD				
0:30	MÚSICA				
5:30					
6:30					

Radio MII XEYO 1000 KHz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:30	CÁIGASE DE LA CAMA	LA CIUDAD	8:00
7:00			9:00
10:00	LA CIUDAD	¡HOLA LUIS!	10:00
10:30	MOTOR Y VOLANTE		10:30
11:00	AUTOMÓVIL		11:00
12:00	BUEN PROVECHO	SEXUALIDAD EN FAMILIA	12:00
13:00	OIGA DOCTOR		13:00
14:00	PARTIENDO PLAZA	MISCELÁNEA DEL ÁNGEL	14:00
15:00	LA CIUDAD		15:00
16:00	MISCELÁNEA DEL ÁNGEL	TRIUNFAR ES DIVERTIDO	16:00
17:00	FAMILIAS DE CARNE Y HUESO		17:00
18:00	SEXUALIDAD EN FAMILIA	RADIO MASCOTA	18:00
19:00	RECTA FINAL		19:00
20:00	LA CIUDAD		20:00
21:00	DIÁLOGOS AL DESNUDO	MÚSICA	22:00
22:00	PARTIENDO PLAZA		
23:00	MÚSICA DE VIDRIO, RITMO DE CRISTAL	LA HORA NACIONAL	23:00
8:00	MÚSICA		5:30

Radio Educación XEEP 1060 KHz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:00	DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD				
7:00	AVANCE INFORMATIVO				
7:03	RADIO SÍ				
8:00	LA CASONA DE LA REVOLUCIÓN	PULSO DE LA MAÑANA			
8:45	MÚSICA				
9:00	SU CASA Y OTROS VIAJES				
10:00	LUCHA REYES: TRIUNFO O FRACASO				
10:30	MÚSICA				
10:45	PERFIL DE CREADORES	TODO SE ESCUCHA EN SILENCIO	HABÍA UN NAVO	DATOS PARA UNA HISTORIA AUN NO ESCRITA	PERFIL DE CREADORES
11:00	DEJEMOS DE SER PACIENTES	LA COCINERA ATREVIDA	MÚSICA	MÚSICA CONHECHONES Y PLATÍCAME UN LIBRO	SALUD ES BIENESTAR
12:00	CÁPSULAS DEL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA				
12:30	MÚSICA	AL AIRE Y OTROS ESPACIOS	MÚSICA		
13:00	PIE DE FOTO	MÚSICA	PIE DE FOTO	MÚSICA	
13:20	MOVIMIENTO CONTINUD				
13:30	AVANCE INFORMATIVO				
13:35	ENTRECRUZAMIENTOS		MÚSICA	ENTRECRUZAMIENTOS	
14:00	MÚSICA		PLATÍCAME UN LIBRO	MÚSICA	
14:10	PULSO DE LA TARDE				
14:30	MÚSICA				
15:15	MÚSICA	CINEFILIA	VOCES EN CONCRETO	MÚSICA VIRTUAL	CRICO, MARIONA Y LIBROS
17:20	DE CUERPO A CUERPO	TIERRA A DENTRO	MATICES DEL VITRAL	VOCES EN CONCRETO	DIEZ DE LOS 30
18:00	VOZ PÚBLICA				
19:00	AVANCE INFORMATIVO				
19:05	MÚSICA				
19:30	COMENTARIOS CULTURALES				
20:00	PULSO DE LA NOCHE				
20:30	VOCES INTERIORES	DESDE ACÁ LOS	ORQUESTA NACIONAL DE CIUDAD DE MÉXICO	ESTRENANDO CUERPO	CONCIERTO DE TEMPORADA DE LA ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL
20:40	ROCK SIN CRONOS	CHILANGOS	CON LA PUERTA ABIERTA	ECONOMÍA COTIDIANA	
21:00	MÚSICA	EL FIN JUSTIFICA A LOS MEDIOS	RESPUESTA	TERCER TURNO	PIE DE FOTO
21:10	RELIEVES	PIE DE FOTO	DIVAGARTE	MÚSICA	
21:30	MÚSICA	MÚSICA	EL TERNÓN SEA CON VOROBITOS	TODO SE ESCUCHA EN SILENCIO	SOLO DE NOCHE LOS MUERTOS HABLAN
21:40		MÚSICA			
23:00	MEYANOCHE EN BABILONIA	CITA SIN ENCUENTRO	LA BANDA DEL 1060	OTRA NOCHE	DAMA DE NOCHE
0:30	PLATÍCAME UN LIBRO				MÚSICA

Radio Educación XEEP 1060 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
6:00	RADIO COMUNAL	EL CHAHUIZTLE	7:30
7:00	¿QUIÉN CANTA?	MÚSICA	8:30
8:00	MÚSICA	VENTANA 1060	10:00
8:30	DE LOCO UN POCO	ARRIBA EL NORTE	11:00
9:00	CACHIVACHES	NO HAGAN RUIDO	12:00
9:30	MÚSICA	MÚSICA	13:00
9:50	VOCES EN CONCRETO	PLATÍCAME UN LIBRO	14:00
10:00	MÚSICA	MÚSICA	14:15
11:30	COHETONES Y PLATILLAZOS	MÚSICA	14:30
11:45	MÚSICA	PULSO DOMINICAL	15:00
12:00	EL CAFETERO SOLITARIO	CONCIERTO SINFÓNICO	17:30
13:00	MANOS QUE HABLAN	MÚSICA	20:00
14:00	PLATÍCAME UN LIBRO	SONIDOS DEL DESVÁN	21:00
14:15	MÚSICA	MÚSICA	22:00
14:30	PULSO SABATINO	LA HORA NACIONAL	23:00
15:00	CONTIGO MÉXICO	MÚSICA	3:15
16:00	MÚSICA	HABÍA UN NAVÍO	3:30
18:00	DERECHO A LA CIUDAD	RTC	3:45
19:00	MÚSICA	MÚSICA	4:50
19:55	CINEFILIA	VOCES EN CONCRETO	5:00
20:00	MÚSICA		
23:00	EN LA NOCHE EXTENDIDA		
23:30	MÚSICA		
7:30			

Radio RED XERED 1110 KHz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:45	LA TREMENDA CORTE				
6:00	MONITOR DE LA MAÑANA				
10:00	ESCUCHA				
11:00	A MEDIA MAÑANA				
12:00	PAREJAS...¿DISPAREJAS?				
13:00	MONITOR DE LA TARDE				
15:00	MONITOR DEPORTIVO				
15:50	CUESTIÓN DE FALDAS				
16:50	DIMES Y DIRETES				
17:50	DETRÁS DEL ESPEJO				
18:00	MONITOR DE LA NOCHE				
21:00	ESTRATEGIAS PARA TRIUNFAR	ESTA BOCA ES MÍA	CONSEJERO FISCAL	EL BANQUETE DE PLATÓN	HACIA UN NUEVO SIGLO
22:00	PERSONAJES				
23:00	ÍNTIMO				
0:00	MONITOR DE MEDIANOCHE				
1:00	HASTA QUE AMANEZCA				
5:45					

Radio RED XERED 1110 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
5:45	LA TREMENDA CORTE	LA TREMENDA CORTE	5:45
6:00		SEGUNDA MANO	6:00
	MONITOR	AL AIRE LIBRE	7:00
10:00		RED ACCIÓN DOMINICAL	8:00
	ESCUCHA	DESAYUNANDO CON LAS FIGURAS DEL DEPORTE	9:00
11:00		PULSO DEPORTIVO	10:00
	GRANDES TEMAS	LIDIANDO EL FUTURO	12:00
13:00		MÚSICA	13:30
	MONITOR DE LA TARDE	RED ACCIÓN DOMINICAL	14:00
15:00		CITAS Y CHARLAS	15:00
	MONITOR DEPORTIVO	VIDAS	16:00
16:00		EL ARCA DE NOÉ	17:00
	POR SU SALUD, LA MESA MÉDICA DE LA RED	RED ACCIÓN DOMINICAL	18:00
17:50		RAFLES	20:00
	DETRÁS DEL ESPEJO	LA VERDAD EN LOS TOROS	20:30
18:00		SIN MÁSCARAS	21:00
	MONITOR DE LA NOCHE	LA HORA NACIONAL	22:00
20:00		INSPIRACIÓN Y VOCES	23:00
	RETRANSMISIÓN DEL PROGRAMA MONITOR	MONITOR DE MEDIANOCHE	0:00
22:00		HASTA QUE AMANEZCA	1:00
	SÁBADO RITMO Y SABOR	HASTA QUE AMANEZCA	1:00
0:00			5:45
	MONITOR DE MEDIANOCHE		
1:00			
	HASTA QUE AMANEZCA		
5:45			

X E B 1220 KHz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:00	ANTENA RADIO				
10:00	EN CONFIANZA				
11:00	MÚSICA				
12:00					
12:30	EL MUNDO MODERNO	DESPUÉS DE LA LETRA LA PALABRA	LO QUE LEE EL QUE VIVE	DESPUÉS DE LA LETRA LA PALABRA	IDEAS DE MÉXICO
13:00	ANTENA RADIO				
14:00	MÚSICA DE SOBREMESA				
17:00					
17:30	Y NOSOTROS QUÉ?	VIVA LA RADIO	FIGURAS DEL MILENIO	VIVA LA RADIO	
18:00	MÚSICA				
18:30	REVISTA DE OPINIÓN				
19:00	MÚSICA				
19:00	ANTENA RADIO				
20:00	CANTA BRASIL	LATINOAMÉRICA ROMÁNTICA	SIEMPRE BOLERO	PURO FEELING	MANZANERO A TRAVÉS DE SU MÚSICA
21:00					
22:00	ESTUDIO DE ROBERTO JORDÁN	INOLVIDABLES DE LA BOHEMIA			
23:00					
6:00					
8:00					

X E B 1220 KHz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
8:00	ANTENA RADIO	ANTENA RADIO	8:00
10:00			8:30
13:00	MÚSICA	MÚSICA	14:00
14:00	DESCIFREMOS EL MUNDO CON EXCELSIOR		
14:30	ANTENA RADIO	ANTENA RADIO	14:30
20:30	MÚSICA		
21:00	FANTASÍAS EN CARRUSEL	MÚSICA	6:00
8:00	MÚSICA		

NOTA: EN TODO EL DÍA SE TRANSMITIERÓN UN TOTAL DE 31 CÁPSULAS DE "CARAVANA DEPORTIVA" CON UNA DURACIÓN DE CINCO MINUTOS CADA MEDIA HORA.

Radio Acir XEL 1260 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:00	SECRETO Y VERDAD				
5:30	MÚSICA				
6:00	INFORMATIVO PANORAMA				
10:00	¡ANDE USTEDI!				
12:00	INFORMATIVO PANORAMA				
14:00	LOS PROTAGONISTAS EN VIVO				
15:30	EN VOZ ALTA				
16:00	¡EL ARRIMÓN!	ENCUENTRO CON TU GRANDEZA	EL MUNDO DE LA PUBLICIDAD	ENCUENTRO CON TU GRANDEZA	¡EL ARRIMÓN!
17:00	EL MUNDO DE ESTEBAN MAYO				
17:30	LOS VECINOS				
17:45	A PLENO SOL				
18:00	INFORMATIVO PANORAMA				
20:00	CONTIENDA DEPORTIVA				
21:00	SERENATA ACIR				
22:00	EL CLUB DEL VAC				
1:00	DESVELÓN GRUPERO				
4:00					
5:00					

Radio Acir XEL 1260 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
4:00	MÉXICO DESPIERTA		4:00
5:30	CHARLAS Y COMENTARIOS		5:30
7:30	ALEX DEY		7:30
8:00	ACIR RADIO NOTICIAS		8:00
9:00	ACIR RADIO NOTICIAS		9:00
11:00	LOS VECINOS	FRENTE A USTED	10:00
12:30	¡ANDE USTED!	LA LUZ DEL NATURISMO	11:45
13:30	EL MÁS GRANDE	FUTBOL SOCCER	14:00
14:00	PISTA, CAMPO Y ALGO MÁS	REFLEXIONES EN FAMILIA	14:15
15:00	ACIR RADIO NOTICIAS	PROGRAMACIÓN MUSICAL	18:00
16:00	KICK OFF	A TODO FUTBOL	19:00
16:45	ACUPUNTURA	FIESTA BRAVA	20:00
19:00	FUTBOL SOCCER	ACIR RADIO NOTICIAS	21:00
20:00	A TODO FUTBOL	BUENAS NOCHES BEISBOL	22:00
21:00	ACIR RADIO NOTICIAS	LA HORA NACIONAL	23:00
22:00	EL REFLEJO	DESVELÓN GRUPERO	5:00
0:00	REVISTA ESPECTACULAR		
4:00	DESVELÓN GRUPERO		

Radio Trece XEDA 1290 Khz.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:00	SU PALABRA				
6:00	AL MOMENTO				
11:00	PALABRAS MAYORES				
12:00	TU SEXO SENTIDO				
13:00	DEPORTES AL MOMENTO				
14:00	AL MOMENTO				
15:00	SIGUIENDO LA PISTA				
16:00	EL POTENCIAL HUMANO				
17:00	ATRÉVETE				
18:00	AL MOMENTO				
20:00	AL MOMENTO				
21:00	BOLITA POR FAVOR	VIDA PLENA	LA FUERZA DE LA EXCELENCIA	LOGROS	
22:00	LO QUE EL VIENTO NO SE LLEVÓ				
23:00	TRIÁLOGOS				
1:00	EL POTENCIAL HUMANO				
5:00	MÚSICA				

Radio Trece XEDA 1290 Khz.			
HORA	SÁBADO	DOMINGO	HORA
5:00	SU PALABRA	SU PALABRA	5:00
6:00	AL MOMENTO	ENERGÍA JOVEN	7:00
9:00	INQUIETUDES	SONIDO 13	8:00
11:00	PALABRAS MAYORES	MAGAZINE JUVENIL	10:00
12:00	CÓNDORES 94	PALABRA JOVEN	13:00
12:30	DESDE LA YARDA 13	EL TÚNEL	14:00
13:00	PALABRA UNIVERSAL	HUMORES Y RUMORES	15:00
16:00	ROCK AND ROLLEANDO	LA AFICIÓN POR EL DEPORTE	16:00
17:00	CULTURA DEPORTIVA	UNA CITA CON ELVIS	18:00
18:00	UNA CITA CON ELVIS	NEW JAZZ	19:00
19:00	DENTRO	ATRÉVETE	20:00
22:00	EL GIRO DEL TIEMPO	LA HORA NACIONAL	22:00
1:00	LA LUCHA SE HACE	CÁPSULA IFE	23:00
4:00	LAS TRECE GRANDES DE RADIO 13	MÚSICA	23:15
		ENIGMAS DE MEDIANOCHE	23:30
		A LA UNA, A LAS DOS, A LAS TRES	1:00
		LAS TRECE GRANDES DE RADIO 13	4:00
			5:00

En la radio del Distrito Federal encontramos un sistema de operación mixto, o sea, estaciones comerciales, permisionadas y de reserva federal, en donde la balanza se inclina desproporcionadamente del lado de las estaciones concesionadas o comerciales y, sin duda, ésta es una de las razones del por qué el 70.86 % de la programación corresponde al formato musical y el 29.13 % a las producciones habladas.

El cuadrante capitalino puede explicarse de la siguiente manera: una oferta que consta de 58 estaciones, de las cuales 42 (25 de FM y 17 de AM) tienen perfil musical y sólo 16 (todas en AM) presentan programación hablada. Si bien es cierto que en muchos de los programas musicales se incluye la palabra hablada, también lo es que muchos de los espacios que en los programas de este estudio se calificaron como musicales, son horas enteras en las que no se escucha un solo comentario, es decir, se convierte la radio en una auténtica sinfonola, en este sentido lo lamentable no es que se le dé preferencia a la música, sino que haya varias estaciones con un mismo perfil. Por ejemplo, dentro del concepto de música grupera-tropical, podemos ubicar a Radio 660, La Comadre, Sinfonola, La Tremenda, Radio AI, Radio Onda, Radio Consentida, Sonido Z, La K Buena y Radio Uno. O sea que nada más en estas 10 estaciones se fue ya un 17 por ciento del total.

Respecto a las estaciones que fueron monitoreadas para el presente estudio, tenemos que: los espacios musicales abarcan grandes periodos de tiempo, sobre todo en la medianoche y la madrugada.

En lo que se refiere a la programación hablada, cada una de las estaciones cuenta por lo menos con tres emisiones noticiosas diarias (radioperiódicos, noticiarios o cápsulas informativas), el resto de la programación la complementan producciones de entretenimiento en su mayoría misceláneos, consultorios o mesas redondas en donde se habla de moda, belleza, sexualidad, chismes del mundo del espectáculo, superación personal y deportes, estos últimos se abordan especialmente los fines de semana.

Resulta conveniente señalar que son pocos los programas que logran adentrarse al análisis de las situaciones o que ofrecen soluciones reales a las problemáticas y necesidades de la sociedad. También son escasos aquellos en los que se perciba un arduo trabajo de producción a todos los niveles: voces, música, contenidos, entre otras cosas. Las excepciones las encontramos en algunos programas de Radio Educación, Frecuencia Libre, Radio Red y Radio Trece.

Después de lo que hemos dicho hasta aquí, resulta clara la incongruencia que existe entre las funciones que por su naturaleza se le confieren a la radio y el uso que tiene en la práctica.

Los que escriben acerca de su funcionamiento, como Wright y Lozoya mencionados en el primer capítulo, establecen como sus principales funciones las de informar, educar, entretener y, nosotros agregamos la de prestar un servicio social, pero las expectativas económicas que los empresarios vieron en la radio, los hizo cambiar el orden: entretener, informar y educar, quedándose casi por completo con las dos primeras. Este uso comparado con lo que establece la Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 5° (ver págs. 18 y 19) hace mayor la incongruencia.

Si quitáramos de la radio todos los espacios musicales, los programas noticiosos y los de entretenimiento, las producciones destinadas al servicio social serían pocas. Como lo

hemos podido apreciar, este tipo de emisiones son casi inexistentes, de hecho el servicio social se presta dentro de programas que no tienen ese perfil necesariamente, tal es el caso de los noticiarios o algún misceláneo.

No estamos en contra de los programas de entretenimiento ni de los que están considerados como serios, pero sí estamos en contra de que lo serio sea entendido como aquello que es aburrido y de que el entretenimiento sea concebido como lo vacío o lo banal. Creemos que debe existir entretenimiento en la radio, pero no el que es utilizado para mitigar la tensión social, sino el entretenimiento que recrea y cultiva al individuo, el que lo hace ver más allá y lo impulsa a moverse y a hacer algo por su comunidad. Más aún, los comunicadores radiofónicos debemos convencernos de que es posible entretener y prestar un servicio social al mismo tiempo, es decir, podemos realizar algo en pro de la sociedad y provocar beneficios para la empresa en la que laboramos.

3. GÉNEROS Y FORMATOS EN RADIO

"Los géneros no corresponden a delimitaciones temáticas, sino a determinadas formas de tratamiento, estilo, modelos de emisión de los temas..."

Miguel de Moragas Spa

"Si hablamos del formato de un programa es qué estructura se le está dando a ese programa (...) si hablamos del formato de una emisora es el perfil musical que tiene y la forma como están estructurados sus programas".

Victor Ramírez Centeno

3.1 CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Las concepciones que existen sobre género y formato en radio, varían total o parcialmente de una persona a otra, de ahí que difícilmente se logre establecer un prototipo más o menos global de los géneros y los formatos radiofónicos, suele ocurrir en materias pertenecientes a las Ciencias Sociales, pero aquí este hecho se vuelve especialmente intrincado desde el estudio etimológico de ambas palabras.

El género, por un lado, es un término que tiene muchas acepciones llegando incluso, en determinado momento, a significar *forma*. Por el contrario, el formato se manifiesta como un galicismo del cual, en nuestro país, existen pocos puntos de referencia bibliográfica. A esto hay que añadir las opiniones que críticos, docentes y especialistas de la radio tienen al respecto, por lo cual asentamos las tendencias que se perciben en torno al tema:

- 1.-En el primer grupo apuntamos los investigadores que sólo tienen en cuenta a uno de los dos vocablos, como si el otro no existiera.
- 2.-En segundo lugar, encontramos a todos aquellos que estiman a ambos términos por igual, manejándolos, por ende, indistintamente.
- 3.-Finalmente a aquellos que dilucidan cada expresión por separado, ya que por su morfología son consideradas con naturaleza y función distintas.⁵⁸

Respecto al Género

Conviene empezar con una minuciosa revisión a algunas definiciones que la Real Academia ha escrito acerca de género:

GÉNERO (del lat. *genus, generis*)m. Conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes. 2. Modo o manera de hacer una cosa (...). 3. Clase a que pertenecen personas o cosas (...). 6. En literatura y bellas artes, variedades que se distinguen en las creaciones respectivas según al fin a que obedecen, la índole del asunto, el modo de tratarlo, etc; así como en atención a caracteres especiales configurados por la tradición literaria o artística.⁵⁹

⁵⁸ Como ejemplo, en el primer caso podemos ubicar a Mario Kaplún, en el segundo a Cristina Romo y, en el último, a la escuela que han dejado investigadores de la UAM Xochimilco.

⁵⁹ En *Diccionario de la lengua española*, pág. 729.

Al indagar aún más en la naturaleza de esta palabra, llaman la atención los 53 diferentes significados que el Diccionario Latino-español Blánquez⁶⁰ presenta al referirse a *genus*, *generis* y sus variantes *genere* y *genera*. De los que resultan más funcionales en este estudio, destacan:

- Familia del mismo nombre.
- De una gran familia.
- Raza, especie, género, clase, categoría.
- Se llama género a lo que abarca ciertas partes.
- Especie, naturaleza, modo, manera, forma.
- Modo o forma de hablar.
- Naturaleza, condición, carácter.

De esta manera es posible que el enfoque genérico que se aplique a cualquiera de los géneros periodísticos y literarios sea distinto, v. gr., veamos la columna⁶¹ (género periodístico):

En cuanto a su estructura		En cuanto a su tipología	
Columna	nombre fijo lugar fijo periodicidad autoría presentación uniforme estilo característico temas habituales	Columna	informativa de comentario crítica o reseña

Observemos ahora dos visiones igualmente genéricas de la novela (género literario):

Novela ⁶²	amplia extensión redacción en prosa intervención de otros géneros consta de acción y personajes	Novela ⁶³	de aventuras histórica de costumbres de carácter psicológica de tesis didáctica fantástica
----------------------	--	----------------------	---

En el primer caso de cada ejemplo, el género, *cuando abarca ciertas partes*, "...supone el establecimiento de los rasgos constructivos que lo constituyen..."⁶⁴ y que lo distinguen de los demás, mientras que en el segundo, estaríamos hablando de una *clasificación tipológica* que puede obtenerse de todos y cada uno de los géneros. En consecuencia conviene subrayar que la función del género es englobar, agrupar, aunque también lo sería el distinguir.

⁶⁰ Tomo I A-J, págs. 756 y 757.

⁶¹ Vicente Leflero y Carlos Marín en *Manual de Periodismo*, págs. 257-286.

⁶² En *Diccionario Literario Universal*, pág. 689.

⁶³ Juan Rey en *Preceptiva Literaria*, págs. 162-165.

⁶⁴ Francisco Abad en *Géneros Literarios*, pág. 22.

Del mismo modo en los medios electrónicos de comunicación, particularmente en la radio lo genérico puede determinarse de diferentes maneras. El problema que comúnmente ha existido, es que no se ha precisado con exactitud la naturaleza de cada una de esta clasificaciones, dando como resultado verdaderas mezcolanzas⁶⁵ de géneros y que, por tanto, continúe la confusión.

En el medio radiofónico, el género acoge varias de sus acepciones, se concibe principalmente como *las clases o tipos* de emisión posibles de obtener desde tres diferentes puntos de vista:

- 1.-Tipos de programas en función de un fin específico hacia la sociedad.⁶⁶
- 2.-Tipos de programas de acuerdo a las características propias de un público.
- 3.-Tipos de emisiones conforme a la estructuración de las mismas.

En el primer caso, el género entendido como función es una idea retomada de algunos literatos⁶⁷ y, desde esta visión, a éste le correspondería la agrupación de los formatos. "El formato es donde vaciamos una concepción genérica" advierte Teodoro Villegas.⁶⁸ Por lo que los unos serían inherentes a los otros (ver cuadro 5).

CUADRO 5. PRINCIPALES GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS

Informativo o Noticioso	reportaje		
	entrevista		revista
	editorial		música
	comentario	De entretenimiento	de concurso
	crónica		radionovela
	noticiero		radioteatro
	revista		crónica deportiva
		revista	
		reportaje	
	Educativo	sketch	
		radiocuento	
		radioteatro	
	mesa redonda		radionovela
	charla		radiocuento
De servicio	cápsulas	Dramatizados	radioteatro
	radio-consultorios		sketch
	reportes		revista

Fuente: Elaborado, de acuerdo a lo que existe *de facto* en el cuadrante radiofónico del D.F., con la ayuda de Olga Durón, locutora y productora de Radio Educación, en entrevista personal realizada el 2 de mayo de 1995.

A este esquema se le pueden agregar varios géneros y subgéneros como lo son: cultural, político, humorístico, histórico, fiscal, didáctico, psicológico, ecológico, médico, deportivo, cómico, promocional, legal, entre otros.

⁶⁵ Por ejemplo Marco Julio Linares nos menciona como géneros radiofónicos al drama, infantil y miscelánea, entre otros. En *El guión. Elementos-formatos-estructuras*, págs. 41-45.

⁶⁶ Después de entrevistar a Teodoro Villegas y a Enrique Velasco Ugalde, nos dimos cuenta que éste es el modelo imperante en la UAM Xochimilco.

⁶⁷ Como Alfonso Reyes y José Ortega y Gasset. Raúl H. Castagnino en *El análisis Literario. Introducción metodológica a una estilística integral*, pág. 66.

⁶⁸ Teodoro Villegas profesor de la UAM Xochimilco, en entrevista personal realizada el 10 de abril de 1995.

Este cuadro es un ejemplo claro de lo que es una clasificación genérica; sin embargo no hay que soslayar que pensando desde un enfoque de lo que pudiera o debiera ser,⁶⁹ los géneros tenderían a la desaparición, por ejemplo: si a un programa de concursos le damos un toque más científico y emocionante, probablemente además de apuntarlo dentro del género de entretenimiento, lo ubicaríamos también dentro de todos los demás. Igual sucedería con la radionovela, el sketch, el radio-reportaje, etc. Entonces la cuestión es cuál sería el género.

Por otra parte, en el segundo caso, los tipos de programas por las características propias de un público resultan a partir de corroborar que varias de nuestras fuentes coinciden en señalar la existencia del género infantil, mas se reincide en agruparlo junto con géneros provenientes de los otros dos tipos de programas que hemos anotado. En este caso, bien podrían manejarse como géneros al juvenil, senil, familiar, para la mujer, para estudiantes, para choferes, para empresarios, para adultos, para el consumidor, para homosexuales e inclusive, como mercadotécnicamente se hace, para determinada clase o nivel social.⁷⁰

Por último, al hablar de emisiones acordes a una estructura, los géneros radiofónicos pueden describirse en dos vertientes:

- a) cuando el análisis se realiza a partir del tiempo de transmisión por día, como lo hacen algunos autores en el caso de la televisión,⁷¹ los géneros son los que forman a la programación total del día y
- b) cuando la unidad de estudio es un programa, a mancha como se hace en la prensa escrita, los géneros son los que arman a un periódico o revista.

Aquí el género también asume su concepto de *modo o forma de hablar*, que se expresa a través de los géneros del discurso.⁷² Para su mejor comprensión estos géneros están constituidos por los géneros periodísticos y literarios,⁷³ los géneros periodísticos son siete: noticia o nota informativa, entrevista y reportaje (del periodismo informativo); artículo y editorial (del periodismo opinativo); y crónica y columna (que son híbridos).⁷⁴ Por lo que respecta a los géneros

⁶⁹ Víctor Ramírez Centeno, profesor de la ENEP Aragón y productor en Radio Red, dice que las funciones de la radio debieran ser todas (informar, entretener, educar, etc.), pero no de manera aleatoria en cada programa, sino aprovechando la magia que tiene la radio al combinar todas en un solo programa. En entrevista personal realizada el 5 de junio de 1995.

⁷⁰ En sus estudios, la CIRT utiliza los niveles A, B, C y D. Refiriéndose los dos primeros al nivel socioeconómico alto; el tercero al nivel medio; y, el último, al nivel bajo.

⁷¹ Son géneros televisivos los telediarios, spots, videoclips, reportajes, musicales, retransmisiones deportivas, debates, talk-shows y documentales. En *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, dirigido por Ángel Benito, pág. 621.

⁷² Géneros del discurso porque provienen precisamente de alguna forma de hablar, concibiendo enciclopedicamente a ésta como la manera de darse a entender, ya sea por medio de la palabra o por otro medio distinto a ésta.

⁷³ M.M. Bajtin escribe que los géneros del discurso se dividen en primarios y secundarios. Dentro de los primarios encontramos ciertos tipos de diálogo oral: diálogos de salón, íntimos, de círculo, cotidianos y familiares, sociopolíticos, filosóficos, etc. Por lo que respecta a los secundarios menciona a los periodísticos, literarios y científicos. En *Estética de la creación verbal*, pág. 254.

⁷⁴ Leñero y Marín, op. cit., pág. 39.

literarios, mencionaremos a la novela, el cuento, el teatro, el ensayo y la poesía.⁷⁵ Aunque igualmente podría añadirse a los géneros del discurso una tercera división que llevan a cabo algunos autores especialmente Enrique de Aguinaga,⁷⁶ al enunciar los géneros periodísticos extraliterarios: las fotografías, las caricaturas, las amenidades, las poesías festivas, los chistes y cómics, etc.

En este contexto, con la ayuda de Josefina Vilar en "El sonido de la radio"⁷⁷ adecuamos nuestra propia definición de género del discurso: *son las diferencias formales de estilo, extensión y tono que sirven para conocer o dar a conocer un asunto subjetivamente relevante de una persona, época o sociedad*. De donde se desprende que las diferencias formales corresponderían a los rasgos distintivo-constructivos expuestos en los ejemplos de columna y novela (pág. 68); el conocer o dar a conocer dependería del uso que se le dé al género, por ejemplo, en el departamento de recursos humanos de una empresa se utiliza la entrevista para conocer si una persona reúne las aptitudes necesarias para cubrir un puesto; en los medios de comunicación, un periodista básicamente recurre a la entrevista para dar a conocer aspectos de la vida personal y opiniones de una o más personas. Por último, como su nombre lo indica, lo subjetivamente relevante se refiere al grado de afectación que un suceso ha tenido sobre un individuo, institución o sociedad, así, por ejemplo, es de suponer que el asesinato de una familia entera en Shenzhen, China, sería hasta cierto punto intrascendente para los habitantes de la delegación Tláhuac, D.F., de cualquier forma, allá en su país, una persona podrá presentar los hechos mediante una simple nota, un reportaje, una novela, etc., dependiendo de diversos factores (la importancia de la familia en aquel lugar, la relación entre dicha persona y la familia, la fecha y la forma en que sucedió el acontecimiento, entre otros).

En esta tipología, el género sólo aludiría a la forma como se programan los distintos elementos en los espacios radiofónicos. Lo anterior se representa de la siguiente manera:

⁷⁵ Existen indeterminable número de clasificaciones de estos géneros. En este sentido se escogió la que resulta más funcional para este estudio, que es la que hace el grupo IMER según Beatriz Aguilar Tagle y Héctor Gama Lira en *Radio, manual de operación y producción*, págs. 23 y 24.

⁷⁶ Cit. pos. José Luis Martínez de Souza en *Diccionario de información, comunicación y periodismo*, págs. 220 y 221.

⁷⁷ Capítulo 2, págs. 53-87.

CUADRO 6. LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS

QUE COMPONEN LA TRANSMISION TOTAL DEL DIA	QUE COMPONEN A UN PROGRAMA
La miscelánea, la revista radiofónica, el radio-reportaje, la cápsula informativa, el noticiero, el radioperiódico, la radionovela, el radiocuento, el radioteatro, el radio-consultorio, el programa de concurso, la emisión de evento deportivo y el programa musical.	La entrevista, la noticia, el reportaje, la encuesta, la crónica, el editorial, el comentario, la charla, la mesa redonda, la tertulia, el epigrama, el cartón hablado, el sketch, el reporte, la reflexión, la declaración testimonial, la reseña y la música.

Respecto al formato

En comparación al género, ya se planteó que la palabra formato tiene pocas referencias bibliográficas en nuestro país pues, aunque casi toda buena enciclopedia incluye el término en sus ediciones, siempre se le relaciona al tamaño de un impreso, sin contemplar la acepción que ésta tiene en los medios electrónicos de comunicación.

Al profundizar en su raíz, vemos que es una voz italiana, del latín *formatūs*, *formare*.⁷⁸ En el Diccionario Latino-español Blánquez se lee la raíz latina *formātus*,⁷⁹ que es el participio de pretérito de *formo*, el cual en castellano significa: dar forma, formar, conformar, representar. Por su parte, Javier L. Collazo da a conocer una serie de definiciones de lo que es formato en donde sobresale la siguiente:

"Es la distribución predeterminada de la información en un formulario, una página, un mensaje, un archivo o una cinta magnética".⁸⁰

Con esto se pone en tela de juicio el hecho de que algunos autores consideren que el formato se refiera exclusivamente al guión, como M. Cebrián Herreros, quien lo califica como la "Estructura del guión, Presentación formal del mismo".⁸¹ En donde 'presentación formal' se muestra como una idea con poca claridad. Si se entiende a ésta como la emisión de un programa de acuerdo a ese guión, entonces la interpretación se hace factible, y si no, analicemos esta otra concepción de formato:

"En radio, organización de los elementos de un programa, según un guión previsto".⁸²

La cuestión entonces es cuáles son los formatos. Podemos establecer que los formatos, de alguna manera, son los tipos de emisiones acordes a una estructura (que componen a la transmisión total), citados en el cuadro 6. O sea... los géneros. Pero aquí no acaba la cosa; si partimos de que el formato son las "... calidades de estilo o modo de

⁷⁸ En *Diccionario Léxico Hispano tomo primero*, pág. 674.

⁷⁹ Op. cit., pág. 728.

⁸⁰ En *Diccionario Enciclopédico de términos técnicos*, volumen 1, pág. 448.

⁸¹ En *Diccionario de radio y televisión*, pág. 165.

⁸² Antonio López de Zuazo en *Diccionario del periodismo*, pág. 91.

expresar las ideas"⁸³ entonces los formatos serían los géneros del discurso. Es decir, lo que Mario Kaplún propone como formatos⁸⁴ se acerca mucho a lo que en nuestro estudio se desglosa como géneros (ver cuadro 6).

Dejando a un lado las suspicacias, el hecho es que género y formato, en algún momento, acaso el mencionado, significan lo mismo. Enrique Velasco Ugalde sostiene que el formato es "...la estructura de un lenguaje con un propósito determinado"⁸⁵ y aquí es justamente donde encajan los dos tipos de emisiones conforme a una estructura.

Argumentos casi finales

Podemos deducir que al hablar de géneros y formatos en la radio, muchas veces se estará haciendo énfasis a una misma cosa y, otras tantas, a términos netamente distintos, esto sucede porque posiblemente, de los medios masivos de comunicación, la radio sea la que tiene mayor influencia de todos los demás.

El propósito de este análisis no es de ningún modo refutar las investigaciones existentes de este tema, ni mucho menos, a manera de alquimista, establecer parámetros literalmente definitorios para el estudio y la producción de la radio; el objetivo es mostrar la diversidad de estudios y opiniones en que se ha venido desarrollando este tópico, pero por encima de todo, localizar el lugar de la revista radiofónica en el ámbito teórico-práctico de la producción.

Si bien todas estas taxonomías se complementan y enriquecen unas a otras, lo expuesto en los cuadros cinco y seis, pudiera ser de mayor utilidad para los fines que correspondan a una jefatura de programación, acaso la tipología de programas de acuerdo a las características propias de un público serviría más en el departamento de ventas de una radiodifusora, tal vez el trabajo del productor obtendría mejores resultados, si por principio de cuentas parte de lo propuesto en los cuadros seis y siete; lo cierto es que para la producción de una revista radiofónica es recomendable -sino imprescindible- realizarla teniendo como punto de partida al séptimo esquema.

En este sentido hemos visto que la revista, por pertenecer a los tipos de emisión conforme a una estructura, puede ser género o formato. Podríamos denominarla género configurado o formato. La nombraremos formato entendiendo a éste como *la organización o distribución de un programa o espacio radiofónicos*. Asimismo los elementos que participan en la conformación de la revista radiofónica, al igual que en los medios impresos, son los géneros del discurso, los que también pueden ser denominados géneros o formatos; géneros configuradores o formatos. A fin de diferenciarlos de nuestra previa definición de formato, simplemente los llamaremos géneros.

⁸³ En *Enciclopedia del idioma. Diccionario histórico y moderno de la lengua española*, pág. 2037.

⁸⁴ Mario Kaplún en *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, pág. 135.

⁸⁵ Profesor de la UAM Xochimilco, en entrevista personal realizada el 26 de mayo de 1995.

CUADRO 7. GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS

GÉNEROS		FORMATOS
Entrevista	Informativo	La miscelánea
Noticia		Revista radiofónica
Reportaje		Radio-reportaje
Encuesta		Agenda
Crónica		Cápsula informativa
Editorial		Noticiero
Comentario		Radioperiódico
Artículo		Radionovela
Charla		Radiocuento
Mesa redonda		Radioteatro
Tertulia		Radio-consultorio
Epigrama		De concurso
Cartón hablado		Emisión de evento deportivo
Sketch		
Declaración testimonial		Musical
Cuento	Música tropical, salsa, ranchera	
Reseña	Música balada o en español moderna	
Poema	Música en inglés antigua o moderna	
Reporte	Música de catálogo en español	
Reflexión	Música folklórica latinoamericana	

Ciertamente se conocen conceptos como formato entrevista, formato musical, formato radionovela, etc., si partimos de concebir al formato como la distribución de un programa, la entrevista no podría serlo, pues en la actualidad no se conoce un solo programa que sea exclusivamente una entrevista de principio a fin, hoy en día la entrevista se alterna con reseñas, declaraciones testimoniales, entre otros, y a esto, como posteriormente veremos, se le conoce como radio-reportaje.⁸⁶ A propósito del radio-reportaje, éste junto con el radioteatro, la radionovela y el radiocuento a pesar de provenir de los géneros, por su amplia extensión, al adaptarlos al lenguaje radiofónico funcionarían como géneros o formatos, es decir, podrían ser una parte de esa distribución o inclusive el programa entero dadas las características que lo constituyan.

Una vez delimitado el lugar de la revista radiofónica y de los elementos que componen su fisonomía, se puede hacer una primera gran distinción entre géneros y formatos radiofónicos desde el punto de vista de su aparición histórica. Los primeros formatos nacen mucho antes que la radiodifusión, incluso nos atreveríamos a decir que se dan previo a la radio como tal. A decir verdad, la aparición de la radio se estaba consumando por dos diferentes vías: por un lado la invención del fonógrafo (1878) a cargo de Thomas Alva Edison, perfilándose básicamente como un aparato emisor de música y,

⁸⁶ Según Mario Kaplún, op. cit., págs. 146-151.

por el otro, los experimentos que físicos de Europa (Maxwell, Hertz hasta llegar a Marconi) hacían con la radiofonía constituyéndola como un transmisor de información en altamar (ver capítulo 1). Así, sin pensarlo, se forjaban los primeros formatos radiofónicos: el informativo y el musical.

Por lo concerniente a los géneros radiofónicos, seguramente que en los albores de la década de los 20's, se utilizaba ya la nota informativa y acaso alguno perteneciente a los opinativos, pero con la desaparición de *la era del recorte y la tijera*⁸⁷ comenzarían su verdadero desarrollo allá por los años 40.

⁸⁷ Los locutores de radio se limitaban a recortar y leer los servicios telegráficos de las agencias informativas, éstas, atemorizadas por la competencia de las emisoras, deciden interrumpir la venta de sus informativos, obligando a las grandes cadenas a dos cosas: a organizar sus propios servicios y personal para la adquisición de noticias y a buscar nuevas formas de tratamiento de la noticia para una real competencia. José Luis Martínez Albertos en *Curso general de redacción periodística*, pág. 438.

3.2 LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS

De acuerdo a lo que hemos analizando, *los géneros radiofónicos son todos aquellos modelos de expresión hablada que, desde la aparición de los géneros del discurso en la radio, se han venido desarrollando en las radioemisiones. Son, asimismo las diferencias formales de estilo, extensión y tono que sirven para dar tratamiento a un asunto o tema y así configurar un programa radiofónico.* De esta manera presentamos a continuación los géneros radiofónicos y sus definiciones:

NOTICIA O NOTA INFORMATIVA: Es la información sintética y escueta de un hecho de interés colectivo, expuesta generalmente en menos de un minuto, sin mayores detalles y comentarios.

ENTREVISTA: Se llama así al diálogo basado en preguntas y respuestas que se realiza entre un conductor o periodista (o varios de ellos) y un entrevistado (o varios entrevistados). A través de ella se recogen noticias, opiniones, comentarios, que se supone interesan al oyente. La entrevista es principalmente utilizada en radioperiódicos, radio-reportajes y revistas radiofónicas.

ENCUESTA: Se ha dicho que la encuesta es una entrevista sin profundidad, espontaneidad y escenario. Lo cierto es que, en radio, la encuesta es un cuestionamiento sencillo -generalmente una pregunta- con opciones claras, tales que los oyentes puedan contestarlas con facilidad. Su importancia, más que en los resultados obtenidos, radica en el interés que provoca la polémica entablada. Es usual encontrarla en programas musicales, el clásico "¿por cuál votas?", aunque también es un recurso utilizado en muchos programas informativos.

REPORTAJE: Por ser un género extenso que abarca algunos otros, puede llegar a funcionar como formato radiofónico (ver radio-reportaje). Como recurso, no tendrá una duración mayor a los 15 minutos y será bastante funcional en radioperiódicos y revistas radiofónicas.

EPIGRAMA: Es una breve y sencilla composición que expresa un pensamiento agudo e ingenioso, con frecuencia satírico. En su brevedad suele tener dos partes: una de exposición, y otra, en que de modo imprevisto se saca la consecuencia.⁸⁸

⁸⁸ Juan Rey, op. cit., págs. 121 y 122.

CARTÓN HABLADO: "Es una forma de interpretación mediante la cual se hacen resaltar -con exageración y humor- rasgos físicos, caracteres psicológicos o psicosociales de una persona, acontecimiento, institución o situación concretos".⁸⁹ En el cartón hablado los recursos radiofónicos (convenciones musicales, sonidos, efectos, etc.) jugarán un papel similar al que tienen el color y las formas en la caricatura en prensa, logrando motivar la imaginación de los radioescuchas.

ARTÍCULO Y COMENTARIO: Ambos tienen la similitud de que son ideas y opiniones hechas a título personal de quien los dice. Sin embargo, el artículo es una exposición mucho más formal que el comentario, pues en su parte argumentativa conserva cierto grado de objetividad producto de una investigación. Se hace casi siempre acerca de hechos más o menos recientes. Por su parte, el comentario es una declaración generalmente espontánea sobre hechos relativamente trascendentes.

EDITORIAL: Es el género mediante el cual una estación o grupo radiofónico da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual. Su función es analizar y enjuiciar, de acuerdo con su trascendencia, los sucesos más importantes del momento.

CHARLA: Aunque usualmente es diálogo también puede presentarse como monólogo; en general es breve y aborda trivialidades o temas pocos trascendentes. Es común encontrarla en programas misceláneos.

MESA REDONDA Y TERTULIA⁹⁰: Ambos géneros constan de características similares:

- Son paneles, esto quiere decir que se basan en la participación de dos o más invitados quienes son especialistas y/o conocedores de la cuestión que se trata.
- Dichos invitados comentan y analizan temas novedosos, actuales, polémicos, delicados, complejos, etc.
- El público receptor al igual puede participar con preguntas y comentarios vía telefónica.⁹¹

No se alcanzan a precisar con exactitud las diferencias entre mesa redonda y tertulia quizá la primera está más cerca de prestar un servicio social a través del análisis, los cuestionamientos y la búsqueda de soluciones; mientras que la segunda, por su naturaleza, busca la recreación que viene a raíz del liberar la ignorancia.

⁸⁹ Raúl Rivadeneira en *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la Ciencia de la Comunicación*, pág. 249.

⁹⁰ Ambos géneros nos remiten a los que hace referencia M. M. Bajtín. (ver la nota número 73 de este capítulo).

⁹¹ El teléfono abierto es un recurso técnico que puede ser utilizado dentro de cualquier género o formato radiofónicos.

CRÓNICA: Es una narración hablada de hechos, en el orden que fueron o van desarrollándose. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Se emplea principalmente como recurso complementario a la noticia.

SKETCH O PARODIA: Breve escenificación radiofónica, generalmente cómica y planeada, aunque algunas veces improvisada, que interpreta un reducido número de actores. En general, su finalidad es el entretenimiento, aunque del mismo modo se llega a utilizar con claros fines didácticos.

RESEÑA: También llamada semblanza, es una narración sucinta que funge casi siempre como elemento introductorio en el programa, examinando hechos trascendentes como la vida y obra de personajes célebres; inventos y descubrimientos importantes; síntomas, formas de prevención y contagio de enfermedades incurables, etcétera.

POEMA: Es una pieza literaria de cierta extensión escrita en verso o en prosa poética. En la historia de la radio sí han habido programas dedicados a la poesía, aunque generalmente se le emplea para alcanzar mayor consolidación de un mensaje (ver reflexión).

DECLARACIÓN TESTIMONIAL: Como su nombre lo indica, es una exposición que se hace en primera persona acerca de acontecimientos que han afectado la vida de ésta, como pueden ser la escasez de agua que vive su colonia; sus impresiones tras un asesinato, incendio, temblor, etc.; su punto de vista al presenciar la sucesión presidencial, la inauguración de un evento como el mundial de fútbol entre otros.

REPORTE: Es la información relevante y sumaria que se caracteriza por ser emitida de manera simultánea a los radiorreceptores y a la estación o, retransmitida inmediatamente que llega a ésta. Los reportes, como resultado de la masificación, se hacen a cualquier hora -de preferencia en las mañanas- y prácticamente dentro de cualquier formato -preferentemente los noticiosos-. Los comúnmente requeridos son el del tráfico, el del clima y el de la contaminación.

REFLEXIÓN: La reflexión puede ser un juicio, consejo o advertencia personales y/o apoyados por algún texto como podrían ser poemas, refranes, máximas, pensamientos, etc. Es común encontrarla al principio o al final de un programa. En el primer caso intentaría dar un inicio impactante a la emisión; en el segundo, a manera de remate, vendría a redondear al programa.

CUENTO: Proveniente de los géneros dramáticos, el cuento como recurso es muy útil para conseguir la óptima comprensión de un mensaje, así lo ha expresado Kaplún al afirmar que es más fácil mantener la atención del oyente con un radiodrama que por cualquier otra vía. Como género, el cuento podría crear tono y

armonía, es decir personalidad propia en un programa que no la tiene como lo es la miscelánea (ver radiocuento pág. 83).

Finalmente cabe decir que Miguel de Moragas Spa⁹² es uno de los autores que afirma que los géneros radiofónicos se parecen mucho a los periodísticos, dando como ejemplo a la entrevista, el reportaje, la crónica entre otros. Además agrega haber descubierto los siguientes géneros radiofónicos: el monólogo radiofónico, el diálogo radiofónico y el diálogo con los oyentes, aportación que se aviene a los géneros radiofónicos del cuadrante de la ciudad de México, veamos:

Monólogo radiofónico: noticia, crónica, editorial, comentario, artículo, epigrama, cartón hablado, reseña, reflexión, reporte, poema.

Diálogo radiofónico: entrevista, reportaje, encuesta, comentario, charla, mesa redonda, tertulia, sketch, declaración testimonial, cuento.

Diálogo con los oyentes: reportaje, encuesta, comentario, declaración testimonial.

⁹² En *Semlótica y comunicación de masas*, págs. 257-259.

3.3 LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS

En tanto que estilo, extensión y tono son palabras que guardan relación estrecha a los géneros radiofónicos, el *formato radiofónico se define mejor en términos de aspecto, presentación y diseño*. Con este punto de partida se crea la coyuntura para decir que *el formato radiofónico es el nombre viable de calificar a:*

- A) *El esquema general (su perfil de contenido) que domina en una estación de radio.*
- B) *Cualquier tipo de distribución predeterminada (la configuración) en un espacio, emisión y/o guión radiofónicos.*
- C) *Las producciones dramáticas de larga duración en radio.*⁹³

Como se ha dicho, los formatos radiofónicos primarios son el informativo y el musical. Al informativo lo integra la programación hablada en general⁹⁴ la cual puede ser expresada a través de cada uno de los tipos de emisión conforme a una estructura señalados en la primera parte de este capítulo. Analicemos en qué consiste cada uno de ellos:

LA MISCELÁNEA: En un programa de radio, lo misceláneo se puede presentar ya sea en la diversidad temática, en la variedad en el manejo de distintos géneros y formatos radiofónicos o en una constante combinación de ambas. Por lo que al hablar de un programa misceláneo nos referiremos a cuatro diferentes cosas:

- Programa de charlas y comentarios con la presencia de uno o dos conductores los cuales deberán poseer una amplia experiencia frente al micrófono, lo que les permitirá ir improvisando de un momento a otro. Los temas serán muy variados, pero de preferencia notas sobre belleza, moda, recetas de cocina, horóscopos, espectáculos, etc.
- Programa de variedades en donde comentarios, entrevistas y música se van alternando sin constituir una estructura definida.

⁹³ Definiciones que intentan abarcar las concepciones existentes del formato radiofónico, porejemplo, hablar de estaciones con formato informativo o musical; espacios musicales con formato 1, 2, 3, hasta 5 en línea; emisiones con formato misceláneo, radionovela, etc.; el formato locutor-música-anuncios-locutor. Cit. pos. Arturo Trejo Villafuerte en su artículo "Los nuevos tiempos de Radio Centro" en *El Nacional* el 12 de junio de 1995, pág. 38; o inclusive como afirma Saúl Salgado, profesor de la ENEP Aragón, que también se utilizan los formatos por división del tiempo efectivamente dedicado a los elementos que intervienen en un espacio. "El formato de media hora dividido en 19/11, 19 minutos destinados al mensaje y 11 al comercial". En entrevista personal realizada el 23 de junio de 1995.

⁹⁴ Lo informativo en sentido estricto es un breve relato de un hecho actual y de interés general, presentado en orden de interés decreciente. En sentido amplio, cualquier exposición de hechos e ideas a través de un medio de comunicación de masas. M. Cebrán Herreros, op. cit., pág. 189.

- Programas que constantemente cambian su formato presentado, por ejemplo, en una emisión un radio-reportaje, en otra una miscelánea y en una tercera hasta un radiocuento.
- Por su conformación polifacética la revista radiofónica, el radio-reportaje y el radioperiódico son también de naturaleza miscelánea. Sin embargo a diferencia de los programas descritos en los tres puntos anteriores, éstos sí tienen una estructura bien definida lo que amerita darles un trato por separado.

LA REVISTA RADIOFÓNICA O RADIO-REVISTA: De manera preliminar, de acuerdo a Mario Kaplún, diremos que "Así como el radioperiódico es el equivalente en radio del periódico escrito, la radio-revista es el equivalente a la revista ilustrada de actualidad. Alterna diferentes temas del momento -aunque sin ceñirse, como el radioperiódico, a las noticias del día- y utiliza en sus secciones diversos formatos: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios, breves diálogos a veces también consultorios. Y generalmente intercala dos o tres piezas musicales, con el fin de amenizar aún más el conjunto (se procura que esas piezas musicales tengan relación con alguno de los temas tratados ese día; por ejemplo, a una nota sobre Brasil la precederá o sucederá una danza o canción del folklore brasileño). Un conductor -o una pareja de conductores- lleva el programa y enlaza las distintas secciones".⁹⁵

EL RADIO-REPORTAJE: Es una presentación relativamente completa de un tema de interés colectivo. Suele durar media o una hora en la que intentará ampliar la visión que el público tiene sobre la temática abordada. Las entrevistas son el principal alimento de este formato, pero también se insertan reseñas, declaraciones testimoniales y frecuentemente mesas redondas. Un rasgo peculiar del radio-reportaje es que el programa se puede realizar a partir de cualquiera de los cuatro tipos de sonido que se plantean en "El sonido de la radio",⁹⁶ inclusive combinando dos o más.

LA CÁPSULA INFORMATIVA: Se le llama así al resumen de los últimos y más importantes acontecimientos nacionales y mundiales, expuesto mediante una serie de notas informativas y con una duración no mayor a los diez minutos. Actualmente es participe en la mayoría de las estaciones y su aparición se contempla generalmente cada hora.

EL NOTICARIO: Es un programa de una o dos horas que se limita a dar un conjunto o sucesión de hechos recientes por medio de noticias, entrevistas, reportajes y comentarios. Como portador de la noticia, ha ido perdiendo terreno frente a las cápsulas informativas y el radioperiódico, de hecho las estaciones lo

⁹⁵ Mario Kaplún, op. cit., pág. 144.

⁹⁶ Los 4 tipos de sonido se refieren al lugar donde pueden llevarse a cabo las emisiones de la radio y son:

1) En cabina en vivo, 2) En cabina grabado, 3) En campo (fuera de cabina) en vivo y 4) En campo grabado, pág. 37.

utilizan, ya sea por sus bajos recursos que les impiden programar un radioperiódico, porque lo programan a la hora en que la gente no escucha radio -y menos si se trata de noticias- o porque a los creativos de la radio no se les ha ocurrido que la información deportiva podría ofrecerse via algún otro formato, ya que es común escuchar, los domingos por la tarde en gran parte de las estaciones, noticieros deportivos.

EL RADIOPERIÓDICO: Conocido también como diario hablado, contiene y desarrolla en diferentes secciones (noticias nacionales, noticias internacionales, política, financiera, deportes, espectáculos, entre otras) la realidad actual. Brinda cada uno de estos temas a través de notas, crónicas, entrevistas, encuestas, declaraciones testimoniales, tertulias, teniendo incluso, su comentario editorial. Dentro de la emisión constantemente se ofrecen los reportes del tráfico, el clima y la contaminación, constituyéndolo como una verdadera opción de servicio público. El radioperiódico supone un equipo de periodistas especializados, cada uno a cargo de una sección determinada. Se transmite generalmente de lunes a viernes por las mañanas, con una duración de tres a cinco horas por programa.

LA AGENDA: Se constituye como un programa de corta duración -hasta 15 minutos- dividido en secciones o fungiendo como una de éstas dentro de otro formato. Su característica especial es que su desarrollo se lleva a cabo exclusivamente a través de notas informativas y comentarios.

LA RADIONOVELA: Es la clásica novela de muchos capítulos o episodios, con una trama continuada. Tiene anécdotas en cada programa y cuenta también con un clímax, por la necesidad de buscar el suspenso dramático. Por su naturaleza serial es conveniente utilizar un resumen al principio de cada capítulo.

EL RADIOTEATRO: Éste en cada capítulo presenta una trama independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores, a lo sumo, si alguna historia es muy extensa, se le presenta excepcionalmente en dos o tres capítulos.⁹⁷

EL RADIOCUENTO: La acción comienza y termina en una sola emisión, por lo que se considera unitario. Por su riqueza de imágenes, el radiocuento normalmente se narra y complementa con los recursos propios de la radio como la música, los efectos, las voces, etcétera.

EL RADIO-CONSULTORIO: Es un programa realizado con base en consultas de los oyentes, quienes las formulan por carta o por teléfono. Su principal ventaja reside en que los temas reflejan intereses reales y concretos de la audiencia. Su

⁹⁷ Mario Kaplún, op. cit., pág. 153.

limitación desde el punto de vista educativo es que, por su misma estructura, se ve obligado a dar nociones iconexas, parciales y fragmentarias.⁹⁸

DE CONCURSO: Se caracteriza por transmitirse en vivo y por involucrar al público mediante preguntas y respuestas a manera de competencia. Aunque en los últimos tiempos ha retomado elementos de la miscelánea de variedades en donde, como en la televisión, se invita a un(os) personaje(s) público(s) quien(es) previo a una entrevista puede(n) participar activamente en los concursos. En realidad es un formato al que poco se recurre debido a la falta de fórmulas creativas para evitar que se caiga en la monotonía. Se han implementado ideas como dedicar un tema diferente en cada emisión, pero al parecer no ha sido suficiente.

EMISIÓN DE EVENTO DEPORTIVO: Son los programas dedicados a los partidos de fútbol, tenis, beisbol, pudiendo hablar incluso de las corridas de toros, entre otros. La crónica y el comentario vendrían a ser la materia prima en estos programas que generalmente se transmiten los fines de semana en horarios que varían.

Finalmente sólo resta analizar y dar respuesta a la siguiente cuestión: ¿Quedan fijos los géneros y formatos? Evidentemente la respuesta es negativa. La reflexión sobre ambos todavía no termina hoy, pues resultan en cada periodo redefinibles a partir de su interrelación del sistema que constituyen.

La anterior premisa se reafirma al contemplar el desempeño que han tenido los géneros, desde tiempos inmemoriales, en la prensa escrita, aun cuando fue hasta este siglo que se les concibe como tal, en comparación con el estudio y desarrollo de los géneros y formatos en la radio. El planteamiento es claro aquellos muestran una definición que quizás sólo con el tiempo se logre dar en éstos.

Además y para mala fortuna hay que decir que el empleo de los géneros y formatos radiofónicos, en muchos casos y situaciones concretos, es inexistente, pues ni siquiera se utiliza guión so pretexto de la "capacidad" de improvisación de los locutores. En este sentido es por demás conveniente que exista dicha capacidad en los locutores, pero lo que no debe olvidarse es que la radio es un acto creativo como muy pocos que, por su eminente compromiso con la sociedad se debe realizar concienzudamente.

Alain Derbez, locutor y productor en Radio Educación, destaca que "...todo es radiofónico mientras no se demuestre lo contrario",⁹⁹ si bien en la radio caben todos los actos del habla (preguntar, convencer, mentir, imprecisar, etc.) entendemos que con esto, no se refiere a la exposición de un sin fin de mensajes en un discurso prosaico, sino a la posibilidad de proyección vía acústica que tiene prácticamente cualquier temática y que es asequible a través de los géneros y formatos radiofónicos. Mario Kaplún, al referirse a los formatos, afirma acertadamente que son relativos ya que, no siempre se dan ni deben darse químicamente puros pues ello resultaría limitante para el medio radiofónico,¹⁰⁰ sin

⁹⁸ *Ibidem*, pág. 140.

⁹⁹ Cit. pos. Enrique Velasco, loc. cit.

¹⁰⁰ Mario Kaplún, op. cit., pág. 159.

embargo, lo anterior no significa que no tenga razón de ser la existencia de los géneros y los formatos ya que ambos son (y deben ser) puntos de partida del productor que se inicia, del profesor que enseña a hacer radio, del estudioso que busca indagar... lo demás es el resultado de mucha experiencia haciendo radio.

De esta manera, insistimos en la importancia que tiene el proceso de producción en los programas de radio y el papel fundamental que dentro de dicho proceso juegan los géneros y formatos radiofónicos, los cuales "...no tienen que ser vistos como recetas de cocina", sugiere Enrique Velasco y, al respecto agrega que "...hay que analizar la práctica decadente, cuál es la práctica imperante y, en función de estas dos y su relación con la sociedad, determinar una práctica emergente",¹⁰¹ misma dentro de la cual, indiscutiblemente habría que considerar la competencia que existe entre los medios masivos de comunicación y la influencia que tienen unos sobre otros, especialmente la del medio dominante.

Seguramente tarde o temprano se dará la aparición de los géneros y formatos más disímbolos¹⁰², pues es algo que demanda la radio, quizá podamos hablar que dentro de los géneros ya propiamente establecidos destaquen la réplica, la proposición civil (puntos de vista y soluciones a los problemas de una comunidad), la convocatoria (para concursos de creación radiofónica, literaria, musical, etc.), los debates (públicos o desde la emisora entre civiles y/o gente con especialidad en la cuestión en turno), la petición-canalización (para la obtención de un bien o servicio) y, dentro de los formatos se podría pensar, por ejemplo, en un espacio con el formato libre (en donde el público pudiera desarrollar sus más altos grados de expresión a través de la realización total de un programa) o el control remoto (el regreso al teatro-estudio, transmisiones desde lugares específicos como una escuela, un parque, una plaza pública, una esquina, etcétera, quizá constituyéndose esto como el foro popular), en fin géneros y formatos en los que la interactividad jugará un papel de vital importancia.

¹⁰¹ Enrique Velasco, loc. cit.

¹⁰² Pedro Sempere dice que cada ciclo histórico está dominado por un medio principal y que la temperatura de éste decide la temperatura del ambiente. Cit. pos. Martínez Albertos, op. cit., pág. 444. A nuestro modo de ver desde hace tiempo la televisión (de transmisión aérea) ha ocupado este lugar influyendo considerablemente en los otros medios como, por ejemplo, en la prensa escrita en la que, en la actualidad, no es raro encontrar diarios que, a la manera de la televisión, incluyan una serie de pantallas en las que se desglosan situaciones concretas. Sin embargo la permanencia de la televisión en ese lugar, se ve amenazada por la llegada de la televisión por cable, conocida también como televisión interactiva (mediante ésta se tendrá acceso a bancos de datos, a los sistemas de comunicación personal -conocidos como PCS-, a las telecompras, teletextos, videoconferencias, etc.) y, a partir de ello se irán dando también modificaciones en los géneros y formatos radiofónicos.

4. HACIA UNA CONCEPCIÓN DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

"El formato de revista radiofónica es el más completo. La estructura no es rígida (...) es muy flexible y prácticamente cabe todo".

Marco Antonio Vázquez

"La revista debería ser un calidoscopio (...) que la gente encuentre un atractivo motivacional, que pueda identificarse con las expresiones culturales..."

Emilio Ebergényi

CONSIDERACIONES PREVIAS SOBRE LA REVISTA RADIOFÓNICA

Retomando el concepto de revista radiofónica establecido por Mario Kaplún, en el que señala "Así como el radioperiódico es el equivalente en radio del periódico escrito, la radio-revista es el equivalente a la revista ilustrada de actualidad. Alterna diferentes temas del momento -aunque sin ceñirse, como el radioperiódico, a las noticias del día- y utiliza en sus secciones diversos formatos: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios, breves diálogos a veces también consultorios. Y generalmente intercala dos o tres piezas musicales, con el fin de amenizar aún más el conjunto (se procura que esas piezas musicales tengan relación con alguno de los temas tratados ese día; por ejemplo, a una nota sobre Brasil la precederá o sucederá una danza o canción del folklore brasileño). Un conductor -o una pareja de conductores- lleva el programa y enlaza las distintas secciones".

Diremos que si bien es cierto que la revista radiofónica es el equivalente de la revista escrita y alterna diversos temas de actualidad dentro de sus secciones, también es cierto que no sólo utiliza a los formatos, sino que también requiere de los géneros radiofónicos, los cuales de acuerdo al capítulo anterior son: la crónica, la entrevista, el reportaje, la encuesta, la declaración testimonial, entre otros, o sea, lo que Kaplún toma como formatos. Para dejar en claro lo que es la revista radiofónica, a continuación trataremos de conceptualizarla enunciando sus principales características y sus diferencias frente a los otros programas misceláneos.

4.1 CARACTERÍSTICAS

Para comprender y conceptualizar a la revista radiofónica, es necesario precisar que sus antecedentes se encuentran en la revista impresa, misma que aparece como extensión del libro, constituyéndose como algo propio del hombre del siglo XX, quien acostumbrado a la hiperactividad y los horarios de trabajo, no tiene tiempo suficiente de leer un libro. Es entonces que recurre a las revistas. Y aunque ésta pudiera ser la concepción más pragmática, en sus orígenes tal era el objetivo: considerarlas como instrumento rápido de adquirir información. Dentro del medio radiofónico, la revista no podría tener a ese mismo objetivo como el primordial, pues para ello están las cápsulas informativas.

Es así que la revista impresa y la revista radiofónica son en esencia entes distintos. Diferencia que se remarca porque el tiempo y el espacio de cada una conserva características propias; podemos mencionar, la mayor formalidad del lenguaje escrito frente al hablado, el alto grado de fugacidad a que nos expone este último; el hecho, de que mientras, en una lo visual (colores y formas) juega un papel muy importante, en la otra lo lleve a cabo lo auditivo (sonidos y efectos).

No obstante, ambas también tienen similitudes como la variedad de secciones, el uso de diversos géneros del discurso, el tratamiento de temas o acontecimientos relevantes de la actualidad o del pasado, entre otras. Establecido lo anterior, a continuación mencionaremos las características de la revista radiofónica, es decir, los rasgos que definen su personalidad, los cuales, para su mejor comprensión, hemos dividido en generales y particulares.

Las características generales son los elementos básicos en la elaboración de todo programa radiofónico y que nos dan una primera delimitación de lo que será éste; es menester determinarlos previo a la realización del programa, independientemente si se trata de una revista o no. Veamos cómo se describen en el campo de la revista:

- *El perfil del contenido.* La revista radiofónica puede abarcar diversas temáticas: política, deportes, espectáculos, etc.; o varios asuntos de una sola, por ejemplo: en política podemos hablar de la situación del gobierno en Tabasco, de la labor de la actual regencia en comparación a otras pasadas, del futuro de la Federación Mexicana de Fútbol, etc.
- *La periodicidad y duración.* A diferencia de la revista impresa, la revista radiofónica debe aparecer diario (todos los días, de lunes a sábado o de lunes a viernes), cada tercer día (lunes, miércoles y viernes o martes, jueves y sábados),

bisemanal (lunes y jueves o martes y viernes) o semanalmente¹⁰³ y con una duración que puede variar desde treinta minutos hasta seis horas.

- *La audiencia.* Una revista radiofónica presenta la opción de realizarse pensando en un público meta específico o en varios dentro del mismo programa. En el primer caso podríamos ubicar a una revista informativa de deportes de una hora. Con respecto al segundo, un *programa-bus* de cinco horas representa un buen ejemplo (ver tipos de revista, apartado 4.2).

Las características particulares son los componentes (distintivo-constructivos) que habría que considerar para calificar a una emisión de radio como revista y no como otro formato, es decir, los rasgos que la diferencian de los demás formatos radiofónicos:

- *El uso de diversos géneros y formatos radiofónicos.* Los géneros más utilizados en las revistas radiofónicas son las notas, los comentarios, las entrevistas y los reportajes; aunque también existen algunas emisiones en donde se da cabida a los sketches, las reseñas, las tertulias, los editoriales y los cuentos. Respecto a los formatos, encontramos que los que se emplean ordinariamente son las cápsulas y la música, así como la agenda y el radio-consultorio.

- *La integración de varias secciones en una estructura bien definida y con un hilo conductor.*¹⁰⁴ Una sección es una delimitación temática que puede incluir uno o varios géneros y/o formatos radiofónicos y con una duración que podrá oscilar entre algunos minutos hasta varias horas. Hay secciones con nombre específico, el cual seguramente tendrá algún vínculo con el contenido de la sección, aunque también las hay sin nombre determinado. A las primeras, generalmente se les encontrará emisión tras emisión, mientras que las segundas eventualmente volverán a aparecer. En ambos casos es común que se utilice una cortinilla que fungirá como introito y epílogo de la sección, aunque las secciones con nombre específico utilizarán casi siempre una propia que ejerza el efecto de leit-motiv.

Generalmente la conducción está a cargo de una o dos personas que nos irán guiando de una sección a otra sin perder la amenidad. Aunque no sería raro encontrar programas en donde cada sección se le encomiende a un titular específico (o más) buscando mayor variedad.¹⁰⁵

¹⁰³ Así lo recomienda Mario Kaplún al referirse a la frecuencia de aparición de los programas, en donde agrega que programas de periodicidad más espaciada (quincenales o mensuales) no son aconsejables pues no se les recuerda. En *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, pág. 276.

¹⁰⁴ Olga Durón explica que el hilo conductor es aquello que redondea a un programa, lo que lo hace volver al principio y que todo programa debe tener. Se entendería, asimismo, como lo que le da fluidez y unidad, es decir, aquello que relacionarla (el punto en común) a todo lo que se dice o presenta en una emisión radiofónica. En entrevista personal realizada el 2 de mayo de 1995.

¹⁰⁵ Un ejemplo de la repartición de las secciones entre los conductores lo constituye el programa *La banda del 1060*. Este programa tiene cuatro conductores, llamémosles A, B, C y D, en donde A y B son mujeres mientras que C y D son hombres. Una posible combinación de éstos, suponiéndose que el programa constara de siete secciones, podría representarse de la siguiente manera:

Primera sección a cargo de A y C, segunda sección a cargo de C y D, tercera sección a cargo de A o B, cuarta sección a cargo de A, B, C y D, quinta sección a cargo de C o D, sexta sección a cargo de A y B, por último la séptima sección a cargo de B y D.

- *Intemporal en su temática.* Uno de los rasgos que distinguen al radioperiódico de la revista radiofónica es que en ésta los tópicos pueden ser acerca de hechos actuales, retrospectivos y hasta del futuro indistintamente, mientras que en el radioperiódico se abordan acontecimientos diarios.

La revista radiofónica frente a los otros programas misceláneos

Como se ha dicho, la miscelánea, el radioperiódico, el radio-reportaje y la revista radiofónica constituyen los programas misceláneos de arraigo. Sin embargo, aunque en alguno se perciban características de los otros, seguirá manteniendo las propias que lo harán inconfundible a los demás.

Así, vemos que aun cuando la miscelánea y la revista radiofónica tienen en el revisar a su mismo fin, la miscelánea es un programa carente de estructura propia, sin secciones, en donde la charla y el comentario son los únicos medios de los que se valen los conductores para emitir sus mensajes.

Por otra parte, el radio-reportaje y la revista radiofónica son programas con una estructura y temática definidas, que son viables de realizarse mediante grabaciones en frío y/o en caliente¹⁰⁶ desde cualesquiera de los cuatro tipos de sonidos (ver radio-reportaje en capítulo 3). Sin embargo, el radio-reportaje es monotemático -equivalente al documental de los medios audiovisuales-, "enclavado en el género informativo",¹⁰⁷ mientras que, generalmente, con la revista no sucede lo anterior; su diferencia también la darían la periodicidad y duración pues, en general el radio-reportaje es una emisión de una o media hora¹⁰⁸ transmitida una vez a la semana y debido a esto el empleo de diversos géneros es, hasta cierto punto, limitado y el seccionar se torna prácticamente inusual.

El radioperiódico es quizá el formato más parecido a la revista radiofónica (específicamente al programa-bus). Ambos son programas de gran duración en donde los géneros y formatos radiofónicos van conjuntando las diferentes secciones. No obstante, como condición elemental la información que se transmite en un radioperiódico debe ser exclusiva y meramente actual,¹⁰⁹ por lo que su grabación se realiza, de principio a fin, en caliente; pero no todo queda ahí, en los radioperiódicos, seguramente para no quedarse atrás

¹⁰⁶ Grabación en frío es aquella donde primero se graban voces y efectos y posteriormente se hace su montaje. Grabación en caliente es en la que los elementos se van integrando al tiempo de la transmisión. *El sonido de la radio*, págs. 185 y 186.

¹⁰⁷ Jorge Meléndez, profesor de la FCPyS y locutor de la XEB y Radio Educación. En entrevista personal realizada el 28 de julio de 1995.

¹⁰⁸ Una primera definición de revista radiofónica *grassa modo* sería: dos radio-reportajes.

¹⁰⁹ En la actualidad se llegan a escuchar radioperiódicos con cierta tendencia a revista radiofónica, pues se incluyen en estas secciones de espectáculos y hasta cómicas; sin embargo la información que se maneja en estas secciones también es en relación a hechos recientes.

de la competencia, se ha venido exigiendo que la titularidad del programa esté a cargo de una o dos personas que reúnan todas las características de un líder de opinión (amplia credibilidad, experiencia en los medios, etc.). Esto en una revista radiofónica no tiene importancia ya que aquí lo relevante es lo que se dice y cómo se dice. Se recomiendan de dos a cinco locutores (según su duración) que tengan un reconocimiento y trayectoria similar. Voces de mujeres y hombres que contrasten y logren el impacto deseado.

En conclusión la revista radiofónica es un formato, ya que es un espacio radiofónico que se distribuye en secciones (algunas de ellas con nombres y tiempos específicos), mismas que se conforman con los diferentes géneros radiofónicos como la crónica, la entrevista, el reportaje, entre otros, y también por algunos formatos como pueden ser la cápsula informativa o la agenda.

Al igual que la revista escrita, la revista radiofónica presenta diversas temáticas en cada emisión y su perfil variará de acuerdo al público al que vaya dirigido, su duración podrá ser de treinta minutos hasta seis horas. Este tipo de programas de larga duración requiere de mucho trabajo de investigación y de preproducción. Asimismo, exige de los conductores una constante preparación sobre temas de actualidad, especialmente en aquellos que se tratan en cada emisión, lo que permitirá que el programa sea más ágil. A esto hay que agregarle el uso del lenguaje radiofónico y, por supuesto, de la música.

4.2 TIPOS DE REVISTA

Aun cuando la presencia de revistas radiofónicas se ha incrementado considerablemente en la radio, el porcentaje que ocupan éstas dentro de la totalidad de la programación en las estaciones sigue siendo todavía muy bajo, sobre todo si el tiempo que se dedica a éstas se compara con el tiempo destinado a programas musicales o noticiarios; de ahí que en un afán de clasificar a la revista radiofónica, las taxonomías existentes de la revista impresa presten mínima utilidad pues la realidad nos muestra que la existencia de toda clase de revistas impresas se traduce en una amplia posibilidad clasificatoria, fenómeno que no se da aún con la revista radiofónica. De cualquier forma consideramos que es posible llevar a cabo la clasificación de la revista radiofónica desde dos distintos enfoques: su contenido y su división seccional.

EL CONTENIDO

Se puede resumir en tres cosas: la temática, la música y los efectos. Se determina a través de la frecuencia de aparición de cada uno de estos elementos (si es que la hay), así como la forma en que se da a conocer la temática (uso de géneros y formatos) por separado y, en conjunto con la música y los efectos. En la radio encontramos siete tipos de revista a partir de su contenido:

LA NOTICIOSA: Los acontecimientos de actualidad son la materia prima de este tipo de revista sin menospreciar -por supuesto- asuntos al margen de dicha actualidad. Si se transmite diario, su duración será mucho menor que la del radioperiódico por lo que no pretenderá la exhaustividad noticiosa como éste. Si se transmite una vez a la semana podrá o no ser de larga duración, aunque en cualquier caso se observa que su dinámica consiste en el análisis de dos o tres noticias (las de mayor importancia) del día o de la semana; por eso podemos decir que, mientras en un noticiario la noticia se vehicula fundamentalmente a través de notas informativas, en ésta se hace básicamente, vía comentarios.

LA INFORMATIVA: La información "...es la difusión de acontecimientos ignorados por el público, o de aspectos desconocidos de un hecho ya sabido"¹¹⁰ apuntan Leñero y Marín. Esta revista se caracteriza precisamente por el amplio manejo de información pensemos, por ejemplo, en el programa que constantemente presenta los últimos avances y descubrimientos de la ciencia y tecnología en el que nos introduce a las últimas novedades sobre la moda y la belleza o, en aquel que en un recorrido nos lleva a conocer y sentir momentos increíbles de personajes y situaciones que las biografías desconocen. Por esta riqueza temática tiene y necesita una estructura mucho más flexible que la noticiosa, hecho que también generalmente la constituye como una revista mucho más didáctica que la de entretenimiento.

LA DE ENTRETENIMIENTO: El entretenimiento en el sentido estricto de la palabra, debiera ser parte inherente de todos los programas que se emiten en la radio, sin excepción, aunque desafortunadamente en la práctica no ocurre así. Y para muestra basta un botón, encendamos el radio y confirmaremos que en general las estaciones que, basadas en sus amplios recursos, tienen la posibilidad de alcanzar un mayor grado de entretenimiento, quizá lo consiguen, pero se olvidan del aspecto de fondo lo cual se traduce en un sin fin de programas vacíos de contenido y análisis. De esta forma, la revista de entretenimiento se ha caracterizado porque su contenido incluye aspectos predominantemente frívolos, de entretenimiento ligero como lo son los espectáculos, la moda, la belleza, la salud, los pasatiempos, entre otros.

LA MUSICAL: Sin perder de vista las características de la revista radiofónica, el ingrediente principal de esta revista será precisamente la música. No sería raro encontrar programas en donde la música se alterne con comentarios, entrevistas, reseñas, por mencionar algunos géneros y que se haga alusión a la historia de un género musical en específico, a la trayectoria de un cantante o grupo en particular, a la música de un determinado lugar o región, en fin, a todo aquello que pueda expresarse a través de este arte.

LA CULTURAL: Existen programas que combinan elementos de los tres tipos de revistas radiofónicas anteriores (información, entretenimiento y música) de manera equilibrada, ya sea en una sola emisión o en varias de ellas. A este tipo de programas les llamaremos revistas culturales.

LA ESPECIALIZADA: Las revistas especializadas, señalan Earl English y Clarence Hach,¹¹¹ son las que están enfocadas a una minoría distintiva. Podemos agregar, que tienen una temática específica que no es del interés del grueso de la población (por ejemplo, revistas dedicadas a médicos, a economistas, a publicistas, etc). Si bien actualmente no es muy común la producción de esta clase de revistas; en el futuro se prevé que se incremente la cantidad de éstas. La venta de nuevas concesiones y el

¹¹⁰ En *Manual de periodismo*, pág. 28.

¹¹¹ En *Periodismo Académico*, capítulo 26 "comprensión de revistas", pág. 338.

otorgamiento de permisos así como el ir descubriendo que "...la programación hablada también vende"¹¹² contribuirán a que así sea. Quizá se constituiría como el formato gaceta radiofónica.

LA ANTOLOGÍA: Existen estaciones que cuentan con una amplia riqueza y variedad de programación hablada la cual también puede ser aprovechada en la creación de una revista radiofónica. ¿Cómo? Tan sólo tomemos lo mejor de la semana o del día de cada uno de los programas de la estación: el reportaje de este programa, la entrevista de aquel otro, la mesa redonda de un tercero, el radio-consultorio de un cuarto, el sketch de un quinto y así sucesivamente. Para obtener un mejor resultado necesariamente tendría que ser semanal -pensemos en un programa de larga duración a transmitirse los domingos en las primeras horas de la noche- aunque no se descarta que el experimento funcione en una revista diaria de una o dos horas de duración que sea el programa de cierre del día o de la transmisión.

De la misma forma podría efectuarse una muy interesante antología radiofónica basándose en lo mejor de las diferentes revistas impresas, inclusive (conociendo la amplia variedad genérica de éstas) conservando un perfil; por ejemplo, se tendría material de sobra si se hiciera un programa de un corte educativo-juvenil.

LA DIVISIÓN SECCIONAL

Es la manera como se distribuyen y/o agrupan las secciones que componen la revista, a partir de ella se distinguen dos tipos el programa-bus y la clásica.

EL PROGRAMA-BUS: Martínez Albertos afirma que un programa-bus "...se caracteriza por no tener un público permanente desde el principio hasta el final, sino un auditorio movedido que se incorpora o deja el programa de acuerdo con su ritmo, ocupaciones e interés".¹¹³ Equivaldría a una revista impresa para toda la familia en la cual se pretende que cada sección -con un nombre identificable- sea dirigida a diferente público meta y que dicha sección sea transmitida siempre a la misma hora. Debido a todo esto el programa-bus se constituye necesariamente como de larga duración (de 4 a 6 horas por programa).

LA CLÁSICA: Le llamamos así sencillamente porque son las revistas que mayoritariamente se producen. Su formato es mucho más flexible que el del programa-bus, por lo que puede o no ser de larga duración, aunque generalmente no lo es (de media hora a dos horas por programa). Dentro de esta modalidad encontramos dos subtipos:

A) *Con secciones de nombre definido:* En este tipo de revista al igual que en el programa-bus, las secciones cuentan con un nombre determinado, pero a

¹¹² Marco Antonio Vázquez, productor de "Palabra Universal", en entrevista personal realizada el 8 de noviembre de 1994.

¹¹³ En *Curso general de redacción periodística*, pág. 459.

diferencia de éste aquí las secciones no son tan largas ni es importante que se transmitan a la hora de costumbre.

B) *Con secciones sin nombre definido*: Aunque no se les otorgue un nombre específico a las secciones, es claro que se puede reconocer la existencia de éstas. La pauta entre una y otra la da el conductor del programa (o uno de ellos) a través de una muy breve introducción que incluirá la presentación de la cuestión o el asunto, esto generalmente, como ya se dijo, precederá a una cortina musical.

Lo ideal es que en una revista clásica se intercalen ambos tipos de secciones, ya que otorgan personalidad propia al programa y mantienen un ambiente de dinamismo. Las primeras son el punto de identificación de una emisión a otra, que determinan que el público fiel continúe siéndolo, mientras que las segundas, son el elemento sorpresa -o gancho- que impide al radioescucha saber lo que sigue dentro del programa. Finalmente, cabe decir que estas secciones se pueden combinar con recuadros.¹¹⁴

¹¹⁴ Consecuencia de la variedad innata de la revista, el recuadro se manifiesta como una información concisa que se inserta en un espacio mayor a él, al que ya hemos estudiado y conocemos como sección. Éste consta con límites perfectamente distinguibles a la totalidad de la sección. Su función más que como apoyo a la temática que se aborda (como se da en la revista impresa) consiste en fomentar la variedad, esto es evitar a toda costa la monotonía. Sirve asimismo como un descanso o entremés, tal es el caso de la música que también puede cumplir este papel.

No hay que confundir un recuadro con una sección por muy pequeña que sea ésta. La sección da comienzo y en algún momento de ésta puede introducirse un recuadro, al terminar éste continuará la sección que estaba previo a él.

4.3 EXPERIENCIAS DE REVISTA RADIOFÓNICA EN EL CUADRANTE CAPITALINO

Durante el monitoreo realizado en el último bimestre de 1994, para identificar las revistas radiofónicas de trece estaciones del Distrito Federal, nos encontramos con programas exhibidos como revistas, pero que en realidad no lo eran, con el caso contrario, programas que aunque no se presentaban como tal, sí constituían revistas radiofónicas y, con programas que se hacían llamar revistas y efectivamente la estructura de éstos cumplía con las características de una revista radiofónica.

Encauzados a estos dos últimos casos, en las páginas siguientes se ofrece una reseña de cada una de las revistas radiofónicas, a fin de que los ejemplos nos den una idea más clara de lo que son y podrían ser éstas. Como podremos darnos cuenta, habrá algunas constantes como el que casi todas son revistas clásicas, que la mayoría se fundamenta en el entretenimiento y que muchas utilizan la entrevista y el comentario como principales medios para transmitir sus mensajes.

INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

Nombre: *Magazine deportivo*
Estación: *Radio Sportiva XEN 690 AM*
Periodicidad: *De lunes a viernes de 7:00 a 8:00 hrs.*
Producción: *José Luis Peregrina*
Operación técnica: *César López*
Conducción: *Armando Baraldi, Jorge Pinzón, Víctor Osorio y Guillermo Alegrete*
Tipo de revista: *Clásica noticiosa*
Secciones: *"Portada", "Resumen informativo", "La pregunta del día",
"Bloque informativo", etcétera.*

La temática principal de este programa es el deporte. Dentro de cada sección, los conductores comentan las notas más importantes del día y se hacen referencias históricas sobre del deporte por medio de reseñas y cápsulas informativas.

Nombre: *Frecuencia Informativa Revista Nocturna*
Estación: *XEX 730 AM*
Periodicidad: *Lunes a jueves de 22:00 a 24:00 hrs. viernes de 22:00 a 23:00 hrs.*
Producción: *Alida Montoya*
Operación técnica: *Jorge López*
Conducción: *Rafael Vieyra Matuk, Guadalupe Flores, Javier Sahagún y Mauricio Zavala*
Tipo de revista: *Clásica noticiosa*
Secciones: *Varían según el día, algunas de ellas tienen nombre específico como "Comunicación con el mundo", "Frecuencia libre internacional", "Frecuencia libre deportiva" y "Cine".*

A pesar de que su corte es noticioso, únicamente se hace un recuento de los hechos más sobresalientes ocurridos durante el día y se comenta sobre ellos invitando al público a reflexionar, sobre todo con información al margen de la actualidad.

Los temas se presentan en entrevistas grabadas o en vivo, cápsulas, comentarios, reportajes; todo esto se reviste con música diferente cada programa.

Las secciones no tienen orden ni duración específica.

Nombre: *Platiquemos simplemente platiquemos*
Estación: *XEX 730 AM*
Periodicidad: *De lunes a viernes de 19:00 a 20:00 hrs. Sábado de 7:00 a 11:00 horas*
Producción: *Luis Carbajo*
Realización: *Luis Carbajo Jr. y Jorge Carbajo*
Operación técnica: *Everardo Elías o Paco Kerr*
Conducción: *Luis Carbajo*
Tipo de revista: *Clásica, informativa de entretenimiento*
Secciones: *"Efemérides", "Efemérides musicales", "Superación", "El Astrólogo", "Cartelera", "Salud", etc.*

De lunes a viernes este programa es básicamente de mesa redonda, pero el sábado su formato es de revista. Este día su división es seccional y a través de los diferentes géneros como entrevistas, reportajes, crónicas, cápsulas y mesas redondas; se dan a conocer temas sobre todo de entretenimiento, eventos culturales, la vida de actores o cantantes, astrología, etc. Y orientación sobre salud, superación personal, problemas fiscales, entre otros.

Nombre: *Llegó el momento*
Estación: *XEX 730 AM*
Periodicidad: *Viernes de 23:00 a 24:00 hrs. Sábado de 14:00 a 15:00 hrs.*
Producción: *José Javier López Soto*
Operación técnica: *Alejandro González*
Conducción: *Octavio Menduet*
Tipo de revista: *Clásica informativa*
Secciones: *"La virtud en la juventud", "La consecuencia en la secuencia y la secuencia de la consecuencia analizada la vida por un hombre de ciencia, a conciencia", Radionovela "Lo inesperado" (reportaje de los servicios de la Cruz Roja), entre otras que no tienen nombre específico.*

La característica primordial de este programa son los enlaces desde diferentes puntos de la ciudad de México o de la República Mexicana, con los reporteros y colaboradores, mismos que realizan crónicas, reseñas y comentarios sobre diversos temas y acontecimientos. También se hacen reportajes y entrevistas -en cabina o vía telefónica-

Nombre: *Expreso nocturno*
Estación: *XEX 730 AM*
Periodicidad: *Domingo de 2:00 a 6:00 a.m. hrs.*
Producción: *Martha Tinajero*
Operación técnica: *Gabriel Guzmán*
Conducción: *Rafael Vieyra Matuk y Alfonso Romero*
Tipo de revista: *Programa-bus cultural*
Secciones: *"Los caballeros del volante, los vigilantes de la noche", "Nostalgia para una sola voz", "Déjame que te cuente", "La fonoteca", "Erótica", entre otras.*

Este programa está dirigido al público noctámbulo como: taxistas, trailereros, policías y desvelados en general. La manera en como se presenta Expreso Nocturno, nos remite a un viaje imaginario, que avanza conforme se presentan las secciones, mismas que están compuestas por comentarios, declaraciones testimoniales del público y música.

Nombre: *Interacción*¹¹⁵
Estación: *Radio UNAM XEUN 860 AM*
Periodicidad: *Lunes a viernes de 8:00 a 9:30 hrs.*
Producción: *Sonia Herrera*
Operación técnica: *José de Jesús Silva*
Conducción: *Anonio Morales y Georgina Luna*
Tipo de revista: *Clásica noticiosa*
Secciones: *"Cartelera cinematográfica", "Bolsa universitaria de trabajo", "Avisos" y otras sin nombre específico.*

En la primera hora de esta revista se informa sobre los acontecimientos más relevantes del momento, tanto nacionales como internacionales. Para cubrir este espacio se auxilian de tres reporteros que tiene la estación, de cables enviados por Notimex y de los periódicos.

En la siguiente media hora se abordan los diferentes ámbitos de la vida universitaria; cada día de la semana se estructuran temas distintos con colaboraciones de las Facultades de la UNAM, así como del Instituto Nacional de Antropología e Historia, de la Universidad de Querétaro y la Secretaría de Gobernación. La información se presenta a través de notas informativas, entrevistas, reportajes, cápsulas, reseñas y comentarios.

¹¹⁵ Durante la realización del presente estudio, este programa salió del aire.

Nombre: *El mundo de la mujer actual*
Estación: *XEW 900 AM*
Periodicidad: *De lunes a viernes de 9:00 a 11:00 hrs.*
Producción: *Carmelina Rodríguez*
Operación técnica: *Leonel Vial*
Conducción: *Janet Arceo*
Tipo de revista: *Clásica informativa y de entretenimiento*
Secciones: *Cada día hay diferentes secciones entre ellas: "La sexualidad en los medios de comunicación", "Dermatología", "El regalo del bienestar", "Las dudas de ley". Los viernes hay una sección musical.*

Por su nombre pareciera que este programa está dirigido únicamente al sector femenino, pero además de dar información a la mujer en sus diversas facetas dentro de la sociedad, también se abordan temas sobre los problemas familiares, infantiles, de orientación fiscal, sobre enfermedades, la moda, espectáculos, la cocina, invitaciones para leer o asistir a eventos culturales o centros recreativos. Todo esto apoyado siempre por un especialista a través de entrevistas, cápsulas, notas informativas, radio-consultorios, comentarios; ya sea en vivo en el estudio, grabadas o controles remotos desde diferentes partes de la ciudad de México, específicamente en tiendas o sitios predispuestos por los patrocinadores.

Nombre: *Entre ustedes y nosotros*
Estación: *Radio Fórmula 970 AM*
Periodicidad: *De lunes a viernes de 0:00 a 05:00 hrs. Sábado y domingo de 23:00 a 05:00 hrs.*
Producción: *Jorge Manuel Hernández (Direc. operativa: Martha Pérez Guzmán)*
Operación técnica: *José Patricio Pérez Peña*
Conducción: *Jorge Manuel Hernández*
Tipo de revista: *Clásica, informativa musical*
Secciones: *"Todo el mundo a las 12", "Lo que me encontré por esas calles de México", "Espectáculos", "Deportes", y algunas musicales como: "Esta noche", "La hora de los recuerdos", "Joyas musicales" entre otras.*

Programa de larga duración que se divide en dos partes: la primera hora y media es de corte informativo y noticioso, el resto de la programación es musical y se intercala con reseñas y entrevistas con cantantes de antaño. También se transmiten reportes de accidentes o incidentes ocurridos durante la noche y para ello cuentan con el apoyo de socorristas de la Cruz Roja, bomberos y patrulleros.

Nombre: *Su casa y otros viajes*
Estación: *Radio Educación XEEP 1060 AM*
Periodicidad: *Lunes a viernes 9:00 a 10:00 hrs.*
Producción: *Pilar Muñoz*
Operación técnica: *Gonzalo Arteaga*
Conducción: *Emilio Ebergenyi*
Tipo de revista: *Clásica cultural*
Secciones: *"Cartelera", "Confesionario", "Todo con moderación", "Grietas en el pavimento", "Fechas vivas", "Brocado de letras", "Instantáneas de la ciudad", entre otras.*

En esta revista de corte cultural, el conductor juega un papel muy importante, ya que gracias a su experiencia y la fluidez de su expresión, logra la amenidad a lo largo del programa leyendo notas informativas y comentando sobre expresiones culturales, entrevistas, crónicas, reportajes, que se van presentando y combinando con música. Cada día de la semana se dedica a diferentes secciones y géneros, por ejemplo, los viernes hay un espacio destinado a grupos o solistas musicales que hacen sus interpretaciones en vivo entretanto, el público puede participar vía telefónica.

Nombre: *La Banda del 1060*
Estación: *Radio Educación XEEP 1060 AM*
Periodicidad: *Miércoles de 23:30 a 0:30*
Producción: *Olga Durón y Carlota Villagrán*
Operación técnica: *Fructuoso López*
Conducción: *Olga Durón, Carlota Villagrán, Armando Casas y Rafael Tonatihu*
Tipo de revista: *Clásica Informativa de entretenimiento*
Secciones: *"Baratijas y vagatelas", "Cartas a la redacción", "...y en el aire las pongo", "Cinelandia", "Loca academia de idiomas 3, con los profesores pol y glot", "Pié de página", "Dígalo con mimica", "El túnel del tiempo", "Los tres chiflados", "Sonidos del más allá", "Alta sociedad", "Paradas continuas", etcétera.*

La Banda del 1060 es una revista didáctica que utiliza el entretenimiento para informar y criticar aspectos políticos y sociales de nuestro país. En este programa la parodia (o sketch) es la parte medular, ya que a través de ella se representan situaciones o personajes importantes. Por supuesto que también se auxilian de la entrevista, las notas informativas, la crónica, etc. Cada sección está bien delimitada por sus rúbricas.

HACIA UNA CONCEPCIÓN DE REVISTA RADIOFÓNICA

Nombre: *Media noche en Babilonia*
Estación: *Radio Educación XEEP 1060 AM*
Periodicidad: *Lunes 23:00 a 01:30 hrs.*
Producción: *Tito Vasconcelos y Jorge Gómez*
Operación técnica: *Fortino Longínez y Arturo Mendoza*
Conducción: *Tito Vasconcelos*
Tipo de revista: *Clásica, informativa de entretenimiento*
Secciones: *"Coctel de media noche", "Una cita con la información", "Crónicas de la gente decente".*

Media Noche en Babilonia, es un espacio dedicado a los homosexuales, en cada sección se tratan diversos temas y aspectos relacionados a ellos: cartas, poemas, consultas sobre cómo aceptar y tratar su situación con la familia y dentro de la sociedad, contactos con otras personas, eventos de la comunidad gay, etc.

Nombre: *El fin justifica los medios*
Estación: *Radio Educación XEEP 1060 AM*
Periodicidad: *Martes de 21:30 a 22:30 hrs.*
Producción: *Graciela Ramírez*
Operación técnica: *Roberto Martínez*
Conducción: *Gabriela Granados*
Tipo de revista: *Clásica especializada*
Secciones: *"Noticias de comunicación" y otras sin nombre específico.*

Esta es una emisión especializada en los medios de comunicación. Aquí se tratan los temas más relevantes de este ámbito, desde conferencias y cursos hasta las nuevas tecnologías. Se realizan entrevistas con personajes que laboran en los medios o que tienen alguna relación con ellos, así como reportajes, crónicas y notas informativas.

INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

Nombre: *Ventana 1060*
Estación: *Radio Educación XEEP 1060 AM*
Periodicidad: *Domingo de 10:00 a 11:00 hrs.*
Producción: *Jorge Almaquio*
Operación técnica: *Culberto Garcés*
Conducción: *Héctor Figueroa, Lénica Ávila y Elsa Cruz*
Tipo de revista: *Clásica noticiosa*
Secciones: *"Deportanguis y otras sin nombre".*

Aquí se hace una revisión de los sucesos más importantes de la semana complementándose con crónicas, reportajes, comentarios y entrevistas con políticos y analistas del acontecer nacional y se abren las líneas telefónicas para que el público opine o haga preguntas al entrevistado.

Nombre: *Hasta que amanezca*
Estación: *Radio Red XERED 1110 AM*
Periodicidad: *De lunes a domingo de 01:00 a 05:45 hrs.*
Producción: *Víctor Ramírez Centeno*
Operación técnica: *Luis Antonio Alemán*
Conducción: *Héctor Madera Ferrón*
Tipo de revista: *Clásica musical*
Secciones: *"Un tema mil canciones" y otras sin nombre específico.*

El común denominador en este programa es la música y el arte. Hay un segmento para la entrevista, uno para la poesía y otro donde se combinan ambas. En la sección "Un tema mil canciones" -que es la que tiene mayor duración- se elige un tema específico y canciones que tienen relación con él, se intercalan y se hacen referencias históricas o sociales, por ejemplo, si el tema es Paraguay, se programan canciones paraguayas y se comenta sobre su orografía, política, economía, autores célebres, literatura, músicos importantes, etc.

HACIA UNA CONCEPCIÓN DE REVISTA RADIOFÓNICA

Nombre: *Revista de opinión*
Estación: *XEB 1220 AM*
Periodicidad: *Lunes a viernes 18:00 a 18:30 hrs.*
Producción: *Alexis Pola*
Operación técnica: *Héctor Reséndiz*
Conducción: *Pedro Ferriz Santacruz, Francisco Dorantes y Alfredo Ruiz del Río*
Tipo de revista: *Clásica informativa*
Secciones: *Sin nombre específico.*

Las secciones que conforman este programa están a cargo de cada uno de los locutores y cada uno da a conocer temas específicos, el doctor Alfredo Ruiz del Río habla de la nostalgia de los tiempos en que se formó la XEW, de los grandes artistas de México como Tito Guízar y Agustín Lara. El doctor Francisco Dorantes, toma la parte médica y comenta sobre cuestiones de salud y enfermedades como el cólera, el SIDA, el Ébola, entre otras, para ello también se cuenta con el apoyo de médicos especialistas. Por último, el señor Pedro Ferriz Santacruz, trata el ámbito de lo insólito como los ovnis y el universo. Aquí se hace uso de la entrevista, el comentario y las cápsulas.

Nombre: *Revista espectacular*
Estación: *Radio ACIR XEL 1260 AM*
Periodicidad: *Sábado de 22:00 a 0:00 hrs.*
Producción: *Romeo Herrera Hernández*
Operación técnica: *Domingo Salazar o José Guadalupe Cielo*
Conducción: *Wilfrido González, Carlos Zacal, Maripaz Hernández y "Chavalillo".*
Tipo de revista: *Clásica de entretenimiento*
Secciones: *Sin nombre específico sólo "El chismógrafo" y "¡Ah qué oso!*

El tema básico de esta revista es el espectáculo, y se abarcan desde chismes de la farándula, hasta entrevistas y cápsulas informativas. En la cabina se presentan cantantes o músicos que intercalan sus interpretaciones en vivo con las diferentes secciones del programa y que son dirigidas por cada uno de los locutores.

INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

Nombre: *Magazine juvenil*
Estación: *Radio Trece XEDA 1290 AM*
Periodicidad: *Domingo de 10:00 a 13:00 hrs.*
Producción: *Karina Morales y Mónica Villalba*
Operación técnica: *José Mejía*
Conducción: *Alejandro Sabag, Magali Torres y René Caballero*
Tipo de revista: *Clásica noticiosa, informativa de entretenimiento*
Secciones: *"Si tú fueras", "Danzón", "Chismóptero", "Notas y consejos sobre la cultura y las artes", "Nota roja", "Chismes de espectáculos", "Casos de la vida real", "El buzón", "Notas curiosas".*

Es una revista dirigida al sector juvenil y conducida también por gente joven. Los tópicos que aquí se tratan (entre otros) son de política, problemas sociales, cultura y espectáculos, todo esto desde un punto de vista crítico y apoyándose en los recursos y géneros radiofónicos.

Nombre: *Inquietudes*
Estación: *Radio Trece XEDA 1290 AM*
Periodicidad: *Sábado de 9:00 a 11:00 hrs.*
Producción: *Verónica Mendoza y Gustavo Adolfo Infante*
Operación técnica: *Sergio Castillo*
Conducción: *Melissa y Anabel*
Tipo de revista: *Clásica informativa de entretenimiento*
Secciones: *"Editorial", "Inquietudes deportivas", "La hora de los espectáculos", "Espacio de reflexión", "Inquietudes de la calle".*

Este es un programa infantil en el que se da orientación sobre temas que interesan a este sector, como pueden ser: problemas escolares, de salud, juegos, espectáculos, etc. Se hacen entrevistas en el estudio con especialistas y controles remotos con artistas; así como cápsulas informativas que presentan los niños locutores.

Nombre: *Palabra universal*
Estación: *Radio Trece XEDA 1290 AM*
Periodicidad: *Sábado de 13:00 a 16:00 hrs.*
Producción: *Marco Antonio Vázquez*
Operación técnica: *José Aragón*
Conducción: *Alfonso Maya Nava*
Tipo de revista: *Clásica informativa noticiosa*
Secciones: *"Cartón hablado", "Tertulia", "Hechos culturales de la semana", "Invitación a leer", "Finanzas para todo bolsillo", "Eptograma de Mentor", "Crónica citadina", "Mesa de debate (periodismo y entretenimiento)", "Semana de ...", "La columna de Matarili".*

Este programa tiene dos partes fundamentales, en la primera que se llama La Tertulia, se tratan temas de actualidad, se invita a cuatro o cinco personas que asistan a varios programas. Y en la segunda se habla sobre cuestiones que interesen a la población de la ciudad de México. Estas dos partes se intercalan con secciones y recuadros que duran entre tres o cuatro minutos y que se realizan por colaboradores del periódico *El Universal*, quienes dan libremente sus puntos de vista sobre las cuestiones tratadas en el programa y al mismo tiempo permiten la pluralidad.

Nombre: *La Hora Nacional*
Estación: *Cobertura nacional*
Periodicidad: *Domingo de 22:00 a 23:00 hrs.*
Producción: *Rebeca Zamora y Adrián Ortiz*
Operación técnica: *Oscar Marrufo*
Conducción: *Julia Fernández, Sergio Bustos, Enrique Lazcano e Irene Moreno*
Tipo de revista: *Clásica Informativa*
Secciones: *Sin nombre específico.*

La Hora Nacional es un espacio en donde se informa sobre las actividades más relevantes del Gobierno Federal y Estatal, así como funcionarios de alto nivel. Está delimitado por varias secciones, durante la primera media hora se difunden a nivel nacional las actividades presidenciales y la siguiente es estatal. En ocasiones se realizan representaciones de fechas conmemorativas o personajes históricos y se combina con secciones en las que se hacen invitaciones a diferentes lugares de la ciudad de México, entre otras.

Esto es la revista radiofónica, un formato que ciertamente es consecuencia de intuir que hacia falta dar un giro a tanta repetición de formatos radiofónicos, de querer encontrar algo que no sonara a lo mismo.

Contrario a lo que pudiera pensarse la variedad de la revista no se remite solamente a los contenidos, la variedad se puede manejar a todos los niveles: voces, géneros y formatos, recursos del lenguaje radiofónico, estilos, etc. Es así que junto con el radio-reportaje es el formato más propedéutico que tiene la radio, pero ésta resulta mucho más didáctica que el radio-reportaje.

De hecho podemos decir que, como el radio-reportaje y el radio-consultorio, busca contribuir ampliamente en la educación no formal del individuo; como la miscelánea de variedades, es ágil y amena; como los radiodramas, sin límite de espacio y tiempo y, como el radioperiódico, posee una estructura equilibrada con amplia definición. Joaquín Gutiérrez-Niño dice bien que de las cosas más fáciles y más difíciles de hacer en la radio está la revista debido a que es un género que le cabe todo, que es muy noble y sencillo, pero a la vez difícil de armonizar a fin de que tanta variedad se escuche con ritmo y lógica.

Además de lo anterior, presagiamos que es un formato con mucho futuro pues indudablemente será el que se adapte más fácilmente a cualquier cambio que sufran los géneros y formatos radiofónicos, pero como en todo su riqueza no se fundamentará en la cantidad de programas que se realicen, sino en la calidad de la producción de los que haya.

En suma, *la revista radiofónica es un formato a través del cual pueden expresarse las más distintas manifestaciones del hombre de cualquier época o latitud. Su estructura conformada por secciones, permite desarrollar varias temáticas o diversos asuntos de una sola, utilizando los diferentes géneros y formatos radiofónicos.*

5. LOS RADIOESCUCHAS OPINAN

"La gente pide lo que le dan, lo que conoce. No pide lo que no conoce, entonces es muy importante darle cosas novedosas, útiles, que le van a servir..."

Joaquín Gutiérrez-Niño

"El ojo puede leer en diagonal toda una página, y retener lo que le interesa; el oído tiene que tolerar todo cuanto le digan; pero no lo hace dos veces si está en su mano".

Salvador Novo

Consideraciones

Respecto a los estudios estadísticos, hay quienes por un lado no creen en su validez, otros que se mantienen escépticos frente a ellos hasta que no han tenido la experiencia de aplicarlos y, por último los que constantemente recurren a ellos porque tienen un alto grado de confiabilidad. En este contexto surge la siguiente interrogante: hasta qué punto un estudio de este tipo es útil para el medio radiofónico, en el que se repiten, una y otra vez, conceptos (cada uno de los grandes grupos tiene su estación de música gruperá, de baladas, de pop, etc.), formatos (a determinadas horas del día, particularmente por las mañanas y noches, el cuadrante está plagado de programas noticiosos, igualmente, parecería que el mediodía es exclusivo de las amas de casa, mientras que la madrugada de los choferes), e ideas (en momentos da la impresión de que el radio-consultorio es la mejor, por no decir la única, manera que tienen los comunicadores para transmitir un mensaje, o también quién no se ha percatado que el albur, el doble sentido, la broma inesperada vía telefónica, entre otros, aparecieron de repente en un sinnúmero de programas).

Podría responderse que, en general, concesionarios y permisionarios no creen en la validez de éstos, pero la verdad es que ninguno les ha dado la importancia que merecen, se han ido a la segura, a lo que está ya comprobado que funciona, que vende (productos o ideas), cayendo en lo que ya se dijo, repeticiones y repeticiones.

Cierto o no aquello de que el pueblo tiene los medios que se merece, la obligación en primera instancia está precisamente en los medios de comunicación, pues como ya lo mencionamos, dentro de sus funciones se encuentra la del servicio social y, aunque la CIRT y la ARDF han hecho algunos intentos por ser meros medios de mercadotecnia, no dejan de ser en esencia intrascendentes.

De ahí la inquietud de realizar este sondeo entre los radioescuchas a fin de obtener un panorama general de sus gustos y necesidades. Siendo concretos a través de la entrevista¹¹⁶ pretendemos conocer:

- El promedio de la gente que escucha radio.
- En su caso, los motivos o razones del por qué no lo escuchan.
- En que proporción prefieren la programación musical sobre la hablada.
- Cuáles son los formatos a que más se apega el público.
- En qué medida las revistas radiofónicas son escuchadas.
- Las temáticas a considerar en nuestra propuesta de revista.

¹¹⁶ Respecto al procedimiento de encuestas, Raúl Rojas Soriano distingue dos tipos: el cuestionario, que es cuando a las personas se les es entregado y posteriormente lo devuelven ya contestado y, la cédula de entrevista que es cuando se realiza de persona a persona. En *Guía para realizar investigaciones sociales*, págs. 148 y 149.

Los datos que se presentan a continuación se basan en 500¹¹⁷ cédulas de entrevista, de diez preguntas cada una, aplicadas en trece localidades del área metropolitana de la ciudad de México. El universo de estudio consistió en 500 personas (hombres y mujeres) entre los 15 y los 30 años de edad,¹¹⁸ sin importar su nivel socioeconómico ni su ocupación.

El orden de distribución fue el siguiente:

DISTRIBUCIÓN DE LAS CÉDULAS POR DELEGACIONES Y MUNICIPIOS

No	LUGAR	No de Encuestas
1	AZCAPOTZALCO	40
2	GUSTAVO A. MADERO	40
3	MIGUEL HIDALGO	30
4	CUAUHTÉMOC	40
5	VENUSTIANO CARRANZA	40
6	ÁLVARO OBREGÓN	30
7	BENITO JUÁREZ	40
8	IZTACALCO	40
9	COYOACÁN	40
10	IZTAPALAPA	40
11	NEZAHUALCOYOTL	40
12	ECATEPEC	40
13	NAUCALPAN	40
*	TOTAL	500

¹¹⁷ Albrecht y Bradford señalan que, de acuerdo con las necesidades y el volumen de la encuesta, entre 100 y 1000 candidatos pueden ser la población suficiente, destacando que la famosa organización Gallup con frecuencia utiliza 1500 muestras para descubrir la opinión de los norteamericanos sobre ciertos problemas actuales, siendo la población adulta de más de 100 millones. Concluyen diciendo que no es tanto cuestión de entrevistar el número correcto de personas como de encuestar las personas correctas. En *La excelencia en el servicio*, págs. 148 y 151.

¹¹⁸ Escogimos esta población sabiendo que representa una importante parte de la sociedad. Según el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), en 1992 de los más de 85 millones y medio de habitantes de la república, el 66.2% correspondía a personas menores de 29 años, esperando que para el año 2000 dicha población se acerque a los 59 millones de habitantes y que tan sólo más del 51% corresponda a personas entre los 15 y 29 años de edad. (Datos obtenidos de la *Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 1992*, págs. 37 y 38 y de las *Proyecciones de la Población de México y de las Entidades Federativas: 1980-2010*, págs. 1, 3, 40 y 64).

La muestra se definió como no probabilística por cuotas,¹¹⁹ es decir, las encuestas se aplicaron casa por casa, a la salida del metro, en parques públicos, en escuelas, plazas, comercios o simplemente a las personas que se encontraban en la calle.

Los parámetros utilizados para la interpretación de los datos fueron: sexo, edad, ocupación y colonia de residencia, esta última se anotó dentro del rubro denominado como "clave".

La encuesta constó de 10 preguntas, mismas que en su mayoría se presentaron de opción múltiple, esto con el propósito de que resultara más rápido y cómodo de responder al entrevistado; además de que se agiliza la interpretación de los resultados.

Las preguntas 1, 2 y 6 fueron encadenadas. Mientras que en la 2, 7, 9 y 10, dentro de las opciones de respuesta, una fue abierta con la finalidad de conocer la opinión personal de los entrevistados y los programas que más aceptación tienen, lo mismo ocurrió con la pregunta 4, pero para conocer el perfil de las estaciones favoritas. Por último en las preguntas 3, 5, 7, 9 y 10 el entrevistado tuvo la alternativa de responder una o más opciones lo que permitió saber, por ejemplo, a qué hora escuchan la radio, cuál o cuáles de los programas que se consideraron como revista radiofónica, son escuchados y los temas que les gustaría fueran tratados en la radio.

Datos obtenidos

De las 500 cédulas de entrevista, 273 (54.6%) fueron contestadas por mujeres y las restantes 227 (45.4%) por hombres. La edad de los entrevistados osciló entre los 15 y los 22 años, lo que representó 325 (65%) del total, mientras que, 175 (35%) rebasaron los 23 años de edad.

La edad que mayor número de veces se repitió (*moda*) fue la de 18 años y la edad promedio (*media*) fue de 21 años, por lo que no resultó sorprendente que la mayor parte de los encuestados se manifestara como estudiantes.

Veamos a continuación el formato de la encuesta y los resultados obtenidos de cada una de las preguntas.

¹¹⁹ En contraposición a la muestra probabilística, la no probabilística es aquella en que las unidades de análisis (personas en este caso) no son seleccionadas en forma aleatoria o al azar. Raúl Rojas Soriano dice que la muestra no probabilística por cuotas es aquella en la que se divide la población en subgrupos o cuotas según ciertas características: sexo, estado civil, edad, etc., y que en la selección de los casos por lo regular se eligen aquéllos de más fácil acceso hasta completar la muestra. Op. cit., págs. 165 y 171.

FORMATO DE LA ENCUESTA



UNAM

Sexo:
Edad:
Ocupación:
Colonia:
Clave:

1. Escucha usted radio?

- a) Sí (pase a la 3)
- b) No (pase a la 2)

2. ¿Por qué razón no escucha radio?

- a) Por falta de tiempo
- b) Porque no le agrada la programación que se transmite (pase a la nueve)
- c) Por alguna otra razón. Especifique cuál _____

3. ¿A qué hora acostumbra escuchar radio?

- a) Entre 6 y 10 hrs.
- b) Entre 10 y 14 hrs.
- c) Entre 14 y 18 hrs.
- d) Entre 18 y 22 hrs.
- e) Entre 22 y 02 hrs.
- f) Entre 02 y 06 hrs.

4. ¿Cuál es su estación favorita?

5. ¿Cuál de los siguientes programas ha escuchado usted?

- a) Palabra universal
- b) Ventana 1060
- c) Inquietudes
- d) Frecuencia informativa revista nocturna
- e) Magazine juvenil
- f) Revista espectacular
- g) Su casa y otros viajes
- h) El mundo de la mujer actual
- i) Magazine deportivo

- j) La Hora nacional
- k) Entre ustedes y nosotros

6. Mencione el nombre de su programa de radio favorito

- a) _____ (pase a la 7)
- b) No tiene o no conoce _____ (pase a la 8)

7. ¿Por qué le agrada este programa?

- a) Por su(s) locutor(es) _____
- b) Por la temática _____
- c) Por la música _____
- d) Por otro motivo. Diga cuál _____

8. ¿Qué opina de la programación hablada transmitida por radio?

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Deficiente
- d) Pésima

9. ¿Qué temas le interesarían a usted que trataran por radio?

- a) Musicales
- b) Noticiosos
- c) Culturales
- d) De orientación
- e) Deportivos
- f) Humorísticos
- g) Del hogar
- h) Científicos
- i) Políticos
- j) De concurso
- k) Otros _____

10. En su opinión, el principal objetivo de la radio debe ser:

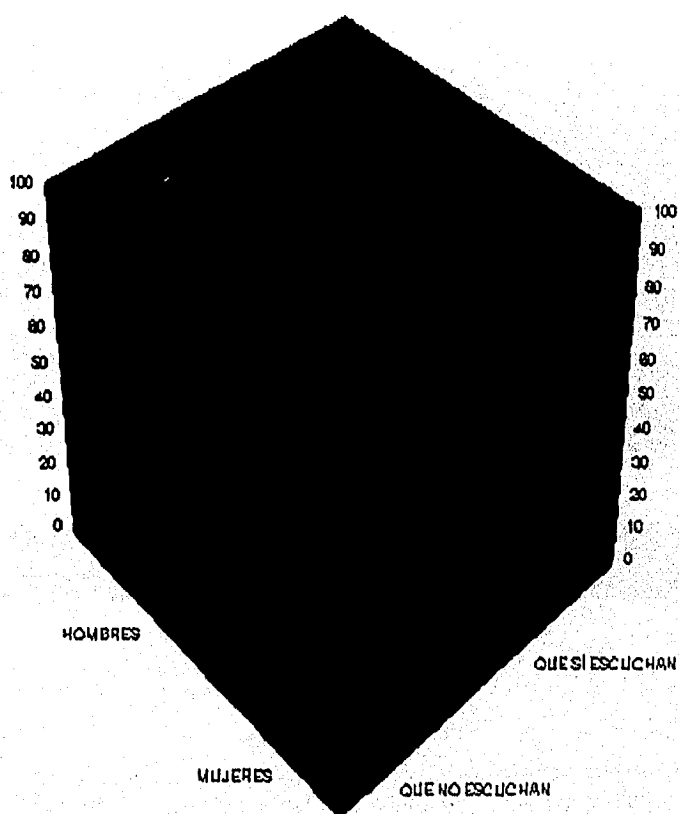
- a) Informar
- b) Educar
- c) Entretener
- d) Otro. Especifique cuál _____

APROXIMADAMENTE UNA DE CADA ONCE PERSONAS NO ESCUCHA RADIO



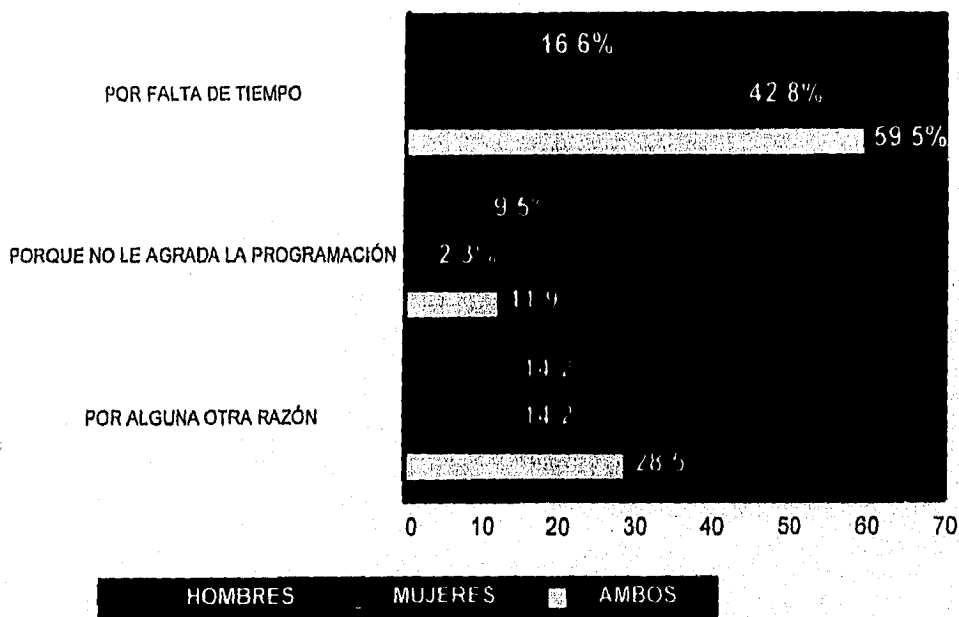
Como bien señalan estudios elaborados por la CIRT, el promedio de la población que sí oye radio se mantiene por encima del 90%. Con respecto a la primer pregunta, 458 personas (91.6%) afirmaron escuchar radio y sólo 42 (8.4%) dijeron no escucharlo.

LA RADIO ES AMPLIAMENTE ESCUCHADA POR LA JUVENTUD



Aún dividiendo a la población en ambos sexos los porcentajes superan al 90%. De 227 hombres, 210 (92.5%) sí escuchan radio y 17 (7.5%) no lo oyen. Por lo que respecta al sector femenino, de 273 mujeres, 248 (90.8%) declararon escucharlo y 25 (9.2%) escogieron la opción negativa.

POR QUÉ LA GENTE NO ESCUCHA RADIO



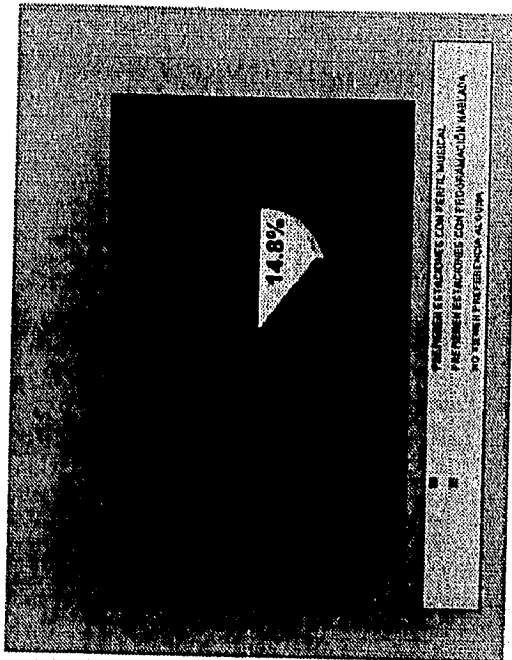
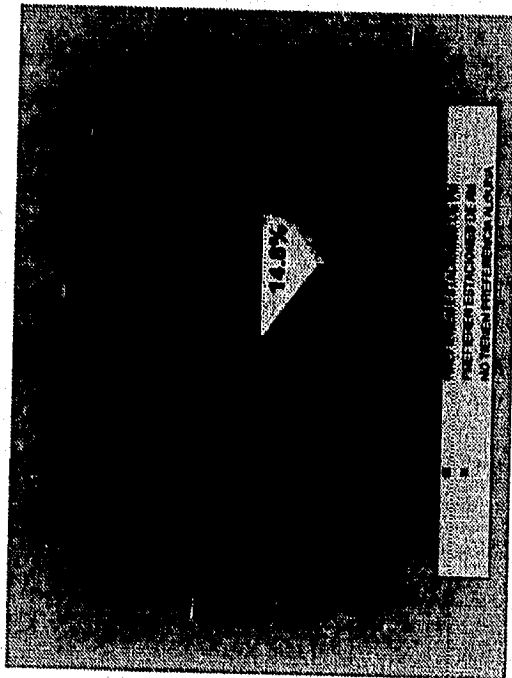
Por lo que se refiere a la segunda pregunta, de las 42 personas que no escuchan radio, 25 (cerca del 60%) contestaron que no tenían tiempo para ello. De este dato llama la atención que más de 2/3 partes corresponden al sexo femenino. También es de resaltar que 12 personas (28.5%) indicaron no escucharlo por otro motivo, entre ellos, 5 argumentaron preferir música grabada. El resto manifestó distintas causas como tener descompuesto el receptor o sencillamente no ser de su agrado oírlo. Relativamente importante fue que 5 encuestados (11.9% de los que no oyen radio) hayan dicho que no lo escuchan porque no les agrada la programación, por lo que se les consideró dentro de las temáticas a tratar (ver página 127).

EL PÚBLICO TIENE PREFERENCIA POR FRECUENCIA MODULADA

ESTACIÓN	BANDA	SEXO		TOTAL
		MASCULINO	FEMENINO	
97.7	FM	3.8%	8.2%	12.05%
WFM	FM	4.6%	3.07%	7.69%
ALFA	FM	4.35%	2.3%	6.66%
ROCK 101	FM	4.35%	1.79%	6.15%
PULSAR	FM	0.76%	5.38%	6.15%
RADIO ACTIVO	FM	3.58%	1.79%	6.15%
K BUENA	FM	2.82%	2.3%	5.12%
UNIVERSAL	FM	3.58%	1.28%	4.87%
RADIO RED	AM	2.82%	1.79%	4.6%
RADIO JOYA	FM	1.02%	3.07%	4.1%
SONIDO Z	FM	0.51%	2.82%	3.58%
STEREO 102	FM	0.51%	2.3%	2.82%
RADIO RED	FM	1.53%	1.02%	2.56%
AZUL 89	FM	0.51%	2.05%	2.56%
OTRAS	AM	6.92%	6.92%	13.84%
OTRAS	FM	5.38%	6.41%	11.79%

En la cuarta pregunta tenemos que 390 personas, que representan más del 85% de la población radioescucha, cuentan con una estación favorita. De las 33 estaciones de amplitud modulada, sólo 19 fueron mencionadas por el público (57.57%) mientras que, de las 25 que se encuentran en frecuencia modulada, se nombraron 23 (92%), siendo 97.7 del Grupo Radiocentro la que mayor número de veces se nombró con 47 registros que representan el 12.05% de las personas que sí tienen estación favorita. Obsérvese que de las estaciones con perfil de programación hablada, Radio Red (AM), con 18 registros, fue la que mayor número de veces mencionaron los jóvenes encuestados. Otras estaciones que no aparecen en la tabla por alcanzar entre 5 y 9 registros fueron Radio Educación, Radio Mil, Radio Universidad, Radio Trece y 6.20 de Amplitud Modulada y Digital 99, Conexión Acústica, Amor 106, Stereo 100 y FM Globo de Frecuencia Modulada.

PREFERENCIAS DE LAS PERSONAS QUE SÍ ESCUCHAN RADIO



También de la pregunta 4 podemos deducir que de 458 personas que sí oyen radio, 39 si tienen una estación favorita y 68 (14.8%) lo oyen, aunque no se inclinan por alguna oferta en particular. Cabe resaltar que los porcentajes de la población que prefiere estaciones de FM 69.4% (318 personas) y de la que prefiere estaciones con perfil musical 73.6% (337 personas), están muy cerca del 70.86% que corresponde a la oferta radiofónica (ver capítulo dos). Por otra parte, si a las 72 personas que prefirieron AM, se le restan las 53 (11.6%) que prefirieron programación hablada, conseguimos el dato curioso de 19 personas (4.2%) que prefieren música en AM, no obstante que la calidad del sonido de esta banda es más baja en comparación a la de FM.

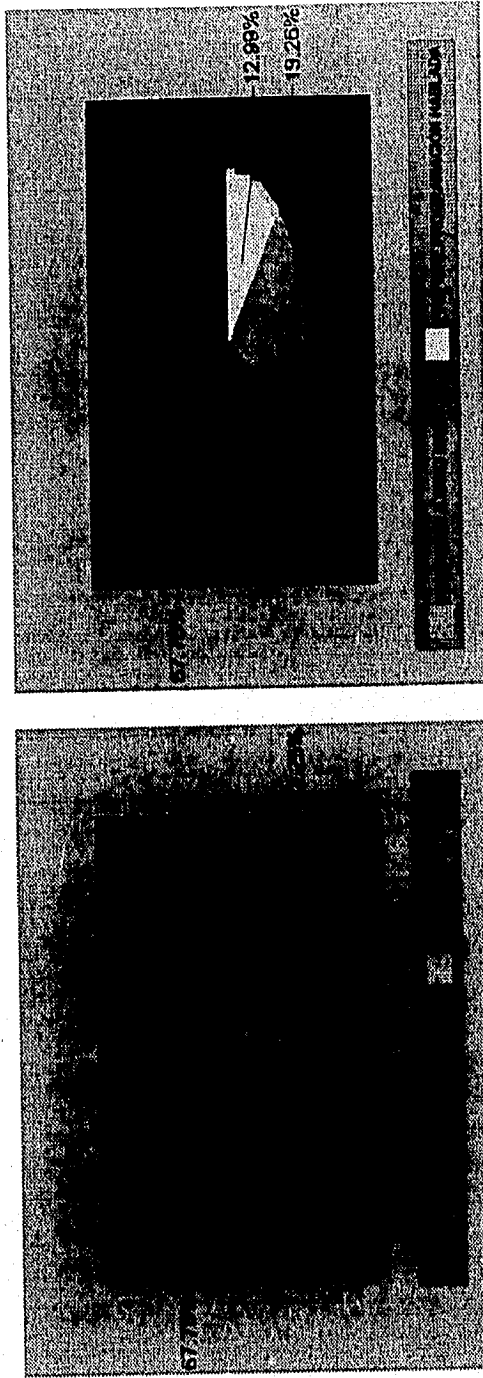
**LOS PROGRAMAS FAVORITOS DE LAS PERSONAS SE DISTRIBUYEN
ENTRE AMBAS BANDAS O FRECUENCIAS**

NOMBRE	BANDA	SEXO		TOTAL
		MASCULINO	FEMENINO	
MONITOR	AMBAS	6.04%	5.36%	11.40%
FRIENDS CONECCION	FM	0.67%	6.04%	6.71%
EL DEL BURRO	FM	1.34%	3.35%	4.69%
DOMINGO 7	FM	2.68%	1.34%	4.02%
LOS CUERNOS DE LA LUNA	FM	1.34%	2.01%	3.35%
FÓRMULA NOTICIAS	AM	2.68%	---	2.68%
EL MUNDO DE LA MUJER	AM	---	2.68%	2.68%
TODO PARA LA MUJER	AM	---	2.68%	2.68%
RADIO GAS	FM	2.01%	0.67%	2.68%
PIONEROS DEL ROCK	FM	2.01%	---	2.01%
BEATLEMANIA	FM	0.67%	1.34%	2.01%
RADIO BESTIA	FM	2.01%	---	2.01%
RELOJ MUSICAL	AM	0.67%	0.67%	1.34%
PARA EMPEZAR	AMBAS	1.34%	---	1.34%
ESTRATEGIAS PARA TRIUNFAR	AM	0.67%	0.67%	1.34%
SALUD Y BELLEZA	AM	0.67%	0.67%	1.34%
LA HORA NACIONAL	CADENA	---	1.34%	1.34%
ÍNTIMO	AM	---	1.34%	1.34%
OTROS	AMBAS	28.85%	16.10%	44.96%

A través de la pregunta 6, inciso a, vemos que poco menos de la tercera parte de la población radioescucha (149 registros)¹²⁰ sí tiene algún programa favorito, aunque como podemos apreciar no existe amplia relación entre éstos y las estaciones preferidas por la gente ya que sus tres estaciones favoritas fueron 97.7, WFM y Alfa mientras que los tres programas que más se prefirieron se encuentran en Radio Red, Digital 99 y WFM, coincidiendo sólo esta última en las preferencias de los radioescuchas. El radioperiódico Monitor con 17 registros -11.40% de las personas que sí tienen programa favorito y 3.7% de las que sí oyen radio- se distinguió por ser el más nombrado. Asimismo es interesante observar el hecho de que el sector masculino dé prioridad a los formatos noticiosos, como en los casos de Monitor, Domingo 7, Fórmula Noticias y Para Empezar, mientras que, el femenino, a los de entretenimiento como Friends Conexión, el Programa del Burro y Todo para la mujer.

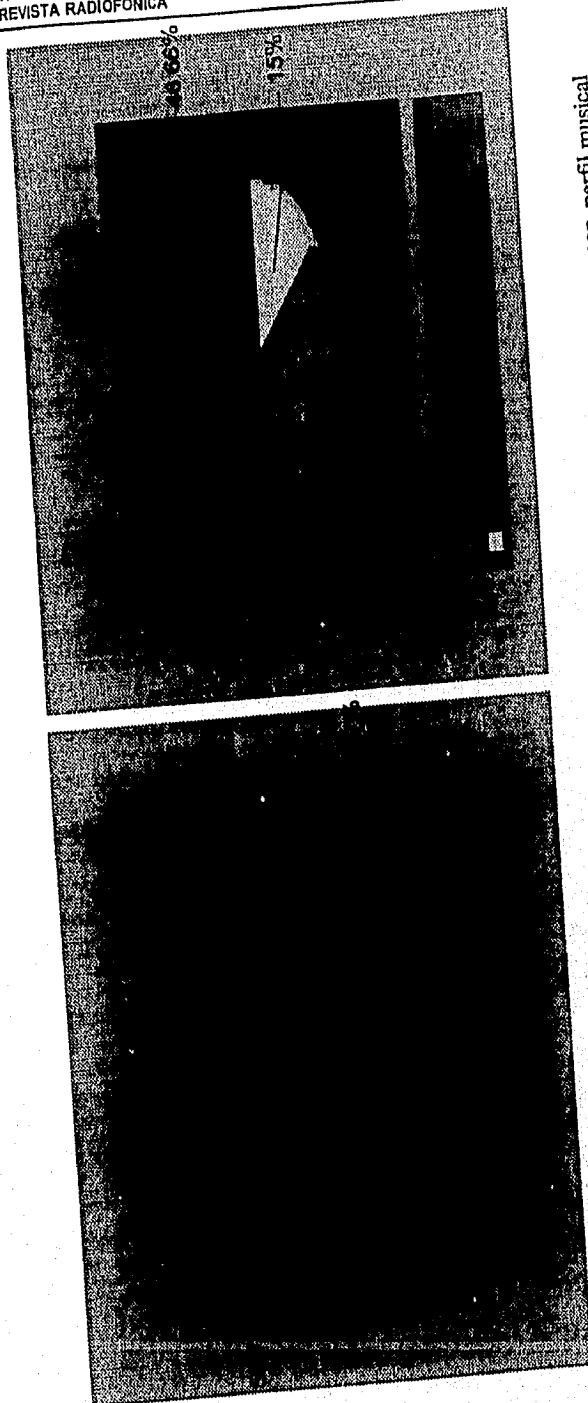
¹²⁰ En total fueron 145 personas, pero cuatro mencionaron dos estaciones como sus favoritas. Para conseguir el 100% en las gráficas posteriores, se sumó 149 más 313 (que no tuvieron estación favorita) y el resultado fue de 462.

MÁS DE 2/3 DE LOS RADIOESCUCHAS NO TIENEN PROGRAMA FAVORITO



De 462 registros encontrados en la pregunta 6, hay que considerar que un buen porcentaje de la población radioescucha -poco menos del 68%- no prefiere o no conoce algún programa en especial. Cabe mencionar que más del 32% si se inclinan por alguna emisión en particular, de donde 89 registros (19.26%) se refieren a un programa con formato musical y 60 (12.89%) a uno de programación hablada. Para obtener más información, esta última gráfica se desglosa en la siguiente página.

PREFERENCIAS DE LAS PERSONAS QUE SÍ TIENEN PROGRAMA FAVORITO



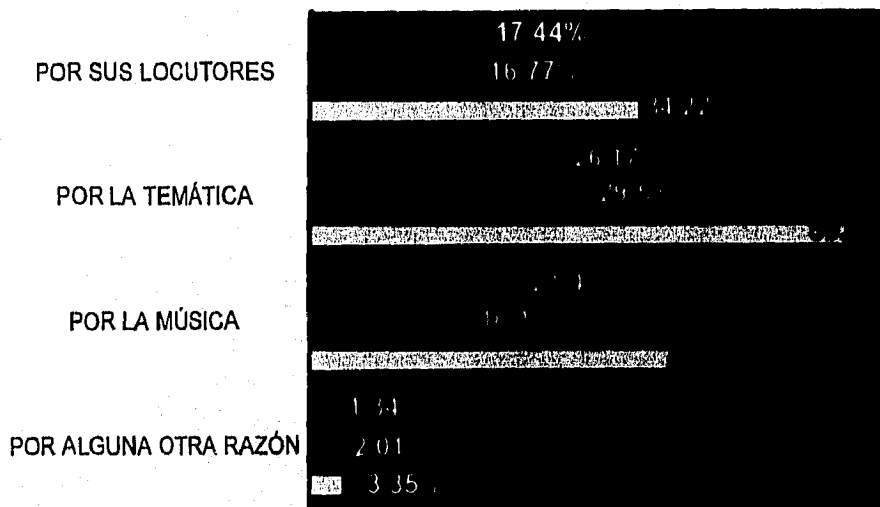
De los 149 registros que se refieren a un programa favorito, (89) cerca del 60% opta por un programa con perfil musical mientras que, más del 40% lo hace por uno de programación hablada destacando de este dato que poco menos de la mitad de la población (28 personas) 46.66% se apega a los formatos noticiosos, a la vez que más de la sexta parte de ésta (15%) tiende por las revistas radiofónicas. Es importante decir que del formato revista se encontraron 9 registros: 4 que mencionaron a "El mundo de la mujer", 2 a "La Hora Nacional" y con un registro los programas de "Palábra Universal", "Frecuencia Informativa" Revista Nocturna" y "Su casa y otros viajes".

LAS REVISTAS RADIOFÓNICAS SON MÁS ESCUCHADAS POR EL PÚBLICO FEMENINO

NOMBRE	ESTACIÓN TRANSMISORA	SEXO		TOTAL
		MASCULINO	FEMENINO	
LA HORA NACIONAL	CADENA NACIONAL	26.20%	31.65%	57.86%
EL MUNDO DE LA MUJER ACTUAL	XEW	6.55%	17.68%	24.23%
FRECUENCIA INFORMATIVA	XEX	10.48%	11.13%	21.61%
MAGAZINE DEPORTIVO	RADIO SPORTIVA	11.35%	3.05%	14.41%
VENTANA 1060	RADIO EDUCACION	2.40%	5.67%	8.07%
PALABRA UNIVERSAL	RADIO I3	3.27%	3.49%	6.76%
MAGAZINE JUVENIL	RADIO I3	2.18%	4.14%	6.33%
INQUIETUDES	RADIO I3	1.74%	4.36%	6.11%
REVISTA ESPECTACULAR	RADIO ACIR	1.09%	3.27%	4.36%
ENTRE USTEDES Y NOSOTROS	RADIO FÓRMULA	1.31%	1.74%	3%
SU CASA Y OTROS VIAJES	RADIO EDUCACIÓN	1.09%	1.74%	2.83%
NO CONOCEN NINGUNA	--	9.82%	12.88%	22.7%

En la pregunta número 5 cada una de las revistas seleccionadas fue reconocida por una cantidad considerable de personas. De hecho todas las revistas elegidas fueron nombradas por lo menos con 13 registros, aunque 104 personas (22.7%) que sí oyen radio dijeron no haber escuchado ninguna. Con 265 registros que representan más de la mitad de la población radioescucha (57.86%), La Hora Nacional se definió como la más escuchada. Cabe destacar que en todos los casos el sexo femenino superó al masculino -con excepción de Magazine Deportivo-, inclusive de la cantidad de personas que no conocen ninguna (poco menos de la cuarta parte de la población radioescucha) la mayoría fueron mujeres. También hay que subrayar que los programas de La Hora Nacional y El mundo de la mujer coinciden, como los más escuchados, con las revistas que se incluyeron como programas favoritos en la página anterior a ésta.

LOS RADIOESCUCHAS ELIGEN UN PROGRAMA PRINCIPALMENTE POR SU TEMÁTICA



HOMBRES MUJERES ■ AMBOS

De acuerdo a los resultados de la pregunta 7, de los 149 registros de programas favoritos, 83 personas (55.7%) indicaron elegir un programa por la temática; el segundo motivo que tuvieron para escoger un programa fue la música con 56 registros (37.58%) y la tercera razón para seleccionar un programa la ocuparon los locutores con 51 registros (34.22%). Parecería contradictorio el hecho de que el público prefiera la programación musical al tiempo que escoja un programa principalmente por su temática, si no se especifica que en gran parte de los programas catalogados como musicales, se intercala la palabra hablada con la música.

TEMAS QUE AL PÚBLICO LE GUSTARÍA QUE SE TRATARAN POR LA RADIO

TIPO	SEXO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
DE ORIENTACIÓN	18.35%	28.72%	47%
CULTURALES	22.03%	23.11%	45.14%
MUSICALES	14.25%	18.79%	33.04%
POLÍTICOS	15.55%	11.66%	27.21%
CIENTÍFICOS	12.95%	10.79%	23.75%
DEPORTIVOS	16.41%	6.47%	22.89%
NOTICIOSOS	12.31%	10.36%	22.67%
HUMORÍSTICOS	9%	9.9%	19%
DEL HOGAR	4.7%	8.2%	12.95%
DE CONCURSO	4.53%	5.18%	9.7%
OTROS	1.51%	0.66%	2.15%

De la pregunta 9, podemos concluir que si se toma en cuenta que nuestros encuestados fueron jóvenes, es lógico que los programas de orientación resulten los de mayor demanda para ellos, pues como podemos ver, cerca de la mitad de la población (218 personas) se expresó por este tipo de asuntos. Imponderable era suponer que 3/5 partes del total fueran mujeres, quizás porque sean ellas las más conscientes, susceptibles o perjudicadas frente a un novio drogadicto, una hija con un embarazo prematuro o un esposo polígamo.

Los hombres prefieren por escaso margen (4%) temáticas culturales sobre las de orientación. Aunque es relevante que tanto las temáticas de orientación como las culturales aventajen por más del 12% a las que ocuparon la tercera posición, las musicales. A propósito de éstas, resulta paradójico que algunas de las personas que no escuchan radio porque no les agrada la programación (ver página 119), indiquen interesarse por programas musicales, siendo que, como ya se estableció, más del 70% de la programación se inscribe dentro de esta categoría.

Es importante señalar que la mayoría de las opciones rebasó el 20%, traduciéndose las de orientación (preferidas por el sexo femenino) y las deportivas (por el masculino) como las de mayor diferencia en el interés entre uno y otro sexo, al tiempo que las de concurso¹²¹ fueron las menos solicitadas por ambos.

Por otro lado, los pocos que escogieron la opción "otros" nos dan la pauta para indagar un poco más en los gustos y las necesidades de los jóvenes ya que, piden que en la

¹²¹ Por cierto, de nuestras opciones en la encuesta, este tipo de programas son los que en la práctica menos se producen. Si bien existe el recurso de la recompensa estudiado y recomendado por el teórico norteamericano David Berlo (cit. pos. Mario Kaplún, en *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, págs. 30 y 31), no pueden catalogarse como programas de concurso, aquellos que lo utilicen una o dos veces en su transmisión.

radio se traten temáticas acerca de problemas sociales, de sexualidad, de salud y medicina, entre otras, respuestas que evocan nuevamente la necesidad de orientación en la juventud.

Finalmente es menester enfatizar que existe buena impresión de los jóvenes por el medio radiofónico. El 91.6% de público radioescucha sustenta esta afirmación. Es cierto que la juventud prefiere a los perfiles y formatos musicales, pero las tablas que muestran las preferencias de los radioescuchas por estación y por programa (págs. 120 y 122), demuestran que gustan de la programación musical que se combina con la palabra hablada, la comunicación. Casi todas las estaciones y programas musicales favoritos cuentan con locutores que hacen comentarios y charlan con el público. Entonces necesitan sentir compañía, que alguien les hable.

Los radioescuchas opinan que los espacios musicales prolongados no son recomendables porque convierten a la radio en un simple tocacintas o tocadiscos. Y con relación a esto habría que ver por qué todavía queda gente que los escucha, quizá sus recursos no les permiten adquirir discos o cassettes, aunque esto sería materia de otro estudio. Asimismo, la tercera parte del total de los radioescuchas dio el nombre de su programa favorito lo que significa que además de buscar comunicación, buscan identificación, esto es poder oír, estar y muchas veces platicar con alguien conocido.

También los datos obtenidos de la pregunta 8 nos dicen que el 75.9% de la población radioescucha opina que la programación hablada es buena por lo que se intuye buena disposición hacia ésta por parte de la gente joven. Además la demanda de programas de orientación y culturales combinándolos con la música hace factible que fructifique un programa juvenil que abarque estos contenidos. Y el hecho de que 354 personas (77.3%) que sí escuchan radio -equivalentes a más de $\frac{3}{4}$ partes del público radioescucha-, hayan reconocido por lo menos una de las revistas seleccionadas en la encuesta, aumenta las posibilidades de éxito de un programa con este formato que incluya los contenidos mencionados.

6. PERFIL DE LA REVISTA *MAGAZINE INTERACTIVO*

"Mezcle a su gusto entusiasmo, vivencia, interés, intuición, compromiso con el público, gozo y curiosidad. Bata esta mezcla hasta sentir el crecimiento del equipo de trabajo. Después amase el mensaje con mucha sensibilidad hasta darle la forma que el público desee. Luego délo a probar. Enseguida viene lo mejor: escuche atentamente la opinión del público".

Martha Romo

6.1 JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y CRONOGRAMA

La inquietud por llevar a cabo la producción de este programa, nace a partir de percatarnos de la disparidad que existe entre la programación musical y la programación hablada en el cuadrante de la ciudad de México, así como el escuchar la constante repetición de formatos dentro de la escasa programación hablada.

Determinante también fue el comprobar la importancia que el medio radiofónico representa para un sector muy significativo de la sociedad: los jóvenes, quienes a través de sus respuestas demostraron ser radioescuchas interesados en encontrar nuevas opciones que vayan más allá del mero entretenimiento ligero, opciones que les ofrezcan cosas útiles sin tanta solemnidad y que les permitan ser partícipes directos de la transición histórica de la nación.

Para lograr la conjugación de estos elementos fue necesario buscar un formato que, por sus características, facilitará el equilibrio entre el fondo y la forma, al tiempo que fuera lo bastante flexible para tener variedad y amenidad. De esta forma llegamos a la revista radiofónica.

Como en cualquier programa, el nombre es la primera idea que recibimos de él y que nos da referencia de su contenido, decidimos llamarlo *Magazine Interactivo*, por de palabras que en conjunto suenan agradables y que logran remitirnos a la juventud, como un viaje sin límite de espacio o tiempo en el que se podrá participar activamente.

Magazine Interactivo es una revista clásica cultural, dirigida a un público meta, entre 15 y 30 años de edad, de las clases media y media baja; dentro de su contenido básico, incluirá temas de orientación, culturales, musicales, noticiosos, científicos, entre otros.

Objetivo General

El objetivo de *Magazine Interactivo* es demostrar que a través de los diversos géneros y formatos radiofónicos, se puede realizar un programa variado y ameno. Asimismo, se lograrán transmitir acontecimientos actuales y pasados, y temas culturales sin caer en el aburrimiento.

Objetivos particulares

- Fomentar el interés de los radioescuchas por el medio radiofónico.
- Brindar al radioescucha un espacio de reflexión en donde además de ser receptor, sea también emisor. Para ello se dará lectura a todos los comentarios que lleguen vía telefónica, fax o correo, se pondrá a disposición del público una línea telefónica en la que a cualquier hora de cualquier día puedan hacer comentarios de viva voz, se realizarán visitas a escuelas, museos, centros recreativos, etcétera, para conocer opiniones y puntos de vista de los jóvenes, entre algunas otras dinámicas.
- Realizar constantemente sondeos para determinar las temáticas que a los radioescuchas les gustaría que se trataran por la radio.
- Mantener el equilibrio entre el fondo (contenidos) y la forma (estilo de locución, recursos del lenguaje radiofónico y demás), a fin de que se complementen y resulten una producción amena, íntegra e interesante.
- Promover el gusto por el desarrollo personal y profesional, contestando personalmente las inquietudes de los radioescuchas, si es necesario vía telefónica al finalizar la emisión. Asimismo se obsequiarán pases (para ir al cine, teatro, museos, etc.), libros, revistas, discos compactos, cassettes; se otorgarán becas (parciales o enteras para cursos), vales de despensa, bonos de descuento en artículos de primera necesidad; se convocará a que el público asista a eventos recreativos (campamentos, excursiones, visitas guiadas, entre otros).
- Crear progresivamente un banco de información del programa.

Cronograma

Magazine Interactivo es un programa que se transmitirá todos los sábados de 7 AM a 10 AM (tres horas de duración) en una estación concesionada con perfil de programación hablada (no indispensable), que esté siempre pendiente de su desarrollo, que sea escuchada por los jóvenes, preferentemente que no tenga tendencias políticas de ningún tipo y que cuente con recursos tecnológicos avanzados.

6.1.1 Los participantes

Para la óptima realización de *Magazine Interactivo* es necesaria la participación de varias personas, las cuales además de sus tareas específicas, se mantendrán en constante comunicación durante todo el tiempo que se lleve la producción del programa.

Productor: - Coordinará a todos los colaboradores conductores, actores, reporteros, guionista, operador técnico, etc., e invitados del programa:

- Deberá conocer los temas que se aborden en cada programa para asignar a cada colaborador su actividad específica y resolver cualquier contingencia.
- Poseerá buen manejo teórico-práctico de los géneros y formatos radiofónicos.
- Junto con el operador estará pendiente de los niveles de voz y de que el programa se esté transmitiendo o grabando con un sonido óptimo.
- Junto con el guionista realizará la guía de conducción.
- Deberá comprender las capacidades y limitaciones de todos los colaboradores y desarrollar un guión en el que se reúnan las virtudes de éstos.
- Será el elemento de motivación que maneje el ritmo del programa: continuidad, recuperación de los contenidos cuando alguno de los conductores se desvíe del tema, inserción de la publicidad y nuevos materiales como llamadas telefónicas o cables.
- Cuidará que el programa se mantenga en un nivel alto de interés (evaluará con frecuencia al programa, analizará las sugerencias y comentarios de la gente y si la estación lo permite, podrá postergar la entrada de los patrocinadores).

Asistente de producción: - Establecerá contacto con los futuros invitados, además de que en su momento estará pendiente de su llegada para darles la bienvenida, en caso de que falle el invitado, una de sus tareas será auxiliar al productor con material que cubra el espacio.

- Estará pendiente de que todo marche bien, de recordarle al productor los tiempos, de tener la música, efectos o grabaciones listos en el momento que se requieran, de pasar las llamadas telefónicas, faxes o cables.
- Entregará una copia del guión a cada participante y de la guía de conducción al productor y los conductores.

Conductores: De manera analógica, podemos decir que para que una revista de papel consiga llegar al receptor y alcance sus objetivos son necesarias dos cosas:

1. Que ésta se venda en las librerías o puestos de periódicos y
2. Que una persona la compre y la lea.

En el caso de la revista radiofónica, la estación emisora equivaldría al puesto de periódicos y la voz del conductor, a los ojos que leen. Entre sus actividades específicas tenemos las siguientes:

- Llevarán a cabo la lectura de notas, artículos, etc. Asimismo serán capaces de improvisar ante cualquier eventualidad que se presente en el momento de la transmisión.
- Realizarán comentarios acerca de los asuntos tratados en el programa.
- Efectuarán las entrevistas a los invitados al programa.
- Establecerán un ambiente relajado y de confianza con los invitados al programa.
- Proveerán frases de encadenamiento de un tema con el siguiente.
- Pronunciarán la reflexión que lleve al cierre de la emisión.

Locutores: - Realizarán los promocionales del programa y de las secciones que requieran de éstos.

- Darán lectura a comentarios del público.
- Proporcionarán constantemente los números telefónicos de la estación.

Guionista: Llevará a cabo la investigación bibliográfica. Al igual que el productor y el musicalizador debe tener amplios conocimientos y sensibilidad para crear, ya que será quien estructure el programa. Deberá tener buen manejo del lenguaje radiofónico para que los temas (relevantes o triviales) suenen congruentes y logren captar la atención de los oyentes.

Musicalizador: La música jugará un papel muy importante en *Magazine Interactivo* pues será uno de los elementos que le den unidad y personalidad al programa. La tarea del musicalizador requiere de mucho tiempo y dedicación porque primero debe estudiar a fondo el guión y después ir haciendo la elección de la música más adecuada que permita crear la intención deseada, ya sea que se trate de cortinas, puentes, fondos musicales o melodías. Luego, el musicalizador debe reunirse con el productor y el guionista para mostrarles la música seleccionada. De no ser aceptada deberá reiniciar el trabajo.

Operador técnico: - Será una parte fundamental en la producción porque a través de él, se logrará la transmisión y grabación de cada programa. Resulta de vital importancia que el operador conozca el manejo del equipo de grabación, transmisión en cabina y controles remotos, etc., así como su constante actualización en las nuevas tecnologías.

- Será el responsable de la calidad de la grabación y transmisión.
- Deberá tener un sentido auditivo bien desarrollado que le permita identificar las diversas frecuencias e intensidades.
- Poseerá sensibilidad y cultura musical.
- Será el encargado de la óptima calidad del equipo que se utilice: micrófonos, cintas, cables, y demás.

- Deberá poseer una copia del guión con las especificaciones necesarias.

Reporteros: Realizarán la investigación de campo de acuerdo a los temas o fuentes que les sean asignadas por el productor, misma que se transmitirá vía telefónica o en cabina. Llevarán a cabo los controles remotos desde los lugares que les sean asignados.

Telefonistas: Deberán estar conscientes de que su trabajo es un servicio social y por lo tanto mostrarán mucha paciencia para hablar con los radioescuchas y tomar sus recados. En caso de ser necesario orientarlos. Al final de la llamada pedirán sugerencias para mejorar el programa, todo de una manera amable.

Actores: Serán los auxiliares para realizar una dramatización, deberán ser lo suficientemente sensibles para interpretar a los personajes sin olvidar que no existe apoyo de la imagen, lo que exige de ellos mayor esmero en sus interpretaciones para conseguir la atención del escucha.

6.1.2 Las secciones

La intención de *Magazine Interactivo* es brindarle al público un espacio de reflexión, participación y entretenimiento, por lo que el programa constará básicamente de las siguientes secciones:

Noticias de primera plana: Espacio dividido en dos partes, la primera que será un compendio de los acontecimientos más importantes de la semana (a través de notas informativas y comentarios) y, la segunda, en la que se contará con la presencia de un invitado con el que se analizará alguno de dichos sucesos. En esta parte se incluirá también un cartón hablado.

Dialéctica juvenil: Sección en donde se deliberarán todos aquellos temas que sean de interés a la juventud (problemas de adicción, de adaptación social, de cuestiones laborales, de la sexualidad, de la familia, etc.). Se llevará a cabo mediante una mesa redonda, buscando que los invitados, además de tener algún vínculo con el asunto que se trate, sean jóvenes; se intercalarán cápsulas y declaraciones testimoniales a fin de facilitar la comprensión de la temática. Será la sección de mayor duración del programa.

Extensión de los sentidos: Destacando como ingrediente principal la charla y el comentario, se darán a conocer los adelantos científicos y tecnológicos más importantes de la actualidad, por supuesto con un lenguaje radiofónico.

Golden media: Segmento en el que se comentarán y analizarán programas correspondientes a la radio y televisión. La idea es que el público se interese en programas que le sean desconocidos o que, si los conoce, los entienda aún más.

La música. Fábrica de sueños: Radio-reportaje con el que se demostrará que la música es muchísimo más de lo que los solistas y grupos populares nos hacen suponer. Este arte, desde los tambores de las culturas prehistóricas hasta los acordes de una filarmónica actual, ha sido una de las formas más perfectas de comunicación humana, de ahí que nuestro quehacer será evocar no sólo a los artistas y géneros musicales sino también a lugares, épocas, costumbres, situaciones que a través de la música han provocado las más diversas sensaciones en el hombre.

Diccionario anecdótico: Una de las mejores maneras de aprender historia es divirtiéndose, por eso nuestro historiador "ficticio", Quique Crose, nos platicará de aquellos aspectos inéditos e importantes de los personajes famosos del pasado.

Si las cosas hablaran y Comerciales al por mayor: Sketches que se alternarán el espacio cada semana. *Si las cosas hablaran*, como su nombre lo indica, dará vida a las cosas inanimadas que habitan alrededor del hombre mientras que, en *Comerciales al por mayor*, se expondrán problemáticas políticas o sociales disfrazadas de promocional por ser un género muy llamativo. En ambos casos se pretende crear conciencia del comportamiento que tiene el hombre con respecto a su entorno.

Agenda magazine: Consejos y recomendaciones de las actividades y eventos recreativos para el tiempo libre del fin de semana, tales como filmes cinematográficos, obras teatrales, exposiciones, eventos al aire libre, conciertos, restaurantes, libros y demás.

Consultorio: Espacio a cargo de un psicólogo especialista que entablará temáticas que giren alrededor de las relaciones entre pareja. Su comunicación será clara y directa con los radioescuchas a quienes orientará y ofrecerá respuestas a sus dudas. El consultorio se complementará con cápsulas y dramatizaciones que refuercen el mensaje.

Controles remotos: A través de ellos se tendrá contacto directo con la gente ya que se llevarán a cabo desde un lugar público como una plaza, un parque, una escuela, un centro comercial, un museo o quizá hasta una esquina transitada. Se convocará a que la audiencia participe con sus opiniones y con su labor en campañas de servicio social.

Otros: Se contarán con algunos espacios sin nombre específico, que tendrán la función de comodines, mismos que darán equilibrio e integridad al programa. Así escucharemos desde un entremés musical, pasando por una crónica de un paseo por una exposición gastronómica o un artículo sobre los juanetes y el pie de atleta hasta la creación artística de ese autor novel o una adaptación seriada de García Márquez.

6.2 PREPRODUCCIÓN

La preproducción de *Magazine Interactivo* consistirá en la grabación en frío de fragmentos del programa que se incertarán a lo largo del mismo como: cápsulas, cartones hablados, sketches, entrevistas y de los promocionales que no resulten atractivos o que pertenezcan a las nuevas secciones.

En las páginas siguientes se presenta a manera de guión (el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que se va a incluir y los efectos sonoros que se insertarán, e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa),¹²² los elementos que incluirá *Magazine Interactivo*.

¹²² Mario Kaplún en *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, pág. 295.

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 1
DURACIÓN: 60"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO | LADO | TCK | SE MANTIENE 10" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Te presentamos
- 3 Los grandes acontecimientos del milenio
- 4 1492...
- 5 El encuentro de dos mundos.
- 6 1789...
- 7 Declaración de los derechos del hombre.
- 8 1883...
- 9 Invención de la luz eléctrica.
- 10 1996...
- 11 Magazine Interactivo...
- 12 OP. CHISPA MUSICAL
- 13 LOCUTOR Magazine Interactivo la primera revista radiofónica a todo color
- 14 color
- 15 OP. CHISPA MUSICAL
- 16 LOCUTOR Magazine Interactivo el programa en donde encontrarás todo aquello que sea de tu interés con diversión garantizada.
- 17 todo aquello que sea de tu interés con diversión
- 18 garantizada.
- 19 OP. CHISPA MUSICAL
- 20 LOCUTOR Bienvenidos
- 21 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 5" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 2
DURACIÓN: 40"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 1 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 10" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Magazine Interactivo
- 3 OP. CHISPA MUSICAL
- 4 LOCUTOR La primera revista radiofónica a todo color
- 5 OP. CHISPA MUSICAL
- 6 LOCUTOR Magazine Interactivo el programa en donde encontrarás
- 7 todo aquello que sea de tu interés con diversión
- 8 garantizada.
- 9 OP. CHISPA MUSICAL
- 10 LOCUTOR Te esperamos en nuestra próxima emisión
- 11 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 10" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 3
DURACIÓN: 30"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 2 LADO 2 TCK 1 SE MANTIENE 8" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Esto es
- 3 OP. CHISPA MUSICAL
- 4 LOCUTOR Noticias de primera plana en Magazine Interactivo
- 5 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 8" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PERFIL DE LA REVISTA MAGAZINE INTERACTIVO

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 4
DURACIÓN: 30"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 2 LADO 2 TCK 1 SE MANTIENE 8" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Esto fue
- 3 OP. CHISPA MUSICAL
- 4 LOCUTOR Noticias de primera plana en Magazine interactivo
- 5 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 8" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 5
DURACIÓN: 30"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 **OP. ENTRA DISCO 3 CARA A TCK 1 SE MANTIENE 5" Y FONDEA**
- 2 LOCUTOR Magazine Interactivo presenta
- 3 **OP. CHISPA MUSICAL**
- 4 LOCUTOR Dialéctica juvenil
- 5 **OP. CHISPA MUSICAL**
- 6 LOCUTOR Un espacio de intercambio de ideas entre los jóvenes de
- 7 hoy.
- 8 **OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 8" Y BAJA HASTA DESAPARECER**

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 6
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 4 LADO 1 TCK 3
- 2 LOCUTOR Pobre ser humano se muere de la pena porque a sus cosas
- 3 les dio por hablar.
- 4 OP. DESAPARECE AL FINAL DE LA CANCIÓN

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO OP. TÉCNICA:
CONCEPTO: INSERT 7 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
DURACIÓN: 40" LOCUCIÓN:
FECHA DE GRABACIÓN: MUSICALIZACIÓN:
PRODUCCIÓN:

- 1 LOCUTOR 1 ¡Llamando al planeta tierra! ¡llamando al planeta tierra!
- 2 Estamos a punto de estrellarnos contra objeto
- 3 desconocido! Repito objeto desconocido.
- 4 VARIAS VOCES (gritan)
- 5 OP. ENTRA CD 1 TCK 15 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 6 LOCUTOR 2 ¿En dónde estaremos? Esperen esperen oigo una voz
- 7 VOZ EXTRAÑA Gasha bsha sabrshsh bslishab
- 8 LOCUTOR 1 Creo que caímos en la CTM
- 9 LOCUTOR 2 No no escuchen es por allá
- 10 LOCUTOR 3 Extensión de los sentidos marca A.C.M.E.
- 11 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 8" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 8
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA CD 1 TCK 15 SE MANTIENE 8" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR 3 Extensión de los sentidos marca A.C.M.E.
- 3 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 8" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 9
DURACIÓN: 30"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 LOCUTOR 1 Magazine Interactivo presenta
- 2 OP. EFECTO ECO
- 3 LOCUTOR 1 Golden
- 4 OP. EFECTO ECO
- 5 LOCUTOR 1 Media
- 6 OP. ENTRA DISCO 5 LADO A TCK 1 SE MANTIENE 8" Y FONDEA
- 7 LOCUTOR 2 El pasaporte mágico al mundo maravilloso de la radio y la
- 8 televisión.
- 9 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 10" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 10
DURACIÓN: 50"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 LOCUTOR 1 A ver, a ver niños, escriban. El Plan de Iguala es un
- 2 manifiesto redactado por Agustín de Iturbide, dado a
- 3 conocer el 24 de febrero de 1821. En él se sinte... ¿niños?
- 4 ¡niñooooos!
- 5 NIÑOS (Efecto de ronquidos)
- 6 OP. EFECTO-SONIDO MÁS AGUDO DE LA GUITARRA
- 7 LOCUTOR 2 Porque la historia no se aprende con un montón de datos
- 8 OP. ENTRA DISCO 6 CARA B TCK2 SE MANTIENE 5" Y FONDEA
- 9 LOCUTOR 2 ¡Diccionario anecdótico!
- 10 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 7" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 11
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. EFECTO-SONIDO MÁS AGUDO DE LA GUITARRA
- 2 LOCUTOR 2 Porque la historia no se aprende con un montón de datos
- 3 OP. ENTRA DISCO 3 CARA B TCK 2 SE MANTIENE 5" Y FONDEA
- 4 LOCUTOR 2 ¡Diccionario anecdótico!
- 5 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 7" BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 12
DURACIÓN: 40"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 LOCUTOR 1 (Bosteza)
- 2 LOCUTOR 2 Oye es fin de semana y no sabes qué hacer.
- 3 LOCUTOR 1 (asiente)
- 4 LOCUTOR 2 Pues escucha la Agenda Magazine Interactivo
- 5 OP. ENTRA DISCO 6 LADO 2 TCK 1 SE MANTIENE 5" Y FONDEA
- 6 LOCUTOR 2 Agenda Magazine Interactivo. Para que el aburrimiento se
7 quede allá... En el último rincón de la casa.
- 8 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 7" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 13
DURACIÓN: 40"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 LOCUTOR 1 Compatriotas... Hemos avanzado con claridad y
2 determinación hacia el mejoramiento inmediato de la radio
3 nacional. No podía ser de otra manera. Con el impulso en
4 la creación de Magazine Interactivo y el alza inmediata de
5 sus radioescuchas sin duda lo estamos logrando.
6
7 OP. ENTRA CD 2 TCK 60 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
8 LOCUTOR 2 Magazine Interactivo simplemente el programa del
9 cambio.
10 OP. SUBE EFECTO SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 14
DURACIÓN: 40"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA ÁLBUM 1-1 LADO B TCK 4 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR 1 Porque el público opinó
- 3 OP. CHISPA MUSICAL
- 4 LOCUTOR 2 ¿Cuál es su programa favorito?
- 5 PERSONA 1 Magazine Interactivo
- 6 PERSONA 2 Mmm Magazine Interactivo
- 7 PERSONA 3 Este Magazine Interactivo
- 8 PERSONA 4 Eh Magazine Interactivo
- 9 PERSONA 5 Pues Magazine Interactivo
- 10 OP. CHISPA MUSICAL
- 11 LOCUTOR 1 Por eso y mucho más Magazine Interactivo es tu mejor
12 opción.
- 13 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 15
DURACIÓN: 15"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA ÁLBUM 1-7 LADO B TCK 5 SE MANTIENE 5" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR A la Gioconda la puedes ver sonriente y contenta, pues
- 3 ella sí escucha Magazine Interactivo.
- 4 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 5" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 16
DURACIÓN: 15"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 7 LADO B TCK 4 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR A Napoleón Bonaparte siempre se le veía con la mano
- 3 dentro de su gabán pues ahí guardaba su radio para
- 4 escuchar Magazine Interactivo.
- 5 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 17
DURACIÓN: 15"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA ÁLBUM 2-1 LADO B TCK 4 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Los sábados Aladino no sale de su lámpara aunque la
- 3 frote mil veces pues escucha Magazine Interactivo.
- 4 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 18
DURACIÓN: 30"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. EFFECTO PAN POT (CANAL IZQUIERDO Y CANAL DERECHO)
- 2 LOCUTOR (C.I.) bs bs
- 3 (C.D.) no le cambies
- 4 (C.I.) te puede dar toques
- 5 (C.D.) (efecto de grito)
- 6 (C.I.) Magazine Interactivo
- 7 (C.D.) un programa
- 8 OP. ENTRA CD 3 TCK 2 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 9 LOCUTOR (C.I.) electrizante
- 10 OP. SUBEMÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 19
DURACIÓN: 30"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- | | | |
|---|-----------|---|
| 1 | LOCUTOR 1 | Con ustedes el tenor Plácido Domingo |
| 2 | PLÁCIDO | (carraspea al primer intento) Maa... |
| 3 | | (tose y se ahoga al segundo) Maa... |
| 4 | LOCUTOR 2 | Bs bs, para esas molestias de lagarganta tome M.I. |
| 5 | PLÁCIDO | (al son del Ave María) Maaagazine Interactiii-ii-vo |
| 6 | LOCUTOR 1 | Magazine Interactivo... Un programa |
| 7 | LOCUTOR 2 | (Sonido que se produce del gusto por beber agua) |
| 8 | LOCUTOR 1 | Refreshante |

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: INSERT 20
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA ÁLBUM 3-3 LADO 2 TCK 3 SE MANTIENE 2" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Magazine Interactivo. La primera revista radiofónica a
- 3 todo color el mejor programa de la radio por los siglos de
- 4 los siglos.
- 5 OP. DESAPARECE MÚSICA
- 6 VARIAS VOCES Aaaameeeen

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO OP. TÉCNICA:
CONCEPTO: INSERT 21 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
DURACIÓN: 60" LOCUCIÓN:
FECHA DE GRABACIÓN: MUSICALIZACIÓN:
PRODUCCIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 8 LADO 1 TCK 14 SE MANTIENE 2" Y DESAPARECE
- 2 LOCUTOR ¡Suena la campana! Y el perdedor Espinado Villarreal cae
3 por nocaut técnico al igual que Chávez. Y deja la ciudad
4 así señores
- 5 OP. ENTRA CD 2 TCK 89 SE MANTIENE 3" Y DESAPARECE. LUEGO ENTRA
6 CD 2 TCK 51 SE MANTIENE 4" Y DESAPARECE
- 7 LOCUTOR Y arranca la carrera por la regencia del D.F. en el carril
8 número uno sale con bríos renovados un ejemplar que se
9 dice novato. ¡momento! Se está acercando se trata de ...
10 Camacho Solís.
- 11 OP. ENTRA CD 2 TCK 87 SE MANTIENE 3" Y DESAPARECE
- 12 LOCUTOR Se cae a la mitad del camino. En el carril número dos,
13 viene pitando fuerte y quitando todo lo que se interponga
14 en su camino. ¿de quién se trata?
- 15 OP. ENTRA CD 2 TCK 65 SE MANTIENE 4" Y DESAPARECE
- 16 LOCUTOR Es aquel que fuera exonerado por su compadre en el caso
17 de Aguas Blancas. Nadie lo puede creer. Pero ¿qué pasa
18 con el otro jinete?
- 19 OP. ENTRA CD 2 TCK 18 SE MANTIENE 2" Y FONDEA
- 20 LOCUTOR La gente inexplicablemente empieza a ladrar. Le ladran a
21 aquel ejemplar viejo y cansado que viene en último lugar.
- 22 OP. SUBE EFECTO SE MANTIENE 2" Y DESAPARECE
- 23 LOCUTOR Pero si no están ladrando le están echando porras a
24 Cuauh...temoc.
- 25 OP. ENTRA CD 2 TCK 66 SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
 CONCEPTO: INSERT 22
 DURACIÓN: 3'
 FECHA DE GRABACIÓN:
 PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
 ACTUACIÓN:
 MUSICALIZACIÓN:

1 OP. INSERT 6. LUEGO ENTRA DISCO 9 LADO 1 TCK 17 SE MANTIENE 2" Y

2 DESAPARECE

3 VOLCHITO Hola Señora Pick up ¿cómo está usted?
 4 PICK UP (cansada) Trabajando, pequeñuelo trabajando.
 5 VOLCHITO La veo muy lenta. Será acaso por esas llantotas que se
 6 carga.

7 PICK UP No qué va si con estas llantas tengo más agilidad el
 8 problema es que estos inconscientes me llevan
 9 sobrecargada.

10 VOLCHITO Es cierto si hasta la voz se le oye...(sobresaltado) ¡aaay
 11 nanitaaa!

12 TORTÓN ¡Hazte a un lado Volchito! ¡llevo prisa!

13 PICK UP ¡Qué bruto! Por poco y te aplasta ese Tortón

14 VOLCHITO Lo alcanzaré. Debe darme una explicación. Nos vemos
 15 Señora Pick up.

16 OP. ENTRA DISCO 10 LADO 2 TCK 1 SE MANTIENE 5" Y DESAPARECE

17 VOLCHITO Oye grandulón. ¿por qué viajas tan rápido? No ves
 18 que pones en peligro la vida de muchos.

19 TORTÓN Perdona, sabes bien que no quise hacerte daño. Lo que
 20 pasa es que estos choferes le entraron duro al guateque
 21 toda la noche. Hoy se levantaron tarde y quieren llegar
 22 temprano para que no los corran.

23 VOLCHITO Entiendo Señor Tortón, pero usted debería...

24 TORTÓN No, si eso no es todo, hace rato por poco y atropello a una
 25 vieja gorda con sus dos chamacos igual de gordos.

- 26 Imagínate lo que hubiera sido de mí.
- 27 VOLCHITO Ni hablar señor. Yo me voy por este camino. Nos vemos.
- 28 TORTÓN (alejándose) adiosito.
- 29 OP. ENTRA DISCO 10 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 5" Y DESAPARECE
- 30 VOLCHITO Señorita Guayín, ahora que estamos en el alto aprovecho para decirle que luce usted hermosa.
- 31 para decirle que luce usted hermosa.
- 32 GUAYÍN ¿De verdad lo crees Volchito?
- 33 VOLCHITO Sí ¿cómo le hace para estar tan bella?
- 34 OP. ENTRA DISCO 10 LADO 2 TCK 5 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 35 GUAYÍN (Cantando) Yo luzco bella pues todo funciona en mí, mi
- 36 dueño siempre me cuida y yo lo quiero a él. Me ajusta el
- 37 motor, me afina, me cambia el aceite, me pone agua, me
- 38 lava, me pinta, me mimma y por eso yo lo quiero a él, y por
- 39 eso... Yooo lo quiero a él.
- 40 OP. DESAPARECE MÚSICA
- 41 AMBOS (Tosen y tosen hasta casi ahogarse)
- 42 VOLCHITO ¡Válgame dios! ¡cuánto humo hechas Microbús!
- 43 MICROBUS Saben bien que detesto a los carritos como ustedes, nos
- 44 vemos. Buun, buun (alejándose)
- 45 AMBOS (vuelven a toser)
- 46 GUAYÍN Está visto que en esta ciudad nunca falta alguien que te
- 47 eche a perder el día.
- 48 OP. ENTRA DISCO 10 LADO 1 TCK 6 SE MANTIENE 8" Y DESAPARECE
- 49 VOLCHITO Y todo porque alguien más los trata mal a ellos.
- 50 OP. INSERT 6

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
 CONCEPTO: INSERT 23
 DURACIÓN: 3'
 FECHA DE GRABACIÓN:
 PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
 GUIÓN: PATRICA A. Y FABIÁN M.
 LOCUCIÓN:
 MUSICALIZACIÓN:

1 OP. ENTRA DISCO 11 LADO 2 TCK 3 SE MANTIENE 10" Y FONDEA

2 LOCUTOR La retina es la membrana que recubre la parte interna del
 3 ojo y es ella la encargada de recibir la luz en la superficie y
 4 convertirla en señales que puedan ser interpretadas por el
 5 cerebro. Este órgano se compone básicamente de dos tipos
 6 distintos de células: los bastones que captan los cambios en
 7 la intensidad luminosa y los conos que distinguen las
 8 diversas longitudes de onda.

9 OP. CHISPA MUSICAL

10 LOCUTOR El color depende de las distintas longitudes de onda y sólo
 11 pueden ser captados por los conos, aunque un ser vivo que
 12 cuenta únicamente con bastones, en su estructura retinal
 13 verá perfectamente, pero sólo en blanco y negro. ¿y por
 14 qué decimos todo esto? Bueno pues porque entre las
 15 especies animales, sólo los primates superiores cuentan con
 16 conos en su retina por lo que ellos sí pueden ver colores,
 17 pero el toro tiene una visión monocromática así que ni
 18 siquiera sabe de qué color es el capote.

19 OP. CHISPA MUSICAL

20 LOCUTOR El verdadero motivo de las embestidas viene de una serie
 21 de circunstancias como el encierro, las provocaciones o
 22 agresiones que provocan que el animal se enfurezca y
 23 descargue su furia en todo aquello que se mueva sea del
 24 color que sea. (despedida y crédito)

25 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 10" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO OP. TÉCNICA:
CONCEPTO: INSERT 24 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
DURACIÓN: 6' LOCUCIÓN:
FECHA DE GRABACIÓN: MUSICALIZACIÓN:
PRODUCCIÓN:

- 1 OP. ENTRA CD 4 TCK 10 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR 1 Esto es su noticiario "Notidigo" una nueva forma de ver la
3 información. "Notidigo" no lo decimos primero pero lo
4 decimos diferente. "Notidigo" muchas palabras en pocas
5 notitas. Con ustedes el periodista Jacobo Ferriz Vivó.
- 6 OP. DESAPARECE MÚSICA
- 7 JACOBO En información nacional. En compañía de familiares y
8 amigos el presidente de la República, en una celebración
9 magna festejó su cumpleaños. El detalle de la información
10 con Rito Ganón:
- 11 LOCUTOR 2 Señor esto fue lo que sucedió en el Salón Principal de los
12 Pinos
- 13 OP. ENTRA DISCO 12 LADO B TCK 6 SE MANTIENE 5" Y FONDEA
- 14 LOCUTOR 5 Sí, sí. Sonido El Fariseo ¡a bailar!
- 15 OP. CHISPA MUSICAL
- 16 LOCUTOR 5 Para todos nuestros cuates de San Pedro de los Pinos. Para
17 la Canabrias allá en la Colonia la Pesca. Para Chanita de
18 parte del muccas en vigilancia. Así suena la Cumbia
19 Sampuesana...
- 20 OP. DESAPARECE MÚSICA
- 21 JACOBO Por otra parte el fenómeno chupacabras sigue causando
22 estragos en la población. Escuchemos el testimonio de
23 alguien que estuvo frente a frente con el chupacabras
- 24 OP. ENTRA CD 2 TCK 21 SE MANTIENE 3" Y DESAPARECE. LUEGO ENTRA

25 CD 5 TCK 64 SE MANTIENE 3" Y DESAPARECE

26 JACOBO ¿Sí Lupita?

27 LOCUTOR 3 ¡Ah! Conque Lupita grandísimo sinvergüenza.

28 JACOBO ¡Vieja! (carraspea) señora podría repetir su informe.

29 Estamos al aire.

30 LOCUTOR 3 Sólo eso me faltaba. Otra mujer. No me das para el gasto.

31 No cuidas a los niños. No nos sacas a pasear...

32 JACOBO De acuerdo con los últimos informes proporcionados el

33 día de ayer por su trabajadora doméstica Juanita

34 Domínguez y avalados por Jaime Robles y Raúl Jiménez,

35 su chofer y su mozo respectivamente, sus gastos se han

36 incrementado considerablemente en vista de sus visitas

37 diarias a las tiendas de autoservicio.

38 LOCUTOR 3 ¿Qué demonios dices?

39 JACOBO Que por último le agradecemos mucho su reporte. Si me

40 permite nos vemos en la noche para tratar el detalle en

41 conferencia de prensa (cuelga el teléfono).

42 OP. ENTRA DISCO 13 LADO 1 TCK 2 SE MANTIENE 4" Y FONDEA

43 LOCUTOR 1 Y ahora el reporte de tráfico en Notidigo.

44 OP. DESAPARECE MÚSICA

45 LOCUTOR 4 Tenemos a nuestro reportero en el viaducto Miguel

46 Alemán

47 OP. ENTRA DISCO 14 LADO 1 TCK 9 Y FONDEA

48 LOCUTOR 2 En un momento le damos el reporte. No señora, pero yo

49 no tuve la culpa, usted me pegó a mí.

50 LOCUTOR 3 A mí me vale ¡usted me paga!

51 OP. DESAPARECE EFECTO

52 LOCUTOR 4 Más información desde Periférico Oriente

53 OP. ENTRA DISCO 14 LADO 1 TCK 9 SE MANTIENE 2" Y FONDEA

54 LOCUTOR 6 Nos encontramos en la unidad 36 de la ruta 18.

- 55 LOCUTOR 5 Pásele para atrás joven
- 56 LOCUTOR 6 Permitame un momento, estoy trabajando
- 57 LOCUTOR 6 Decía yo que estamos en la unidad número...
- 58 LOCUTOR 5 ¡Pásale pa'tras mi buen!
- 59 LOCUTOR 6 Sí me voy a pasar. No me grites.
- 60 LOCUTOR 5 ¡No me grites tú a mí! Ya estuvo compa (se arma el
- 61 pleito)
- 62 OP. DESAPARECE EFECTO
- 63 LOCUTOR 4 Le seguiremos informando
- 64 OP. ENTRA CD 5 TCK 64 SE MANTIENE 3" Y DESAPARECE
- 65 JACOBO ¿Sí Lupillo?
- 66 LOCUTOR 4 (mujer fingiendo ser hombre) Licenciado es una llamada
- 67 de Humberto Peláez. Está por la número dos.
- 68 OP. EFECTO DE REVER EN LA VOZ DE HUMBERTO
- 69 JACOBO ¿Sí Humberto?
- 70 HUMBERTO (voz de español) Hola Jacobo cómo estás.
- 71 JACOBO Háblame de usted.
- 72 HUMBERTO Cómo no. Mira yo nacl en la Cataluña población al noreste
- 73 de Madrid...
- 74 JACOBO No, no. Que te fijes con quién estás hablando.
- 75 HUMBERTO ¡Ah! Sí perdón. Señor nos encontramos en medio de una
- 76 batalla muy dulce. Quizá la más dulce de todas. Se trata ni
- 77 más ni menos que la Guerra de los Pasteles en donde los
- 78 únicos heridos han sido los tragones que se han hartado
- 79 con los pasteles de tres leches, de chantilli y de
- 80 merengue. Ese es mi reporte señor.
- 81 JACOBO Bueyes y deportes con el Joven Maleta.
- 82 JOVEN M. Gracias señor. Ricardo Antonio Lavolpe director técnico
- 83 del América opinó acerca del encuentro que sostuvieron
- 84 sus pupilos con las Chivas Rayadas del Guadalajara

- 85 OP. EFECTO DE REVER EN LA VOZ DE RICARDO
- 86 RICARDO (Voz de argentino) bueno etc. Yo creo que el equipo jugó
87 muy bien. A pesar del siete cero. Los muchachos hicieron
88 su mayor esfuerzo. Y ni hablar así es el futbol.
- 89 JOVEN M. Eso es todo en bueyes y deportes.
- 90 JACOBO Y esto fue todo en Notidigo. Yo regreso mañana.
- 91 OP. ENTRA CD 4 TCK 10 SE MANTIENE 6" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CÁPSULA 1
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA CASSETTE 1 LLADO B TCK 3 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Sabías que en 1997 los habitantes del Distrito Federal
- 3 tendremos la oportunidad de elegir por primera vez a
- 4 nuestro gobernante capitalino.
- 5 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CÁPSULA 2
DURACIÓN: 3'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

1 OP. ENTRA DISCO 15 LADO B TCK 2 SE MANTIENE 5" Y FONDEA

2 LOCUTOR 1 En los albores del año dos mil nuestra sociedad ha tenido
3 que caminar a pasos agigantados, al compás de los
4 avances tecnológicos y de las constantes
5 transformaciones que de ellos emanan.

6 OP. CHISPA MUSICAL

7 LOCUTOR 2 Lo que en la época de Galileo era un sacrilegio, en
8 nuestros días es algo cotidiano y casi natural.

9 OP. CHISPA MUSICAL

10 LOCUTOR 1 Pareciera por algún momento que hemos perdido la
11 capacidad de asombro y que estamos listos para recibir las
12 nuevas hazañas tecnológicas incluso las deseamos, y
13 atrevidamente, hasta las pronosticamos.

14 OP. CHISPA MUSICAL

15 LOCUTOR 2 Estamos tan acostumbrados ya a la comunicación vía
16 satélite. A la televisión por cable, al internet, a la realidad
17 virtual al ajetreo constante de nuestra sociedad que resulta
18 lógico aceptar cualquier tónico contra el aburrimiento,
19 pero sobre todo contra la soledad, herencia innegable de
20 nuestra época.

21 OP. CHISPA MUSICAL

22 LOCUTOR 1 Sin duda uno de los remedios más exitosos desde 1985,
23 principalmente en los Estados Unidos han sido las
24 denominadas hot lines. En sus inicios este servicio

- 25 consistía únicamente en descripciones de relaciones
26 sexuales, orgías y conexión entre desconocidos.
- 27 OP. CHISPA MUSICAL
- 28 LOCUTOR 2 En la actualidad, este servicio de valor agregado, como se
29 le conoce en nuestro país, presenta una gama de
30 posibilidades de entretenimiento y servicios que en
31 los últimos años han sido explorados por empresas de todo
32 tipo: chistes, horóscopos, consultas financieras, charlas
33 con famosos, resúmenes de telenovelas, orientación
34 sexual, recetas... ¡en fin! Podemos encontrar desde una
35 narración erótica hasta los pronósticos de Walter Mercado,
36 las charlas de Germán Dehesa o las cualidades deportivas
37 de Jorge Campos.
- 38 OP. CHISPA MUSICAL
- 39 LOCUTOR 1 Hasta aquí parece que todo marcha sobre ruedas,
40 especialmente porque es muy sencillo utilizar este
41 servicio, pero en realidad ¿cuál es el precio que hay que
42 pagar por él?
- 43 LOCUTOR 2 En 1994 miles de usuarios de teléfonos interpusieron una
44 demanda ante la PROFECO en contra de Teléfonos de
45 México por supuestos cobros de largas distancias
46 injustificadas, pero que estaban consideradas como uso de
47 las hot lines.
- 48 LOCUTOR 1 La procedencia de estas llamadas variaba entre China,
49 Hong Kong, Australia, República Dominicana, España y
50 Chile y ni siquiera TELMEX sabía lo que estaba
51 ocurriendo.
- 52 LOCUTOR 2 ¿Dónde está la información que exige la Secretaría de
53 Comunicaciones y Transportes para conceder este tipo de
54 servicio?

- 55 LOCUTOR I ¿O acaso el sexo platicado se ha convertido en el negocio
56 más rentable del mundo?
57 OP. SUBE MÚSICA SE MANTINE 4" Y BAJA HASTA DESPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO OP. TÉCNICA:
CONCEPTO: CÁPSULA 3 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
DURACIÓN: 15' LOCUCIÓN:
FECHA DE GRABACIÓN: MUSICALIZACIÓN:
PRODUCCIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 16 LADO A TCK 3 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR ¿Sabías que durante el Mundial de Futbol en Estados
- 3 Unidos la línea 91-801 recibió 37 mil llamadas al día?
- 4 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CÁPSULA 4
DURACIÓN: 15"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 17 CARA B TCK 2. SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR En 1948 nació "la Familia Burrón" historieta de crítica
- 3 social creada por Gabriel Vargas e inspirada en una
- 4 familia que vivía en la vecindad donde Vargas pasó su
- 5 infancia.
- 6 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CÁPSULA 5
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIAN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

1 OP. ENTRA ÁLBUM 4-2 LADO A TCK 5 SE MANTIENE 4" Y FONDEA

2 LOCUTOR En el año de 1954 un hombre llamado Ramón César
3 González inauguró en la calzada de Tlalpan número 1184
4 de la colonia Portales un salón que sin pensarlo llegaría a
5 ser uno de los más nombrados de la ciudad de México "el
6 California Dancing Club".

7 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CÁPSULA 6
DURACIÓN: 20"
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 18 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Gracias a la realidad virtual los estudiantes de medicina
- 3 pueden practicar sus lecciones de anatomía y los cirujanos
- 4 pueden practicar operaciones difíciles que de otra forma
- 5 no podrían ensayar.
- 6 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO OP. TÉCNICA:
CONCEPTO: CÁPSULA 7 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
DURACIÓN: 25" LOCUCIÓN:
FECHA DE GRABACIÓN: MUSICALIZACIÓN:
PRODUCCIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 19 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 2 LOCUTOR Uno de los antecedentes de la historieta mexicana son las
- 3 ilustraciones que se obsequiaban en las cajetillas de los
- 4 cigarros "El Buen Tono" allá por el año de 1880. Entre
- 5 ellas destacó "La historia de una mujer" serie que fue
- 6 ilustrada por el pintor catalán Planas.
- 7 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER

MÚSICA Y EFECTOS DE LA PREPRODUCCIÓN

DISCOS

1. Virus, Una luna de miel en la mano. (Lado 1 Tck 1)
2. Limahl, Torre de marfil. (Lado 2 Tck 1)
3. Bebu Silveti, Lluvia de primavera. (Cara A Tck 1)
Lluvia de cocos. (Cara B Tck 2)
4. Cri-Cri, Fiesta de los zapatos. (Lado 1 Tck 3)
5. Los persuaders, Tijuana. (Lado A Tck 1)
6. Ken Griffin, La calle doce. (Lado 2 Tck 1)
7. Les Djinn, Sr. La Fayette. (Lado B Tck 4)
8. Jac Holzman vol. 3, Expectant crowd noise. (Lado 1 Tck 14)
9. Jac Holzman vol. 4, Volkswagen. (Lado 1 Tck 17)
10. J. Wechter and The Baja Marimba Band, Si señor ella es mi chica. (Lado 2 Tck 1)
Digo una plegaria. (Lado 1 Tck 1)
Debe haber algo mejor que esto. (Lado 2 Tck 5)
Balada de Bonnie y Clyde. (Lado 1 Tck)
11. Mecano, Por la cara. (Lado 2 Tck 3)
12. Estrellas del caribe, Cumbia sampuesana 2000. (Lado B Tck 6)
13. Miguel Bosé, Metrópolis. (Lado 1 Tck 2)
14. Jac Holzman vol. 1, Traffic. (Lado 1 Tck 9)
15. Bebu Silveti, Reunión Azteca. (Lado B Tck 2)
16. Duncan Dhu, Señales en el cielo. (Lado A Tck 3)
17. Mecano, Dalai Lama. (Cara B Tck 2)
18. Munich Machine, Una pálida sombra. (Lado 1 Tck 1)
19. Jo Basile and Orchestra, Comme Ci Comme ca-tout Ca. (Lado 1 Tck 1)

DISCOS COMPACTOS

1. Mike Oldfield, The sunken forest. (Tck 15)
2. Keith Holzman vol. 3, Applause. (Tck 60)
Horse race. (Tck 51)
Roaring fire (Tck 89)
Oscillator sweep. (Tck 87)
Funeral march. (Tck 65)
Reveille bugle call. (Tck 66)
Cows mooing. (Tck 21)
3. Green Day, Having a blast. (Tck 2)
4. Dagon, Boom chaka. (Tck 10)
5. Keith Holzman vol. 1, Telephone rings 5 times. (Tck 64)

ÁLBUMES

1. Juan Torres, La banda dominguera. (Disco 1 Lado B Tck 4)
Pata pata. (Disco 7 Lado B Tck 5)
2. Los violines de Pego, Malagueña andalucía. (Disco 1 Lado B Tck 4)
3. Orquesta Filarmónica Nacional, Nocturno de "El sueño de una Noche de Verano".
(Disco 3 Lado 2 Tck 3)
4. Mariachi Vargas, Teléfono a larga distancia. (Disco 2 Lado A Tck 5)

CASSETTES

1. Pink Floyd, Perros y guerra. (Lado B Tck 3)

INSERTS

- A. Llamada a una hot line.
- B. Voz de los Simpsons.
- C. Voz de Homero.
- D. Voz de Marsha.
- E. Voz de Liza.
- F. Voz de Bart.
- G. Voz de entrevistado en Radiometría.
- H. Jingle en Radiometría.
- I. Voz de María Elena Cantú.
- J. Voz de reportero.
- K. Voz de Jean Claude.
- L. Voz de Jean Claude.
- M. Testimonios de la gente.

6.3 PRODUCCIÓN

La producción será la etapa más importante de *Magazine Interactivo*. Es nada menos que convertir el texto en señales auditivas, vestir el mensaje con ropa de trabajo, ponerlo al aire para culminar en la anhelada retroalimentación con la audiencia

Se incluirán los guiones de todo aquello que saldrá al aire en caliente (secciones de orientación, de historia, científica, musical, etc.) en donde también se indicarán los inserts realizados en la preproducción. Asimismo, con la finalidad de facilitar la labor del productor y los conductores se añadirá la guía de conducción.

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: PRESENTACIÓN
DURACIÓN: 5'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 1
- 2 CONDUCTOR 1 (saluda)
- 3 CONDUCTOR 2 (saluda)
- 4 CONDUCTOR 1 Déjenme decirles que tenemos un programa completísimo.
5 Nada más pa'que se den una idea: tendremos la
6 información más importante de la semana en Noticias de
7 primera plana donde estára como invitado xxxxxxxxxx
8 xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx xxxxxx quien nos platicará acerca
9 de la elección del regente a efectuarse en 1997.
- 10 CONDUCTOR 2 En nuestra sección Dialéctica juvenil platicaremos con
11 un grupo de jóvenes amigos acerca de esas líneas tan de moda
12 conocidas como los 91-800 o hot lines.
- 13 CONDUCTOR 1 Te enterarás también de los últimos descubrimientos e
14 innovaciones de la ciencia y la tecnología en Extensión de
15 los sentidos. Que hoy te dice lo que es el morphing.
- 16 CONDUCTOR 2 Y para tí que te apasionan los medios de comunicación,
17 descubre la riqueza que esconden los programas de radio y
18 televisión en Golden media.
- 19 CONDUCTOR 1 En nuestro Consultorio de orientación platicaremos de esa
20 difícil combinación de familia y trabajo. ¿puede uno
21 desarrollarse en ambas al mismo tiempo? Yo digo que sí y
22 tú ¿qué opinas?
- 23 CONDUCTOR 2 Si estás harto del stress y la rutina diaria dale

- 24 espontaneidad y color a tu vida con la Agenda Magazine.
- 25 CONDUCTOR 1 Y si vas por ahí y un loco te empieza a hacer preguntas, no
- 26 te espantes. Se trata de Hugo, Paco o Luis, nuestros
- 27 reporteros que están muy cerca de ti.
- 28 CONDUCTOR 2 Participa con ellos en nuestro Primer Rally Ecológico.
- 29 Nuestro reportero Hugo se encuentra ya en la entrada
- 30 principal del Bosque de Aragón.
- 31 CONDUCTOR 1 Expresa tu opinión en Magazine Interactivo a nuestras
- 32 líneas telefónicas
- 33 CONDUCTOR 2 775-84-52 y 776-89-87.
- 34 CONDUCTOR 1 Todo esto y más en Magazine Interactivo.
- 35 CONDUCTOR 2 Vamos a unos mensajes comerciales y regresamos con las
- 36 Noticias de primera plana.
- 37 OP. INSERT COMERCIALES (2')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: NOTICIAS DE PRIMERA...
DURACIÓN: 16'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 3
- 2 CONDUCTOR 2 En Noticias de primera plana te informamos que el
3 presidente de la República, Ernesto Zedillo, destituyó al
4 secretario de Seguridad Pública, David Garay Maldonado,
5 debido a la reacción violenta de los granaderos durante la
6 manifestación de los profesores disidentes. Asimismo el
7 mandatario dijo que los cuerpos de seguridad tienen la
8 responsabilidad de actuar siempre con prudencia llamando
9 al orden y al diálogo.
- 10 OP. ENTRA DISCO LLADO B TCK 2 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 11 CONDUCTOR 1 Este miércoles las fracciones parlamentarias del PRI, PAN
12 y PRD en la Cámara de Diputados coincidieron en que
13 sólo se han realizado cambios de forma y no de fondo en
14 el sistema político del país, y que, sin embargo, se ha
15 agudizado la crisis política.
- 16 OP. SONIDO FONDEA
- 17 CONDUCTOR 2 El gobernador interino de Nuevo León, Benjamín
18 Clariond Reyes Retana, propuso reformas al Código de
19 Procedimientos Penales del estado para permitir el arraigo
20 de personas involucradas en delitos.
- 21 OP. SONIDO FONDEA
- 22 CONDUCTOR 1 Amnistía Internacional pidió exhumar los restos de los 17
23 campesinos asesinados en la población de Aguas Blancas,
24 a fin de apoyar la investigación y castigar a los

- 25 responsables.
- 26 OP. SONIDO FONDEA
- 27 CONDUCTOR 2 En noticias internacionales el gobierno de Indonesia
28 prohibió que las mujeres de este país vuelvan a participar
29 en concursos de belleza. La ministra para Asuntos de la
30 Mujer anunció la medida luego del escándalo que provocó
31 en el gobierno la participación de su representante en traje
32 de baño durante el pasado certamen de Miss Universo.
- 33 OP. SONIDO FONDEA
- 34 CONDUCTOR 1 El presidente ruso Boris Yeltsin, afirmó que las fuerzas
35 rusas responderán mediante severas medidas a cualquier
36 violación por parte de los independentistas chechenos.
- 37 OP. SONIDO FONDEA
- 38 CONDUCTOR 2 Corea del Norte solicitó al gobierno japonés ayuda
39 humanitaria debido a la grave escasez de alimentos que
40 enfrenta el país.
- 41 OP. SONIDO FONDEA
- 42 CONDUCTOR 1 Cancilleres de la Unión Europea iniciaron este lunes una
43 reunión en Bruselas para tratar diversos temas entre los
44 que destacan las elecciones en Bosnia y el proceso de paz
45 en el Oriente Medio.
- 46 OP. MEZCLA BAJA CON DISCO 2 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 3" Y
47 FONDEA
- 48 CONDUCTOR 2 Y en deportes esta semana finalmente se coronaron
49 campeones de la NBA los Toros de Chicago al imponerse
50 por cuatro juegos a dos a los Supersónicos de Seattle.
- 51 OP. SONIDO FONDEA
- 52 CONDUCTOR 1 Por último, la selección mexicana de fútbol, que comanda
53 el serbio Bora Milutinovic, se adjudicó la edición 1996 de
54 la Copa Estados Unidos al empatar a dos goles con el

- 55 representativo norteamericano. Los tantos mexicanos
56 fueron obra de Rafael "el chiquis" Garcia al minuto 48 y
57 Cuauhtemoc Blanco al minuto 87 de tiempo corrido.
- 58 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 3" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 59 CONDUCTOR 1 Una pausa comercial y continuamos con Magazine
60 Interactivo
- 61 OP. INSERT COMERCIALES (2')
- 62 OP. INSERT 21
- 63 CONDUCTOR 1 Después de este rato de buen humor nuestro espacio
64 de entrevista lo dedicaremos a un tema muy importante
65 para todos los que vivimos aquí en el Distrito Federal.
66 Hablaremos sobre la elección del regente capitalino de
67 1997, para ello contamos con la presencia del Licenciado
68 xxxxxxxx xxxxxxxxxxxx representante de
69 xxxxxxxxxxxxxxxx.
- 70 CONDUCTOR 2 Él platicará con nosotros sobre los aspectos más relevantes
71 de esta próxima elección y que seguramente, muchos de
72 nosotros no conocemos. Desde este momento las líneas de
73 Magazine Interactivo están listas para escuchar tus
74 opiniones, preguntas o cualquier inquietud que desees
75 expresar.
- 76 LOCUTOR Llámanos al 775-84-52 o al 776-89-87.
- 77 OP. ENTRA DISCO 3 LADO B TCK 2 SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA
78 DESAPARECER
- 79 CONDUCTOR 1 Bienvenido Licenciado xxxxxxxx a este espacio de
80 Magazine Interactivo con el que pretendemos abrir una
81 puerta al ámbito político de nuestro país y que nosotros los
82 jóvenes estamos interesados en conocer.
83 (espacio dedicado a la entrevista 10') posibles preguntas:
84 ¿Qué le parece si para empezar nos explica brevemente la

- 85 importancia de la figura de regente en nuestro sistema
86 político?
87 ¿Por qué hasta ahora los habitantes del D.F. tenemos la
88 oportunidad de elegir a nuestro regente? mandar a una
89 pausa comercial en el minuto 4 de la entrevista)
90 OP. INSERT CÁPSULA 1
91 OP. INSERT COMERCIALES (1')
92 (Regreso de comerciales lectura de llamadas)
93 ¿cómo se va a llevar a cabo la elección?
94 (Hacen más preguntas y dan la despedida)
95 OP. INSERT 4
96 OP. INSERT COMERCIALES (3')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CONTROL REMOTO 1
DURACIÓN: 3'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 4 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 4" Y BAJA A FONDO
2 CONDUCTOR 1 Regresamos a Magazine Interactivo y vamos directamente
3 con nuestro reportero Hugo allá en el Bosque de Aragón.
4 Adelante Hugo:
-

ESPACIO DEDICADO AL PRIMER CONTROL REMOTO CON DURACIÓN
APROXIMADA DE 3'

- 5 CONDUCTOR 2 Gracias Hugo. Les recordamos que nuestro reportero Paco
6 se encuentra ya en la Plaza Hidalgo allá en el corazón de
7 Coyoacán.
8 CONDUCTOR 1 Y en un momento más estará transmitiendo en vivo para
9 Magazine Interactivo.
10 CONDUCTOR 2 Mientras tanto vamos a esto...

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: DIALÉCTICA JUVENIL
DURACIÓN: 22'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 5
- 2 CONDUCTOR 1 (Presentación del tema a tratar)
- 3 LOCUTOR (da los números telefónicos)
- 4 OP. INSERT CÁPSULA 2
- 5 CONDUCTOR 2 (Presentación de los invitados)
- 6 CONDUCTOR 1 ¿cuál es la experiencia de cada uno de ustedes frente a las
- 7 hot lines?
- 8 INVITADOS (responden)
- 9 CONDUCTORES (Comentan respecto a las respuestas e invitan al público a
- 10 escuchar el insert)
- 11 OP. INSERT A
- 12 CONDUCTORES (Comentan y hacen preguntas) algunas posibles son:
- 13 ¿Cómo o por qué surgen este tipo de líneas?
- 14 ¿Qué clase de personas lo utilizan?
- 15 (mandan a comerciales)
- 16 OP. INSERT COMERCIALES (2')
- 17 OP. INSERT CÁPSULA 3
- 18 CONDUCTOR 2 (Hace lectura de llamadas y preguntas si es que las hay)
- 19 CONDUCTORES (retoman el tema y continúan con la mesa redonda)
- 20 posibles preguntas:
- 21 ¿Cuáles serían los principales inconvenientes de las hot
- 22 lines?
- 23 ¿Cuál es el papel de la Secretaría de Comunicaciones y
- 24 Transportes TELMEX en este servicio?

- 25 ¿Creen ustedes que estas líneas representen una verdadera
26 opción de solución a una necesidad?
27 ¿Qué tendría que hacer la gente para evitar caer en este tipo
28 de servicio?
29 (concluyen el tema y agradecen a los invitados su
30 participación)
- 31 OP. INSERT 13
- 32 OP. INSERT COMERCIALES (4')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: SECCIONES COMODINES
DURACIÓN: 7'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 CONDUCTOR 1 Tenemos a continuación un festejo peruano titulado el
2 alcatraz. Escuchemos
- 3 OP. ENTRA DISCO 5 LADO A TCK 1 SE MANTIENE HASTA QUE TERMINE
- 4 CONDUCTOR 1 Esto fue el alcatraz, canto y baile mestizo de origen
5 africano. Un baile de indudable intención erótica en que la
6 mujer mueve frenéticamente las caderas. De ahí también el
7 sentido de la frase llena de picardía con la que la dama
8 canta retando a su pareja: ¡A que no me quemas... el
9 alcatraz! (Presenta a "Si las cosas hablaran").
- 10 OP. INSERT 22
- 11 CONDUCTOR 1 (Comenta algo acerca del sketch y manda a comerciales,
12 recordando que al regresar entrará "Extensión de los
13 sentidos").
- 14 OP. INSERT COMERCIALES (2')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: EXTENSIÓN DE LOS SEN.
DURACIÓN: 9'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 7
- 2 CONDUCTOR 1 Extensión de los sentidos tiene tres pases dobles para
3 "Historia del tigre" obra que se presenta en el Centro
4 Cultural Helénico en Av. Revolución 1500. Si llamas al
5 775-84-52 o a el 776-89-87 y respondes correctamente a la
6 siguiente trivia científica, habrás ganado tu pase doble.
7 Mi querida (nombre) ¿qué nos tienes en la trivia
8 científica?
- 9 CONDUCTOR 2 La trivia científica de hoy dice así ¿qué es o en qué
10 consiste la nanotecnología?
- 11 CONDUCTOR 1 ¿Qué es o en qué consiste la nanotecnología? Si lo sabes
12 marca ahora mismo al 7758452 o 7768987 y tendrás tu
13 pase doble para "historia del tigre"
- 14 OP. ENTRA CD 1 TCK 13 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 15 CONDUCTOR 1 Activados el botón del ingenio y los bulbos de la
16 imaginación, extensión de los sentidos te hablará de uno de
17 los adelantos más importantes de la tecnología
18 cibernética.
- 19 OP. CHISPA MUSICAL
- 20 CONDUCTOR 2 Así es (nombre cond1) hablaremos del morphing, la
21 técnica más novedosa y sensacional para crear efectos
22 especiales.
- 23 OP. DESAPARECE MÚSICA
- 24 CONDUCTOR 2 El morphing es una técnica creada por la Compañía Pacific

- 25 Data Images y es capaz de deformar imágenes y convertir
 26 en realidad los mejores sueños, pero también las peores
 27 pesadillas.
- 28 CONDUCTOR 1 Haaay me estoy deformando... Sus principales aplicaciones
 29 se han dado dentro de las industrias publicitaria y
 30 cinematográfica.
- 31 CONDUCTOR 2 Su versatilidad es tal que puede verse a un auto convertirse
 32 en un tigre o a una roca adquirir vida al transformarse en
 33 un animal.
- 34 OP. ENTRA DISCO 6 LADO B TCK 1 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 35 CONDUCTOR 1 Dentro de la industria cinematográfica el morphing se ha
 36 utilizado en películas como El secreto del abismo,
 37 Terminator y más recientemente en The mask, la máscara y
 38 Toys protagonizada por Robin Williams.
- 39 OP. CHISPA MUSICAL
- 40 CONDUCTOR 2 Muchas compañías invierten grandes cantidades de dinero
 41 para que sus productos se anuncien vía morphing. Si bien
 42 el morphing no garantiza el éxito de sus ventas es un
 43 seguro medio para atraer la atención del público.
- 44 CONDUCTOR 1 ¡Claro! Ello a través de los efectos increíbles que maneja.
 45 Y fíjate cuando hablamos del morphing me es inevitable
 46 recordar las caricaturas de la Warner Brothers: rostros que
 47 se deforman, extremidades que se alargan, ojos que se
 48 salen de su órbita, o los cuerpos que quedan como tortilla
 49 al ser aplastados por una aplanadora.
- 50 OP. MEZCLA BAJA CON CD 2 TCK 1 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 51 CONDUCTOR 2 Pero no sólo ha sido utilizado el morphing dentro del cine
 52 y la publicidad. También los grandes de Hollywood se
 53 han valido de esta técnica para la creación de sus videos.
 54 Tal es el caso de Michael Jackson, que con su video "Black

- 55 and white", se convirtió en la primera estrella de la música
56 en utilizar el morphing.
- 57 OP. CHISPA MUSICAL
- 58 CONDUCTOR 2 Como recordaremos en este video se realiza la
59 metamorfosis de 30 jóvenes de diferentes razas
60 intercambiando características como nacionalidad, color
61 de piel e incluso sexo.
- 62 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 63 CONDUCTOR 2 ¿Oye y eso es todo lo que se puede hacer con el morphing?
64 CONDUCTOR 1 Por supuesto que no. Afortunadamente también tiene su
65 aspecto serio. Por ejemplo en algunos países desarrollados
66 el trabajo del morphing consiste en encontrar personas
67 desaparecidas.
- 68 CONDUCTOR 2 Pero ¿cómo? No entiendo.
- 69 CONDUCTOR 1 Muy sencillo, se ayudan con potentes computadoras
70 capaces de envejecer cualquier rostro.
- 71 CONDUCTOR 2 ¿cualquiera?
- 72 CONDUCTOR 1 Sí, como el de un prófugo de la justicia o el de un niño
73 desaparecido. Es más ha habido casos de niños
74 desaparecidos a los pocos meses de nacidos y encontrados
75 muchos años después gracias al morphing.
- 76 CONDUCTOR 2 Eso que dices me hace pensar que en un futuro no muy
77 lejano, gracias al morphing podremos ver a nuestros
78 artistas favoritos aun cuando ya estén muertos.
- 79 CONDUCTOR 1 Sin duda. El show debe continuar.
- 80 OP. ENTRA DISCO 7 LADO A TCK 6 SE MANTIENE 5" Y BAJA HASTA
81 DESAPARECER
- 82 CONDUCTOR 1 Bueno amigos hasta aquí su sección extensión de...
- 83 CONDUCTOR 2 ¡Momento!
- 84 CONDUCTOR 1 ¿Qué pasa?

- 85 CONDUCTOR 2 Podrías imaginarte una conversación entre tú y Napoleón.
- 86 CONDUCTOR 1 Pero eso qué tiene que ver.
- 87 CONDUCTOR 2 Que faltó decir que también existe el morphing auditivo.
- 88 CONDUCTOR 1 ¿Morphing auditivo?
- 89 CONDUCTOR 2 Sí, el que ha logrado juntar las voces de cantantes
90 pertenecientes a épocas completamente diferentes.
- 91 CONDUCTOR 1 No entiendo.
- 92 CONDUCTOR 2 Sólo escucha.
- 93 OP. ENTRA CD 3 TCK 7 SE MANTIENE 8" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 94 CONDUCTOR 1 Oiga oiga Cleopatra.
- 95 CONDUCTOR 2 Dígame señor Pancho Villa.
- 96 CONDUCTOR 1 Ahora que acabó extensión de los sentidos la invito a dar
97 un paseo en mi caballo.
- 98 CONDUCTOR 2 Acepto con la condición de que después nos demos un
99 baño de leche.
- 100 OP. ENTRA CD 1 TCK 4 SE MANTIENE 6" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 101 CONDUCTOR 2 La respuesta a la trivía científica es: la nanotecnología es la
102 industria de las máquinas miniatura o micromáquinas que
103 está teniendo gran auge en países como Japón, Estados
104 Unidos y Alemania. Se trata de herramientas, aparatos
105 domésticos y auxiliares médicos o aeronáuticos que
106 pretenden imitar en eficacia y tamaño nada más y nada
107 menos que a los mosquitos.
- 108 CONDUCTOR 1 Los ganadores de la trivía son Paulina Torres de la
109 Agrícola Oriental, Israel Nuñez de la Pro-hogar así como
110 Jaime Lozada de la Nueva Anzures. Todos ellos tienen su
111 pase doble para la obra de teatro "Historia del tigre" del
112 Centro Cultural Helénico. Que pueden pasar a recoger
113 el lunes o martes en horas de oficina a (decir dirección de
114 la estación).

INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

115 OP. INSERT 8

116 CONDUCTOR 2 (manda a mensajes comerciales)

117 OP. INSERT COMERCIALES (2')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: ESPACIO COMODÍN
DURACIÓN: 4'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

1 CONDUCTOR 1 Regresamos a Magazine Interactivo y ahorita que
2 escuchabamos Extensión de los sentidos, nos
3 preguntabamos si ¿verdaderamente vivimos en un mundo
4 desarrollado? Los avances científicos y tecnológicos
5 parecieran darnos una respuesta afirmativa, pero hay que
6 detenerse y reflexionarlo antes de contestar. Conocemos al
7 Plutonio, al Estroncio 90 al Cesio 37 y ¡qué padre! ¡qué
8 avanzados estamos!, pero el resultado ha sido cáncer,
9 leucemia y deformidades en los seres vivos; la tormenta del
10 desierto es un éxito de la tecnología, mas también un
11 fracaso de los valores humanos. Conocemos el misterio del
12 átomo pero no el del sermón de la montaña. Escuchemos a
13 continuación lo que nos dice "La Lupita" al respecto con su
14 canción de 1994, "Hombre".
15
16 OP. ENTRA CD 4 TCK 5 SE MANTIENE HASTA QUE TERMINA

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CONTROL REMOTO 2
DURACIÓN: 3'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

-
- 1 OP. ENTRA DISCO 4 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
2 CONDUCTOR 2 Y ya estamos de regreso en Magazine Interactivo para ir
3 directamente con nuestro reportero Paco.
4 CONDUCTOR 1 Él se encuentra ubicado en la bellísima delegación de
5 Coyoacán justamente frente a la Plaza Hidalgo. Vamos con
6 él:
-

ESPACIO DEDICADO AL SEGUNDO CONTROL REMOTO CON DURACIÓN
APROXIMADA DE 3'

- 7 CONDUCTOR 2 Hasta luego Paco. Y en un momento más estaremos
8 transmitiendo nuestro tercer y último control remoto con
9 nuestro reportero Luis.
10 CONDUCTOR 1 Quien se encontrará en la entrada principal del Museo de
11 Electricidad esto en la segunda sección del Bosque de
12 Chapultepec.
13 OP. INSERT 14 Y DESPUÉS COMERCIALES (2')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
 CONCEPTO: GOLDEN MEDIA
 DURACIÓN: 8'
 FECHA DE GRABACIÓN:
 PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
 LOCUCIÓN:
 MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 9
- 2 CONDUCTOR 1 El día de hoy abrimos nuestra ventana televisiva para
 3 hablar de una de las propuestas más auténticas y originales
 4 que se haya visto desde hace mucho.
- 5 OP. INSERT B
- 6 CONDUCTOR 2 Efectivamente. Hablamos de los deliberadamente feos y
 7 vulgares Simpson
- 8 OP. DESAPARECE SONIDO
- 9 CONDUCTOR 1 Esta serie de dibujos animados se ha ganado el gusto de los
 10 televidentes, pero sobre todo de los comerciantes. La
 11 extravagante familia que es todo lo opuesto al sueño
 12 americano y precisamente por eso la mejor crítica que se
 13 ha hecho en el terreno de la animación hacia la forma de
 14 vida estadounidense.
- 15 OP. ENTRA DISCO 8 LADO B TCK 3 SE MANTIENE 5" Y BAJA HASTA
 16 DESAPARECER
- 17 CONDUCTOR 2 Todos estamos sujetos a convencionalismos sociales, pero
 18 los Simpson se las ingenian para librarse de ellos. Su
 19 humor corrosivo es capaz de acabar hasta con las
 20 instituciones más sacras, sin que ello les impida dejar al
 21 final de cada episodio un mensaje sobrio, convincente y
 22 alejado de la moral tradicional.
- 23 CONDUCTOR 1 Sin duda esta serie representa el más serio análisis que se
 24 ha hecho sobre la sociedad norteamericana. El estudio

- 25 resulta totalmente opuesto a la vida según los Partridge, los
26 Webster o los Pioneros.
- 27 CONDUCTOR 2 El resultado es el lado siniestro de la sociedad de consumo
28 y la cultura de masas a través de cada uno de estos
29 personajes.
- 30 OP. INSERT C
- 31 CONDUCTOR 1 Homero Simpson representa a la clase trabajadora, es un
32 padre responsable que sueña con brindar lo mejor a su
33 familia, aunque a veces lo descorazonan la realidad y sus
34 propias limitaciones. No es el mejor ejemplo para los
35 suyos, pero con sensibilidad suple su torpeza.
- 36 OP. INSERT D
- 37 CONDUCTOR 2 Marsha Simpson es la madre amorosa que sabe ser severa
38 cuando la ocasión lo amerita. Es el perfecto complemento a
39 su marido, pues siempre lo apoya o impulsa a seguir
40 adelante, aunque a veces peca de exigente sabe ajustarse a
41 todas las situaciones que le impone la vida familiar.
- 42 OP. INSERT E
- 43 CONDUCTOR 1 Liza Simpson es la hija con aspiraciones. Dedicada al
44 estudio, gusta de lo intelectual y lo creativo, razón por la
45 cual a menudo tiene conflictos con el resto de la familia.
- 46 OP. INSERT F
- 47 CONDUCTOR 2 Bart Simpson es el eje de la historia. Es quien siempre
48 pone a prueba la paciencia de sus mayores, es irreverente,
49 procaz y destructivo. Constantemente pone en peligro el
50 equilibrio ya de por sí frágil, de la familia y pese a su
51 abierta rebeldía tiene la humildad necesaria para aceptar
52 sus errores.
- 53 OP. ENTRA DISCO 9 LADO B TCK 2 SE MANTIENE 6" Y BAJA HASTA
54 DESAPARECER

- 55 CONDUCTOR 1 La más pequeña de la dinastía es verdaderamente
 56 monstruosa -la temida nueva generación-. Imita la
 57 conducta de su hermano Bart, pero en versión corregida y
 58 aumentada. Es el desafío de educación al que se enfrentan
 59 los padres de hoy en día.
- 60 CONDUCTOR 2 Estos cinco personajes que se ven envueltos en los
 61 problemas de la vida moderna como lo es la pornografía, el
 62 peligro nuclear, la deficiente educación escolar y hasta la
 63 violencia en los programas infantiles de la televisión, han
 64 logrado desplazar a los programas "chatarra" que sólo
 65 desaparecerán en la medida en que aumente la
 66 competitividad en el "libre mercado televisivo", que
 67 exigirá mayor calidad y no mediocridad.
- 68 **OP. ENTRA DISCO 10 LADO B TCK 2 SE MANTIENE 6" Y FONDEA**
- 69 CONDUCTOR 1 Del color amarillo de los Simpson nos pasamos a la magia
 70 auditiva de la radio.
- 71 **OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER**
- 72 CONDUCTOR 2 Y vamos a situarnos en el 6-90 de Amplitud Modulada.
 73 Antes Radio Sportiva y hoy Ondas del Lago.
- 74 CONDUCTOR 1 Dentro de los últimos cambios que ha tenido XEN Ondas
 75 del Lago destaca la aparición de Radiometría.
- 76 CONDUCTOR 2 Si tú eres de los que te gusta explorar toda la magia que
 77 guarda esta fascinante cajita de transistores no debes
 78 perderte Radiometría. Con Radiometría podrás descubrir la
 79 existencia de programas radiofónicos para todos los gustos
 80 y las edades.
- 81 **OP. ENTRA CD 5 TCK 84 SE MANTIENE 3" Y DESAPARECE**
- 82 CONDUCTOR 1 Descubrirás también quiénes son y qué hay detrás de esas
 83 misteriosas y no menos cautivadoras voces, mejor
 84 conocidas como locutores.

INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA

- 85 OP. INSERT G
- 86 CONDUCTOR 2 Te remontarás a los albores de la radio. La época de los
87 locutores legendarios como el finado Madera Ferrón o
88 Jorge Manuel Hernández a quien por cierto todavía
89 tenemos la oportunidad de escuchar.
- 90 OP. INSERT H FONDEA
- 91 CONDUCTOR 1 La época de los jingles comerciales de hasta tres minutos
92 de duración.
- 93 OP. DESAPARECE FONDO
- 94 CONDUCTOR 2 Radiometría es un programa que se transmite de lunes a
95 viernes de 10:30 a 11:30 de la mañana a través de XEN 6-
96 90, Ondas del Lago, bajo la conducción de María Elena
97 Cantú.
- 98 OP. INSERT I
- 99 CONDUCTOR 1 Así que ahí tienen dos buenas opciones. Los Simpson en la
100 tele y Radiometría en la radio.
- 101 OP. INSERT CÁPSULA 4
- 102 OP. INSERT COMERCIALES (2')

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: FÁBRICA DE SUEÑOS
DURACIÓN: 15'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 LOCUTOR ¡Música maestro! (sonido de que pega en la partitura)
- 2 OP. ENTRA CD 6 TCK 4 SE MANTIENE 12" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 3 CONDUCTOR 2 (Saludos) El día de hoy tenemos mucho que platicar sobre
4 música especialmente porque el próximo 21 de junio se
5 celebra el Día Mundial de la Música, pero más adelante
6 nuestra compañera "x" nos dará esta información con más
7 detalle. Antes platicaremos con unos personajes muy
8 especiales que nos acompañan aquí en la cabina, ellos son
9 de esos artistas que nos ayudan a fabricar sueños
10 musicales con cantantes famosos que interpretan los
11 diversos tipos de música, bien puede ser Madona, Selena,
12 los Beatles o el mismo Elvis Presley a quien por cierto van
13 a hacerle un reconocimiento este fin de semana en el
14 Teatro Tepeyac, bienvenidos (Presentación y entrevista.
15 Al minuto 8 corte comercial)
- 16 OP. ENTRA DISCO 11 LADO B TCK 4 SE MANTINE 5" Y BAJA HASTA
17 DESAPARECER. LUEGO INSERT COMERCIALES 2'
- 18 CONDUCTOR (Regreso comerciales continúa entrevista 4' despedida.
19 Presentación reportaje Día de la Música)
- 20 OP. ENTRA CD 7 TCK 9 SE MANTIENE 10" Y FONDEA
- 21 REPORTERO Por primera vez se llevará a cabo en México el Festival de
22 Música. Esta celebración nació en Francia hace quince
23 años y poco a poco ha logrado su internacionalización,
24 gracias a que países como España, Italia, Alemania y

- 25 Costa de Marfil han seguido la costumbre de festejar la
26 música año con año por todas las calles de aquellas
27 ciudades.
- 28 OP. INSERT J "Este año sería una prueba...
29 ...se festeja el Día de la Música el 21 de junio."
- 30 OP. ENTRA CD 8 TCK 1 SE MANTIENE 8" Y FONDEA
- 31 REPORTERO Jean Claude Toret, director del Instituto Francés de
32 América Latina nos dió a conocer la razón por la cual el
33 Día de la Música se festeja el 21 de junio.
- 34 OP. INSERT K "El 21 de junio es el solsticio...
35 ...va a divertir a un amplio público."
- 36 REPORTERO No debes perderte esta oportunidad única para escuchar
37 gratuitamente por toda la ciudad de México música de
38 todo tipo, en los diversos foros y espacios abiertos como
39 la Sala Victor Manuel Mendoza de la delegación
40 Magdalena Contreras, en el zócalo de Coyoacán, en la
41 explanada de la delegación Cuauhtemoc, en el Parque
42 México, en Santo Domingo, en Plaza Loreto, entre otros.
43 Esto iniciará a las diez de la mañana y terminará hasta las
44 dos de la mañana del día siguiente.
- 45 OP. INSERT L "Todo esto es con el fin de ofrecer...
46 ...a conocer también varios tipos de música."
- 47 REPORTERO Crédito y despedida.
- 48 OP. ENTRA CD 9 TCK 8 SE MANTIENE 12" Y FONDEA
- 49 LOCUTOR (Despedida)
- 50 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 10" Y BAJA HASTA DESAPARECER
51 LUEGO INSERT 18 Y AL FINAL COMERCIALES 4'

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: DICCIONARIO ANECDÓTICO
DURACIÓN: 4'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 10
- 2 CONDUCTOR 2 ¡Ya llegó! ¡ya está aquí! Nuestro amigo Quique Crose.
- 3 Quique ¿de qué nos vas a platicar hoy?
- 4 QUIQUE Hola ¿cómo están? Mira (nombre) hoy tengo dos
- 5 anécdotas muy divertidas. Una de un escritor y una de un
- 6 músico.
- 7 CONDUCTOR 2 Pues vengan de ahí.
- 8 OP. ENTRA ÁLBUM 1-2 LADO 1 TCK 3 SE MANTIENE 4" Y FONDEA
- 9 QUIQUE Primeramente vamos a hablar de Dante Alighieri.
- 10 CONDUCTOR 2 ¡Ah! Aquel poeta italiano de la época medieval que
- 11 escribió la Divina Comedia.
- 12 QUIQUE Él mismo. Mira cuenta la historia que dante tenía muy
- 13 buena memoria. Una vez caminaba por una calle de
- 14 Verona y un desconocido, desde la puerta de su casa le
- 15 preguntó:
- 16 -¿cuál es la mejor comida?
- 17 A lo que el poeta contestó:
- 18 -el huevo duro.
- 19 OP. CHISPA MUSICAL
- 20 QUIQUE En otra visita que hizo Dante a Verona años después, pasó
- 21 exactamente por la misma calle ¿y a quién crees que se
- 22 encontró?
- 23 CONDUCTOR 2 Al mismo hombre.
- 24 QUIQUE Efectivamente. Allí estaba el mismo hombre, que al ver a

- 25 dante volvió a preguntar:
- 26 -¿con qué?
- 27 -con sal -respondió dante-
- 28 OP. MEZCLA BAJA CON ÁLBUM 1-3 LADO 1 TCK 2 SE MANTIENE 3" Y
- 29 FONDEA
- 30 QUIQUE Vamos ahora a la época del romanticismo alemán.
- 31 Si no me equivoco a principios del siglo diecinueve.
- 32 CONDUCTOR 2 Así es. La época de las camisas con amplio ornamento
- 33 aquí en el frente, la época del frac, del sombrero de copa,
- 34 QUIQUE del vestido largo y amplio. En fin la época de grandes
- 35 personajes como el compositor alemán conocido como el
- 36 Sordo de Bonn ¿sabes de quién se trata?
- 37 CONDUCTOR 2 ¡claro! De Bee-tho-ven.
- 38 OP. CHISPA MUSICAL
- 39 CONDUCTOR 2 Y qué nos platicas de Beethoven.
- 40 QUIQUE Beethoven, como todo genio musical, sentía profundo
- 41 respeto por bach. Bach es una palabra que en alemán
- 42 significa "arroyo" y alguna vez le preguntaron a
- 43 Beethoven su opinión acerca de Bach. Beethoven expresó:
- 44 que no debería llamarse así, pues no es un arroyo, es el
- 45 mar, todo el mar. Y siempre que hablaba de Bach, le
- 46 cambiaba el nombre y le decía "meer" término que
- 47 significa mar en idioma alemán.
- 48 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 49 CONDUCTOR 2 (Hace un último comentario, despide a Quique y presenta
- 50 al tema musical "Sigue siendo rock and roll para mí" de
- 51 Billy Joel).
- 52 OP. ENTRA CD 10 TCK 1 SE MANTIENE HASTA QUE TERMINA

PERFIL DE LA REVISTA MAGAZINE INTERACTIVO

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: ESPACIO COMODÍN
DURACIÓN: 3'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 CONDUCTOR I Será cierto aquello de que los toros odian el color rojo.
- 2 Escuchemos esto.
- 3 OP. INSERT 23
- 4 CONDUCTOR I Vamos a hacer una pausa y regresamos al Consultorio de
- 5 Magazine Interactivo.
- 6 OP. INSERT COMERCIALES 3'

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CONSULTORIO
DURACIÓN: 15'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 12 LADO B SE MANTIENE 5" Y BAJA HASTA
2 DESAPARECER
3 PSICÓLOGO Buenos días, ¿cómo están? Damos inicio al Consultorio de
4 Magazine Interactivo. Y vamos a hablar de un tema, con
5 una importancia tal, que hoy en día es causa de
6 muchísimos problemas dentro del matrimonio. Se trata de
7 la combinación trabajo-matrimonio. ¿cómo influye el uno
8 en el otro? Escuchemos como punto de partida lo siguiente:
9 OP. INSERT M
10 PSICÓLOGO (Convoca a que el público se comunique a las líneas
11 telefónicas y manda a comerciales)
12 OP. INSERT COMERCIALES 2'
13 OP. ENTRA DISCO 12 LADO B SE MANTIENE 5" Y BAJA HASTA
14 DESAPARECER
15 PSICÓLOGO (Presenta a su invitado). (Alterna los cuestionamientos
16 del público con los siguientes, ofreciendo orientación o
17 alternativas de solución).
18 ¿Puede el trabajo ser causa de divorcio?
19 ¿Cuál debe ser el papel del trabajo, más allá de ser una vía
20 económica para satisfacer las necesidades de un hogar?
21 ¿Puede uno desarrollarse felizmente en ambas empresas?
22 ¿Cómo?
23 ¿Cuál debe ser el papel del hombre y la mujer, si ambos
24 trabajan?

- 25 ¿Cuál debe ser el papel de cada uno, si sólo uno de los
26 dos trabaja?
27 ¿Y la relación con los hijos?
28 PSICÓLOGO (Concluye el tema e invita a que el público le escriba al
29 programa, expresándole sus inquietudes y opiniones
30 además regala libros sobre el tema).
31 OP. INSERT 20
32 OP. INSERT COMERCIALES 2'

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: CONTROL REMOTO 3
DURACIÓN: 3'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. ENTRA DISCO 4 LADO 1 TCK 1 SE MANTIENE 4" Y BAJA A FONDO
 - 2 CONDUCTOR 1 Y con este fondo musical regresamos sus amigos
 - 3 CONDUCTOR 2 (Dice su nombre)
 - 4 CONDUCTOR 1 (También dice su nombre)
 - 5 CONDUCTOR 2 Y es el momento de ir con nuestro reportero Luis que se
 - 6 encuentra en la entrada del Museo de Electricidad en la
 - 7 segunda sección de Chapultepec. Vamos con él.
 - 8 CONDUCTOR 1 Pues vamos
-

ESPACIO DEDICADO AL TERCER CONTROL REMOTO CON DURACIÓN
APROXIMADA DE 3'

- 9 CONDUCTOR 2 Gracias Luis. Nos vemos la próxima semana. Vamos a
- 10 continuar con un momento de humor con el grupo de
- 11 actores de Magazine Interactivo.
- 12 OP. INSERT 24
- 13 OP. INSERT COMERCIALES 3'

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
 CONCEPTO: AGENDA MAGAZINE
 DURACIÓN: 8'
 FECHA DE GRABACIÓN:
 PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
 GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
 LOCUCIÓN:
 MUSICALIZACIÓN:

- 1 OP. INSERT 12
- 2 CONDUCTOR 1 Saludos y presentación
- 3 CONDUCTOR 2 Saludos y presentación
- 4 OP. ENTRA DISCO 13 LADO 2 TCK 1 SE MANTIENE 8" Y FONDEA
- 5 CONDUCTOR 1 Iniciamos con una recomendación para todos aquellos
- 6 amantes de las películas de aventuras. Esta es una cinta de
- 7 Joe Johnston, el mismo de "Querida encogi a los niños" y
- 8 "Rocketeer", se llama Jumanji" y es protagonizada por
- 9 Robin Williams y Kirsten Dunst. La historia trata de un
- 10 niño que queda atrapado en un antiguo juego de mesa
- 11 llamado Jumanji y que es de aventuras en la selva. Este
- 12 niño reaparece muchos años después en un pueblo de
- 13 Nueva Inglaterra trayendo consigo elefantes, rinocerontes,
- 14 monos y otros pobladores de la jungla con quienes ocurren
- 15 un sin fin de aventuras que no puedes dejar de ver, sobre
- 16 todo porque retoma la importancia del amor familiar, lo
- 17 que en muy pocas ocasiones ocurre en las películas
- 18 estadounidenses.
- 19 OP. MEZCLA BAJA CON DISCO 14 LADO 1 TCK 4 SE MANTIENE 3" Y
- 20 FONDEA
- 21 CONDUCTOR 2 Volviendo a la nostalgia del cine mexicano y para que
- 22 conozcas un poco de las costumbres de nuestros
- 23 antepasados, te recomendamos "La noche de los mayas"
- 24 de Chano Urueta. Este melodrama trata sobre los líos

25 amorosos entre los mayas. La seducción de la hija del jefe
26 por parte de un intruso hombre blanco provoca que los
27 dioses suspendan las lluvias y sólo regresan hasta que
28 ambos personajes mueren. Aunque en la actualidad este
29 filme parezca pintoresco, en su época tuvo mucho
30 prestigio, pero te toca a ti opinar sobre eso. Las funciones
31 son en el Salón Cinematográfico Fósforo en San Idelfonso
32 número tres colonia Centro a la una y a las cinco de la
33 tarde.

34 **OP. MEZCLA BAJA CON CD 6 TCK 7 SE MANTIENE 3" Y FONDEA**

35 CONDUCTOR 2 En teatro tenemos "Ágata" de Marguerite Duras y se
36 presenta en la Sala Julián Carrillo, Adolfo Prieto número
37 133 en la colonia del Valle los lunes y martes a las ocho
38 de la noche la entrada es para adolescentes y adultos.

39 **OP. MEZCLA BAJA CON DISCO 15 LADO 2 TCK 3 SE MANTIENE 3" Y**

40 **FONDEA**

41 CONDUCTOR 1 Este sábado el Auditorio Nacional se viste de gala con el
42 concierto "la España de Agustín Lara", con el tenor
43 mexicano Ramón Vargas y la Orquesta de Cámara de
44 Bellas Artes dirigida por Enrique Barros, la cita es a las
45 ocho de la noche. Vale la pena escuchar a este joven valor
46 mexicano reconocido ya a nivel internacional

47 **OP. MEZCLA BAJA CON CD 6 TCK 6 SE MANTIENE 3" Y FONDEA**

48 CONDUCTOR 2 Para los que quieren disfrutar de la tranquilidad de su
49 hogar este fin de semana, pueden disfrutarlo más leyendo
50 "Tínislma" de Elena Poniatowska en donde se narra la
51 bibliografía novelada de la luchadora social de los años
52 treinta, Tina Modotti, es editado por era o el libro "Un
53 viejo que leía novelas de amor del escritor chileno Luis
54 Sepúlveda en donde nos cuenta la vida de José Antonio

- 55 Bolívar en un pueblo de la región amazónica de los indios
 56 Shuar con quienes convivió la mayor parte de su vida
 57 OP. MEZCLA BAJA CON DISCO 16 LADO 1 TCK 5 SE MANTIENE 3" Y
 58 FONDEA
 59 CONDUCTOR 1 Y para terminar queremos recomendarte dos recorridos
 60 muy interesantes en la ciudad de México una es "Magia,
 61 encanto y talento: el cine mexicano" podrás admirar los
 62 rincones de las casas que fueron habitadas por actores
 63 como Dolores del Río o Emilio "el Indio" Fernández. La
 64 salida es este domingo a las 10:45 de la mañana en la
 65 Capilla de San Antonio Panzacola ubicada en Avenida
 66 Universidad esquina Francisco Sosa. La segunda visita es a
 67 la Casa del Lago donde podrás conocer la historia de este
 68 legendario lugar, sus jardines y galerías entre otras bellas
 69 construcciones, hay recorridos desde las 10:00 hasta las
 70 17:00 esto es en el antiguo Bosque de Chapultepec en la
 71 primera sección.
 72 OP. MEZCLA BAJA CON DISCO 17 CARA A TCK 5 SE MANTIENE 6" Y
 73 FONDEA
 74 CONDUCTOR 1 (Despedida de la sección)
 75 OP. DESAPARECE MÚSICA

PROGRAMA: MAGAZINE INTERACTIVO
CONCEPTO: REFLEXIÓN
DURACIÓN: 4'
FECHA DE GRABACIÓN:
PRODUCCIÓN:

OP. TÉCNICA:
GUIÓN: PATRICIA A. Y FABIÁN M.
LOCUCIÓN:
MUSICALIZACIÓN:

- 1 CONDUCTOR 1 Créditos y despedida del programa
- 2 CONDUCTOR 2 Despedida invitación al próximo programa
- 3 OP. ENTRA CD 11 TCK 8 SE MANTIENE 3" Y FONDEA
- 4 CONDUCTOR 1 Sólo por hoy seré feliz. La felicidad es algo interior no es
5 asunto de fuera, sólo por hoy trataré de ajustarme a lo que
6 es y no trataré de ajustar todas las cosas a mis propios
7 deseos. Aceptaré mi familia, mis negocios y la casualidad
8 como son y procuraré armonizar con todo ello.
- 9 CONDUCTOR 2 Sólo por hoy cuidaré de mi organismo lo ejercitaré, lo
10 atenderé, lo alimentaré, no abusaré de él ni lo abandonaré,
11 procurando que sea una máquina perfecta para mis cosas.
- 12 OP. CHISPA MUSICAL
- 13 CONDUCTOR 1 Sólo por hoy trataré de vigorizar mi espíritu, aprenderé
14 algo útil, no seré un holgazán mental, leeré algo que
15 requiera meditación y concentración. Sólo por hoy
16 ejercitaré mi alma de tres modos, haré algún bien a alguien
17 sin que él lo descubra y haré dos cosas que no me agraden
18 hacer, tendré mejor aspecto, me vestiré con la mayor
19 corrección a mi alcance, hablaré con voz baja, me mostraré
20 cortés, seré generoso en la alabanza, no criticaré a nadie,
21 no encontraré defectos en nada y no intentaré dirigir ni
22 enmendar los planes del prójimo.
- 23 CONDUCTOR 2 Sólo por hoy trataré de vivir únicamente este día sin
24 abordar a la vez todo el problema de mi vida. Puedo hacer

- 25 en doce horas cosas que me espantarían si tuviera que
26 seguir haciéndolas toda mi vida. Sólo por hoy tendré un
27 programa, consignaré por escrito todo lo que espero hacer
28 cada hora, eliminaré dos plagas: la prisa y la indecisión.
- 29 OP. CHISPA MUSICAL
- 30 CONDUCTOR 1 Sólo por hoy tendré media hora tranquila de soledad y
31 descanso y en esa media hora pensaré a veces en lo divino
32 a fin de conseguir una mayor perspectiva para mi vida.
- 33 CONDUCTOR 2 Sólo por hoy no tendré miedo y especialmente no tendré
34 miedo a ser feliz, de disfrutar de lo bello, de amar y de
35 creer que los que amo, me aman.
- 36 OP. SUBE MÚSICA SE MANTIENE 4" Y BAJA HASTA DESAPARECER
- 37 OP. INSERT 2
- 38 OP. INSERT COMERCIALES 2'

MÚSICA Y EFECTOS DE LA PRODUCCIÓN

DISCOS

1. Timbiriche, Ven, ven, ven. (Lado B Tck 2)
2. Fire Inc., Sin rumbo. (Lado 1 Tck 1)
3. Toni Basil, Sobre mi cabeza. (Lado B Tck 2)
4. Silver convention, Save me. (Lado 1 Tck 1)
5. Los Folkloristas, El alcastraz. (Lado A Tck 1)
6. Susy Q, Música de computadora. (Lado B Tck 1)
7. Paris latino, Bandolero. (Lado A Tck 6)
8. Radio futura, Mercuriana. (Lado B Tck 3)
9. Mecano, Las curvas de esa chica. (Lado B Tck 2)
10. Katrina and The waves, Caminando bajo el sol. (Lado B Tck 2)
11. Elvis Presley, Suspicious minds. (Lado B Tck 4)
12. Lipps Inc., Jazzy. (Lado B Tck 1)
13. Herb Alpert, Ruta 101. (Lado 2 Tck 1)
14. Los Folkloristas, Quetzalines. (Lado 1 Tck 4)
15. Los Churumbeles, La leyenda del beso. (Lado 2 Tck 3)
16. Juan Torres, Silencio. (Lado 1 Tck 5)
17. Kaoma, Lamba caribe. (Cara A Tck 5)

DISCOS COMPACTOS

1. Mike Oldfield, The shining ones. (Tck 13)
Magellan. (Tck 4)
2. Michael Jackson, Black and white. (Tck 1)
3. Manuel Mijares (canta con Agustín Lara), Noche de ronda. (Tck 2)
4. La Ley, Hombre. (Tck 5)
5. Keith Holzman, Tuning short wave radio. (Tck 84)
6. Enoch Light and The light brigade, Reunión de etiqueta. (Tck 4)
Collar de perlas. (Tck 7)
Serenata a la luz de la luna. (Tck 6)
7. The movie sound orchestra, St. Elmo's fire. (Tck 9)
8. Marc Newman, Orinoco flow. (Tck 1)
9. Barry White, Love's theme. (Tck 8)
10. Billy Joel, Sigue siendo rock and roll para mí. (Tck 1)
11. INXS, Beautiful girl. (Tck 8)

ÁLBUMES

1. Orquesta Filarmónica Nacional, Danza de las ninfas acuáticas de Lorelei.
(Disco 2 Lado 1 Tck 3)
Las ruinas de Atenas.
(Disco 3 Lado 1 Tck 2)

GUÍA DE CONDUCCIÓN DE MAGAZINE INTERACTIVO P. Nº _____
A TRANSMITIRSE EL _____

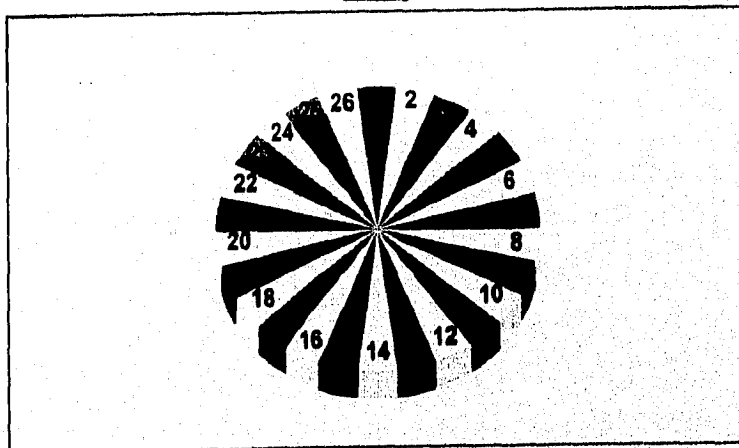
HORA	ACTIVIDAD	DURACIÓN	T C	CONDUCCIÓN, LOCUCIÓN
P R I M E R A	PRESENTACIÓN	2'	2'	
	ÍNDICE	3'	2'	
	NOTICIAS DE 1ª PLANA	6'	2'	
	CARTÓN HABLADO	1'		
	ENTREVISTA (1ª PARTE)	4'	1'	
	ENTREVISTA (2ª PARTE)	5'	3'	
	CONTROL REMOTO 1	3'		
	DIALÉCTICA JUVENIL	11'	2'	
	DIALÉCTICA JUVENIL	11'	4'	
	S E G U N D A	ENTREMÉS MUSICAL	3'	
SI LAS COSAS HABLARAN		3'	2'	
EXTENSIÓN DE LOS SENTIDOS		10'	2'	
ESPACIO COMODÍN		4'		
CONTROL REMOTO 2		3'	2'	
GOLDEN MEDIA		8'		
FÁBRICA DE SUEÑOS (1ª PARTE)		8'	2'	
FÁBRICA DE SUEÑOS (2ª PARTE)		7'	4'	
T E R C E R A		DICCIONARIO ANECDÓTICO	4'	
		ENTREMÉS MUSICAL	3'	
	CÁPSULA	3'	3'	
	CONSULTORIO (1ª PARTE)	4'	2'	
	CONSULTORIO (2ª PARTE)	11'	2'	
	CONTROL REMOTO 3	3'		
	SKETCH	6'	3'	
	AGENDA	8'		
	REFLEXIÓN Y DESPEDIDA	4'	2'	

COMENTARIOS _____

T C TIEMPO COMERCIAL

RELOJ DE PRODUCCIÓN

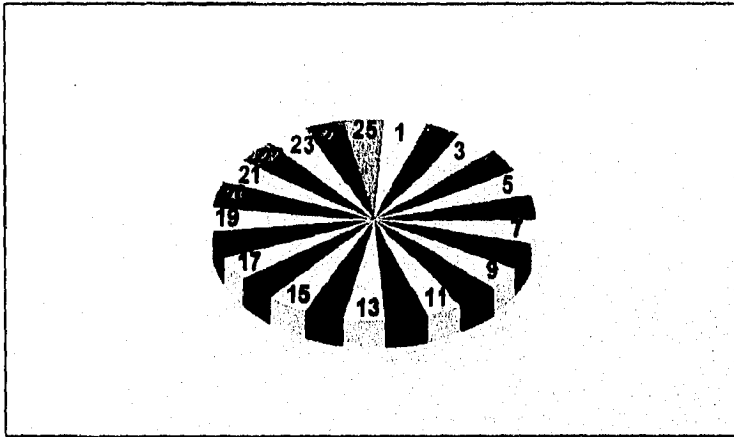
1ª Hora



- | | |
|------------------------------|---|
| 1. Tiempo comercial | 14. Tiempo comercial |
| 2. Insert 1 (Identificación) | 15. Control remoto 1 |
| 3. Presentación | 16. Insert 5 |
| 4. Tiempo comercial | 17. Dialéctica juvenil (bloque de inicio) |
| 5. Insert 3 | 18. Cápsula 2 |
| 6. Noticias de primera plana | 19. Dialéctica juvenil |
| 7. Tiempo comercial | 20. Sonido 1 |
| 8. Insert 21 (cartón) | 21. Dialéctica juvenil |
| 9. Entrevista (1ª parte) | 22. Tiempo comercial |
| 10. Cápsula 1 | 23. Cápsula 3 |
| 11. Tiempo comercial | 24. Dialéctica juvenil (bloque final) |
| 12. Entrevista (2ª parte) | 25. Insert 13 |
| 13. Insert 4 | 26. Tiempo comercial |

RELOJ DE PRODUCCIÓN

2ª Hora

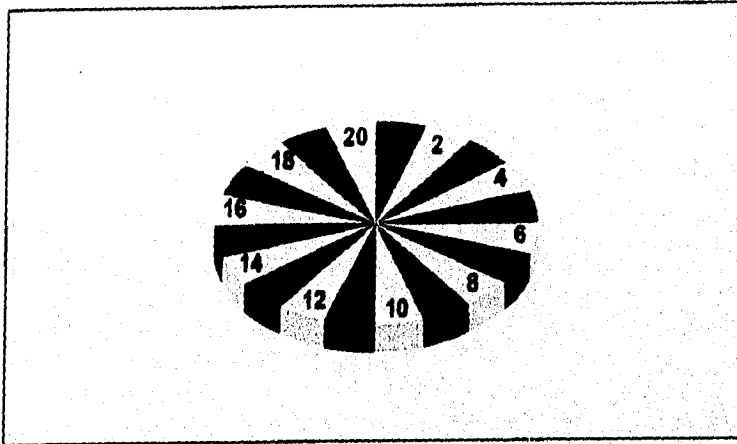


1. Tiempo comercial
2. Entremés musical
3. Insert 22 (sketch)
4. Tiempo comercial
5. Insert 7
6. Extensión de los sentidos
7. Insert 8
8. Tiempo comercial
9. Tema musical
10. Control remoto 2
11. Insert 14
12. Tiempo comercial
13. Insert 9

14. Golden media (bloque de inicio)
15. Sonidos 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9
16. Golden media (bloque final)
17. Cápsula 4
18. Tiempo comercial
19. Fábrica de sueños (bloque de inicio)
20. Tiempo comercial
21. Fábrica de sueños
22. Sonidos 10, 11 y 12
23. Fábrica de sueños (bloque final)
24. Insert 18
25. Tiempo comercial

RELOJ DE PRODUCCIÓN

3ª Hora



- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| 1. Tiempo comercial | 11. Insert 20 |
| 2. Insert 10 | 12. Tiempo comercial |
| 3. Diccionario anecdótico | 13. Control remoto |
| 4. Entremés musical | 14. Insert 24 (sketch) |
| 5. Espacio comodín | 15. Tiempo comercial |
| 6. Tiempo comercial | 16. Insert 12 |
| 7. Consultorio | 17. Agenda Magazine |
| 8. Sonido 13 | 18. Reflexión |
| 9. Tiempo comercial | 19. Insert 2 (Identificación) |
| 10. Consultorio | 20. Tiempo comercial |

6.4 POSTPRODUCCIÓN

La postproducción es la tercera etapa del proceso de producción, gracias a ella el productor puede editar aquellos espacios del programa que ha grabado durante la preproducción y que requieren de modificaciones, ya sea por errores de los locutores al momento de leer los textos o al pronunciar determinadas palabras, o porque el operador técnico dejó lagunas entre cada cambio de música o entre la música y la voz del locutor.

Asimismo, pueden eliminarse espacios que después de ser escuchados no tengan la calidad adecuada o que resulten poco importantes.

CONCLUSIONES

Al concluir la presente investigación podemos reafirmar que la radio es uno de los medios de comunicación más importantes y que desde su aparición ha transformado radicalmente las formas de vida y las costumbres sociales. Hay que recordar que en sus inicios cuando David Sarnoff la concibió como una "caja de música", en 1916, se convirtió en uno de los distractores más relevantes, sobre todo en épocas de crisis económicas o desestabilización en cualquier país; en aquellos días dejó de ser un auxiliar en las actividades aeronáuticas y marítimas, para convertirse en un apoyo en las cuestiones económicas, políticas y sociales.

Por una parte, diversos gobernantes y funcionarios utilizaron la magia radiofónica para alcanzar sus objetivos políticos tal fue el caso del presidente Plutarco Elías Calles, en México; de Hitler, en Alemania y del vigésimo noveno presidente de los Estados Unidos, Warren Harding.

Mientras que, por otra parte, los dueños de las radiodifusoras muy pronto se dieron cuenta de la potencialidad del medio y lograron obtener fuertes ganancias gracias a la comercialización de los espacios, misma que en principio sirvió para que las estaciones pudieran subsistir. Desafortunadamente las emisoras permisionadas no pudieron disfrutar de este privilegio, sino hasta nuestros días y de manera paulatina, específicamente el Instituto Mexicano de la Radio.

De acuerdo a la Ley Federal de Radio y Televisión, dicha comercialización está determinada y limitada en diferentes artículos, pero en la actualidad podemos observar que esto es algo ya inoperante debido a que, el tiempo destinado a los cortes comerciales rebasa por mucho al dedicado a los programas, e incluso en ocasiones, afectan la calidad de los mismos.

Algo que nos llamó poderosamente la atención, es el hecho de que a pesar de las cualidades de la radio, las personas que se encargan de realizar estudios sobre ella, durante años sólo han hecho seguimientos cronológicos y poco es realmente lo investigado acerca de la producción. Sin duda, esto es resultado de la flexibilidad y la elasticidad que le caracteriza al medio, lo que ha provocado la existencia de gente improvisada o que simplemente no toma en cuenta las bases teóricas (queremos aclarar que no estamos en contra de las personas que se han hecho en el oficio, porque sin duda existen muchos que

tienen una respetable trayectoria que ha aportado elementos importantes a la radiodifusión mexicana), tanto para su producción como para su explotación. En muchas ocasiones parece que el medio es utilizado como un "aparador" más que como un medio que puede transmitir conocimiento.

Otro motivo al que argüimos la escasez de este tipo de material, es porque cuando iniciaba el apogeo de la radiodifusión, surgió la televisión distrayendo rápidamente la atención del público y, por supuesto, la de los investigadores, quienes usaron su tiempo para conocer este medio, mismo que requirió de más esfuerzo por ser la imagen su materia prima.

En nuestros días nos enfrentamos a este problema de falta de información, particularmente cuando requerimos material bibliográfico sobre la revista radiofónica, los géneros y formatos radiofónicos y, en general, sobre la producción en radio.

Para cubrir esta deficiencia en el presente texto, llevamos a cabo 30 entrevistas con académicos de radio, productores, locutores, conductores, jefes de información y de departamento. En realidad no fue fácil definir cada uno de estos conceptos porque desde hace ya algunos años han sido utilizados indistintamente por diversos autores, tal es el caso de Cristina Romo Gil, Javier L. Collazo, Enrique Velasco, Fernando Curiel y otros, pero después de muchas horas de trabajo y sin afán de hacer de esto algo definitivo, concluimos lo siguiente:

Los géneros radiofónicos son todos aquellos modelos de expresión hablada, se refieren a las diferencias formales de estilo, extensión y tono que sirven para dar tratamiento a un asunto o tema dentro de una radioemisión, entre ellos encontramos la nota informativa o noticia, la entrevista, el reportaje, el reporte, el editorial -aunque casi no se use-, etc.

Mientras que los formatos radiofónicos son cualquier tipo de distribución predeterminada en un espacio, emisión, estación o guión de radio, entendiéndose entonces que el formato se refiere más a la distribución del espacio, a la forma y al esquema general.

Respecto a la Revista Radiofónica y basándonos en los resultados anteriores, podemos decir que ésta es un formato, ya que su estructura está dividida en secciones, mismas que están formadas por los diversos géneros como son: la entrevista, el reportaje, la crónica, etc., y al mismo tiempo se vale de algunos formatos como la cápsula informativa, la agenda entre otros.

Y es precisamente por su división seccional y el uso de los géneros y formatos, que consideramos al formato de revista radiofónica como el más adecuado para realizar un programa variado sin caer en confusiones al momento de dar la información. Además de que esta variedad bien estructurada, acompañada de conductores que conozcan detalles de los temas que estén tratando, nos permite que el contenido sea más ágil y divertido.

tienen una respetable trayectoria que ha aportado elementos importantes a la radiodifusión mexicana), tanto para su producción como para su explotación. En muchas ocasiones parece que el medio es utilizado como un "aparador" más que como un medio que puede transmitir conocimiento.

Otro motivo al que argüimos la escasez de este tipo de material, es porque cuando iniciaba el apogeo de la radiodifusión, surgió la televisión distrayendo rápidamente la atención del público y, por supuesto, la de los investigadores, quienes usaron su tiempo para conocer este medio, mismo que requirió de más esfuerzo por ser la imagen su materia prima.

En nuestros días nos enfrentamos a este problema de falta de información, particularmente cuando requerimos material bibliográfico sobre la revista radiofónica, los géneros y formatos radiofónicos y, en general, sobre la producción en radio.

Para cubrir esta deficiencia en el presente texto, llevamos a cabo 30 entrevistas con académicos de radio, productores, locutores, conductores, jefes de información y de departamento. En realidad no fue fácil definir cada uno de estos conceptos porque desde hace ya algunos años han sido utilizados indistintamente por diversos autores, tal es el caso de Cristina Romo Gil, Javier L. Collazo, Enrique Velasco, Fernando Curiel y otros, pero después de muchas horas de trabajo y sin afán de hacer de esto algo definitivo, concluimos lo siguiente:

Los géneros radiofónicos son todos aquellos modelos de expresión hablada, se refieren a las diferencias formales de estilo, extensión y tono que sirven para dar tratamiento a un asunto o tema dentro de una radioemisión, entre ellos encontramos la nota informativa o noticia, la entrevista, el reportaje, el reporte, el editorial -aunque casi no se use-, etc.

Mientras que los formatos radiofónicos son cualquier tipo de distribución predeterminada en un espacio, emisión, estación o guión de radio, entendiéndose entonces que el formato se refiere más a la distribución del espacio, a la forma y al esquema general.

Respecto a la *Revista Radiofónica* y basándonos en los resultados anteriores, podemos decir que ésta es un formato, ya que su estructura está dividida en secciones, mismas que están formadas por los diversos géneros como son: la entrevista, el reportaje, la crónica, etc., y al mismo tiempo se vale de algunos formatos como la cápsula informativa, la agenda entre otros.

Y es precisamente por su división seccional y el uso de los géneros y formatos, que consideramos al formato de revista radiofónica como el más adecuado para realizar un programa variado sin caer en confusiones al momento de dar la información. Además de que esta variedad bien estructurada, acompañada de conductores que conozcan detalles de los temas que estén tratando, nos permite que el contenido sea más ágil y divertido.

CONCLUSIONES

Desafortunadamente, los programas de revista radiofónica son poco explotados en las producciones capitalinas. Sin duda esto se debe en parte a que un programa de este tipo requiere de muchos colaboradores para poder ser, lo que implica la contratación de personal capacitado, mismo que se desempeñará como locutor, conductor, productor, musicalizador, técnico de cabina y de transmisión, creativos, reporteros, comentaristas, redactores, guionistas, etc., lo que generalmente no ocurre en las radiodifusoras. Tal pareciera que la radio en la práctica sigue cumpliendo su función de esparcimiento, sobre todo a través de la música que va acompañada de alguna voz que la mayoría de las veces resulta poco experta o conocedora, pero que sube el rating aunque los contenidos sean ligeros y sin algún sentido educativo, por el contrario, en muchas ocasiones los locutores modernos son tan superficiales en sus comentarios que para cubrir sus deficiencias caen en lo burdo y grosero.

Por otra parte hay que tomar en cuenta que en la actualidad existen pocos programas con preproducción, gran parte de ellos se hace en vivo con el pretexto de que la radio es equivalente de rapidez y aunque esto es verdad, no debe olvidarse el uso del guión que puede mejorar tanto la calidad como los contenidos.

NUESTRAS PROPUESTAS

Al gobierno mexicano:

Que a través de la Comisión Especial de Comunicación Social, apoyados por especialistas y conocedores de la materia, se lleve a cabo una revisión completa y minuciosa de la Ley Federal de Radio y Televisión, estudiar cada uno de los aspectos (función, contenidos, etc.) de los medios de comunicación y reelaborar un régimen legal tanto para cada uno de los medios "por separado" como para las nuevas tecnologías de acuerdo a las condiciones y necesidades de la nación y convencidos de que en ellos también está la solución de la problemática nacional.

A los concesionarios:

Que analicen la importancia que, por naturaleza y trascendencia, tiene su negocio. La radio ya no es una sinfonía como tampoco es un medio de información, sino de comunicación. Esta es una realidad y una necesidad. El receptor no es nada más el que está en casa, ustedes también lo son. Por todo ello ¡arriesguen!, rompan esquemas, fomenten el mejoramiento de la radio, asistan o tengan siempre un representante en los simposios acerca del tema, realicen concursos de producción (dentro y fuera de la estación), impulsen nuevos proyectos, presten con mayor medida y tiempo el micrófono al público, desháganse de los trabajadores que no funcionen por aquellos que tengan verdadera vocación, en fin cumplan con su deber cabalmente.

A los trabajadores permisionados:

Sería muy acertado que el gobierno permitiera la comercialización de ciertos productos o servicios como centros de educación, libros, museos, teatros, centros recreativos, medicamentos, entre otros, buscando que la ganancia generada de esta publicidad, se emplee con fines nobles como compra de equipo nuevo, mantenimiento al existente, capacitación al personal, promoción de la estación, incentivos a los nuevos proyectos, etcétera, pero dado que hasta ahora no ha sido así es menester que se pongan la

camiseta y recuerden que la principal retribución de un trabajo, por encima del aspecto económico, es el realizarlo con entrega y profesionalismo. El objetivo es que nuestro mensaje llegue al radioescucha, pues entonces hay que salir a la calle y hacer más ruido.

A los comunicadores radiofónicos:

Que estemos siempre conscientes de la responsabilidad que implica nuestro papel como hacedores de ideología. Tengamos en todo momento respeto por el público no olvidemos que también nuestros familiares y amigos son parte de él; es cierto que hay que darle al cliente lo que pida, pero dentro de esto lo que debiera merecer. Alimentemos pues, día a día, el principal argumento que tenemos para demostrar que nuestra labor vale la pena: la creatividad. Es preciso, que si no se es, transformarse en una persona vivamente interesada por cuanto sucede en el planeta, por todo lo que respire o se mueva. Es urgente estar al día. Hagamos ese gasto extra, vale la pena.

Al público radioescucha:

Atrévase a cambiarle al sintonizador de su radio, posiblemente encontrará lo que tanto ha buscado. Si no le gusta lo que se transmite, expréselo de inmediato a la estación e igualmente, si piensa que lo que oye es de muy buena calidad, no dude, hágalo saber.

**INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y CULTURA
A TRAVÉS DE LA REVISTA RADIOFÓNICA**

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Abad, Francisco
Géneros literarios
Barcelona, Editorial Salvat, 1985
64 pp.

Aceves, José Ignacio, et. al.
Antología en Comunicación
México, D. F., UNAM/ENEP Acatlán
204 pp.

Albrecht, Karl y Bradford, Lawrence J.
La excelencia en el servicio
Bogotá, Colombia, Legis Editores, 1990
236 pp.

Alva de la Selva, Alma Rosa
Radio e ideología
México, D. F., Ediciones El caballito, 3ª edición, 1989
143 pp.

Álvarez Barajas, Enrique, et. al.
Ciencias de la Comunicación
México, D. F., UNAM, 1976
155 pp.

Bajtín, M. M.
Estética de la creación verbal
México, D. F., Editorial Siglo XXI, 1982
396 pp.

Bassets, Lluís
De las ondas rojas a las ondas libres
Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1981
289 pp.

Bohmann, Karin
Medios de comunicación y sistemas informativos en México
(versión española por Alejandro Zenker)
México, D. F., Alianza Editorial Mexicana, 1989
399 pp.

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión
Directorio 1994, México, D. F.
190 pp.

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión
La industria de la radio y la televisión en México Tomo I, 1921-1950
Texto e investigación de Jaime Septién Crespo
México, D. F., Comunicación, Servicios y Diseño, S. A. de C. V., 1991
200 pp.

Castagnino, Raúl H.
El análisis literario. Introducción metodológica a una estilística integral
Buenos Aires, Editorial Nova, 9ª edición, 1974
410 pp.

Cremoux, Raúl
La legislación mexicana en radio y televisión
México, D. F., UAM-Xochimilco, 1982
191 pp.

Curiel, Fernando
La telaraña magnética o el lenguaje de la radio
México, D. F., Premiá Editora, 2ª edición, 1992
127 pp.

Delgado Cebrián, Alberto
Introducción al Periodismo
Madrid, España, Editorial Alhambra, 1981
65 pp.

Echeverría, R., et. al.
Ideología y Medios de Comunicación
Buenos Aires, Argentina, Amorrortu Editores, 1974
207 pp.

English, Earl y Hach, Clarence
Periodismo Académico
(traducción Laura Garibay de Fernández)
México, D. F., editado por EDAMEX, 2ª edición, 1989
361 pp.

Eschenbach, Joseff
Radiodifusión para la innovación
Quito, Ecuador, Editorial Época, 1978
208 pp.

- Flichy, Patrice
Una historia de comunicación moderna. Espacio público y vida privada
México, D. F., Editorial Gustavo Gili, 1993
260 pp.
- H. Reed Blake y Haroldsen, Edwin
Una taxonomía de conceptos de la comunicación
México, D. F., Editorial Nuevomar, 1977
167 pp.
- Hernández Aguilar, Gabriel
De la radio al discurso radiofónico. Un acercamiento semántico
México, D. F., coedición Centro de Ciencias del Lenguaje (ICUAP)
y Plaza y Valdés Editores, 1989
148 pp.
- IMER. Manual: curso de capacitación, producción y realización radiofónica
México, D. F., IMER, 1986
168 pp.
- IMER. UAM-X
Radio. Manual de operación y producción
México, D. F., UAM-Xochimilco, 1985
215 pp.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática
Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 1992 (metodología y tabulados)
México, D. F., 1994
418 pp.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática
Proyecciones de la población de México y de las Entidades Federativas: 1980-2010
México, D. F., 1ª reimpresión 1990.
134 pp.
- Kaplún, Mario
Producción de programas de radio. El guión-la realización
Quito, Ecuador, Editorial CIESPAL, 2ª reedición, 1994
470 pp.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos
Manual de Periodismo
México, D. F., Editorial Grijalbo, 1986
315 pp.

Levin, Harry L. y Gillespie, Robert W.
El uso de la radio para fomentar la planificación familiar
(traducción María Ortiz)
México, D. F., Editorial Diana, 1973
173 pp.

Linares, Marco Julio
El guión. Elementos-formatos-estructuras
México, D. F., Editorial Alhambra, 5ª edición, 1994
302 pp.

Llano, Josefina y Morales, Oscar
La radiodifusión en México
México, D. F., Edit. Comunicación: tecnología e investigación, S. C., 1985
234 pp.

Martínez Albertos, José Luis
Curso General de redacción periodística
España, Editorial Paraninfo, 1992
593 pp.

Martínez Albertos, José Luis
Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita
España, Editorial A. T. E., 1974
254 pp.

Moragas Spa, Miguel de
Semiótica y comunicación de masas
Barcelona, España, Editorial Península, 2ª edición, 1980
373 pp.

Quevedo Orozco, María de Lourdes
El ingenio con sentido: un manual para la planeación de proyectos radiofónicos
(tesis) México, D. F., UNAM/FCPyS, 1993
183 pp.

Rebeil Corella, Ma. Antonieta, et. al.
Perfiles del cuadrante
México, D. F., Editorial Trillas, 1989
314 pp.

Rivadeneira Prada, Raúl
Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación
México, D. F., Editorial Trillas, 1ª reimpresión, 1991
333 pp.

Rojas Soriano, Raúl
Guía para realizar investigaciones sociales
México, D. F., Textos universitarios, 6ª edición, 1981
274 pp.

Romo Gil, Ma. Cristina
Introducción al conocimiento y práctica de la radio
México, D. F., Editorial Diana, 4ª reimpresión, 1994
120 pp.

Romo Gil, Ma. Cristina
La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza
México, D. F., IMER-Fundación Manuel Buendía, 1990
196 pp.

Schrank, Jeffrey
Comprendiendo los medios masivos de comunicación
(traducción Manuel Ortiz Staines)
México, D. F., Editorial Publigraphics, S. A., 3ª edición, 1989
313 pp.

S. J., Juan Rey
Preceptiva Literaria
España, Editorial Sal Terrae-Santander, 15ª edición, 1969
262 pp.

Vilar, Josefina y Villegas, Teodoro, et. al.
El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica
México, D. F., UAM-IMER-Plaza y Valdés, 1988
214 pp.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Arnheim, Rudolf
Estética radiofónica

Barcelona, Editorial Gustavo Gili Massmedia, 1980
171 pp.

Baena, Guillermina

Manual para elaborar trabajos de investigación documental
México, D. F., Editores Mexicanos Unidos, 5ª edición, 1986 2ª reimpresión, 1987
124 pp.

Barragán Solís, Araceli

La radio revista producida actualmente por el IMER en el Distrito Federal (tesis)
México, D. F., UNAM/ENEP Aragón, 1993
155 pp.

Beristain, Helena

Diccionario de retórica y poética
México, D. F., Editorial Porrúa, 3ª edición, 1992
508 pp.

Calvo Hernando, Manuel

Periodismo Científico
Madrid, España, Editorial Paraninfo, S. A., 1977
330 pp.

Castañeda Yañez, Margarita

Los medios de comunicación y la tecnología educativa 6
México, D. F., Editorial Trillas ANUIES, 2ª edición 1979, 9ª reimpresión, 1992
184 pp.

Curiel, Fernando

La escritura radiofónica. Manual para guionistas
México, D. F., UNAM/FCPyS, Programa del libro de texto universitario, 1984
304 pp.

Chacón Aramburo, Alma P. y Grajeda Santos, Ma. de los Ángeles

Radio revista educativa para el sector campesino (trabajo terminal)
México, D. F., UAM-X, 1988
103 pp.

De Fleur, Melvin L. .

Teorías de la comunicación masiva

Buenos Aires, Argentina, Editorial Paidós, 4ª edición, 1979

251 pp.

Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación

Dirigido por Ángel Benito

España, Ediciones Paulinas, 1991

1374 pp.

Diccionario de información, comunicación y periodismo

José Martínez de Souza

Barcelona, España, Editorial Paraninfo, 2ª edición, 1992

579 pp.

Diccionario de la lengua española

Madrid, Editorial Espasa-Calpe S. A., 21ª edición, 1992

1513 pp.

Diccionario de Periodismo

Antonio López de Zuazo Algar

Madrid, Editorial Pirámide, 1985

237 pp.

Diccionario de radio y televisión

M. Cebrián Herreros

Madrid, España, Editorial Alhambra, 1981

375 pp.

Diccionario enciclopédico de términos técnicos

Inglés-español volumen I, Javier Collazo. Estados Unidos, Editorial McGraw-Hill
company, 1981

Volumen I y 2 1787 pp.

Diccionario Latino-español Blánquez Tomo I

Barcelona, España, Editorial Sopena, 1982

Tomos I y II 1869 pp.

Diccionario léxico hispano

Tomo I A-F, México, D. F., W. M. Jackson, Inc., Editores, 6ª edición, 1979

Tomos I y II 1463 pp.

Diccionario Literario Universal
José Antonio Pérez-Rioja
Madrid, Editorial Tecnos, 1977
989 pp.

Enciclopedia del idioma. Diccionario histórico y moderno de la lengua española
S. XII al XX (etimológico, tecnológico, regional e hispanoamericano)
Tomo II, Martín Alonso
México, D. F., Editorial Aguilar, 3ª reimpresión, 1991
Tomos I y II 2932 pp.

Eschenbach, Josef
Radiodifusión para la innovación
Quito, Ecuador, Editorial Época, 1978
208 pp.

Fernández Christlieb, Fátima
La radio mexicana. Centro y regiones
México, D. F., Juan Pablos Editor, S. A., 1991
188 pp.

Fernández Christlieb, Fátima
Los medios de comunicación masiva en México
México, D. F., Juan Pablos Editor, S. A., 5ª edición, 1986
330 pp.

Fernández Christlieb, Fátima y Yépez Hernández, Margarita
Comunicación y teoría social. Antología
(hacia una precisión de referentes epistemológicos)
México, D. F., UNAM/FCPyS, Programa del libro de texto universitario, 1984
304 pp.

Fraser Bond, F.
Introducción al periodismo
Editorial Limusa, 9ª reimpresión, 1983
419 pp.

García Canclini, Néstor
El consumo cultural en México
México, D. F., Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993
414 pp.

- Garza, Ramiro
La radio actual. Qué es y cómo se realiza (volumen I)
México, D. F., EDAMEX, 1992
234 pp.
- González Reyna, Susana
Géneros periodísticos I: Periodismo de opinión y discurso
México, D. F., Editorial Trillas, 1991
179 pp.
- Granados Chapa, Miguel Ángel
Examen de la comunicación en México
México, D. F., Editorial El Caballito, 1983
224 pp.
- Guajardo, Horacio
Elementos del periodismo
México, D. F., Ediciones Gernika, 6ª edición, 1994
151 pp.
- Hernández Aguilar, Gabriel
De la radio al discurso radiofónico. Un acercamiento semiótico
México, D. F., Centro de Ciencias del Lenguaje y Plaza y Valdés Editores, 1989
148 pp.
- Hohenberg, John
Ciencias y Técnicas de la información: Los medios masivos de comunicación
(traducción Marco A. Contreras y José Carmen Pecina Hernández)
México, D. F., Nueva Editorial Interamericana, 1982
580 pp.
- Jiménez, José Heliodoro
La ciencia de la comunicación en América Latina
México, D. F., Ediciones Quinto Sol S. A. de C. V., 1ª reimpresión, 1991
107 pp.
- López Alcaraz, Ma. de Lourdes
El guión. Su lenguaje literario
México, D. F., UNAM/ENEP-Acatlán. Programa de investigación, 1990
140 pp.
- Maletzke, Gerhard
Sociología de la comunicación social
Quito, Ecuador, Editorial Época, Ediciones CIESPAL, 4ª edición, 1976
367 pp.

Martín Vivaldi, Gonzalo
Géneros periodísticos. Reportaje. Crónica. Artículo
(Análisis referencial)
Madrid, España, Editorial Paraninfo, 1973
362 pp.

McQuail, Dennis
Introducción a la teoría de la comunicación de masas
Barcelona, España, Editorial Paidós, 1983
318 pp.

Mier, Raymundo
Radiofonías: hacia una semiótica itinerante
México, D. F., UAM-Xochimilco, 1987
125 pp.

Negrete Ordaz, Javier
Instituto Mexicano de la Radio. Radio Beijing, China (tesis)
México, D. F., UNAM/ENEP Acatlán 1993
156 pp.

Newman, John F.
Periodismo radiofónico
México, D. F., Editorial Limusa-Wiley S. A., 1966
187 pp.

Ortiz Garza, José Luis
La guerra de las ondas
México, D. F., Editorial Planeta, 1992
279 pp.

Patiño Esquivel, Martha E. y Gómez Araujo Mario A.
¿Cómo llenar un espacio en la radio? Programa radiofónico alternativo (tesis)
México, D. F., UNAM/FCPyS 1986
123 pp.

Paul, Alan
El sitio de Macondo y el eje Toronto-Buenos Aires
México, D. F., Fondo de Cultura Económica, 1982
174 pp.

Portus Goviden, Lincoyán
Curso Práctico de Estadística
México, D. F., McGraw-Hill Interamericana, 1988
192 pp.

Roda Salinas, Fernando Jesús y Beltrán de Tena, Rosario
Información y comunicación. Los medios y su aplicación didáctica
Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1988
143 pp.

Santamaría, Luis
El comentario periodístico. Los géneros persuasivos
España, Editorial Paraninfo, 1990
179 pp.

Theroux, James M.
Técnicas para mejorar los programas radiofónicos educativos
Francia, UNESCO, 1990
140 pp.

Toussaint, Florence
Crítica de la información de masas
México, D. F., Editorial Trillas, 2ª edición 1981, 7ª reimpresión 1989,
94 pp.

Wellek, René y Warren, Austin
Teoría literaria
(versión en español de José M. Gimeno)
Madrid, Editorial Gredos, 4ª edición, 1974
430 pp.

Vicencio Álvarez, Teresita
El cuento y la radio (tesis)
México, D. F., Universidad del Claustro de Sor Juana, 1989
201 pp.

HEMEROGRAFÍA

Fuentes Fierro, Aquiles. La radiodifusión que queremos, Revista Mexicana de Comunicación, México, septiembre-octubre de 1989, pág. 31.

Marías, Julián. Los cambios técnicos en la comunicación humana, Cuadernos de Comunicación N° 2, México, agosto de 1985, pág. 30.

Trejo Villafuerte, Arturo. Los nuevos tiempos de Radiocentro, El Nacional, México, 12 de junio de 1995, pág. 38.

FUENTES VIVAS

ENTREVISTAS

- Ávila, Lénica. Reportera y locutora de "Ventana 1060" de Radio Educación. Redacción de Radio Educación, Méx., D.F., 7 de febrero de 1995.
- Durón, Olga. Locutora y productora de "La banda del 1060" de Radio Educación. Casa particular en Miguel Ángel de Quevedo, Méx., D.F., 2 de mayo de 1995.
- Ebergenyi, Emilio. Locutor de "Su casa y otros viajes" de Radio Educación. Cabina de Radio Educación, Méx., D. F., 17 de marzo de 1995.
- Ferriz Santacruz, Pedro. Locutor de "Revista de opinión" de la XEB. Cabina de Radio Fórmula, Méx., D. F., 2 de junio de 1995.
- Figueroa, Héctor. Reportero y locutor de "Ventana 1060" de Radio Educación. Redacción de Radio Educación, Méx., D. F., 7 de febrero de 1995.
- Géner, Maripaz. Jefa del Departamento de Producción de Radio Educación. Oficina del área de Producción de la estación, Méx., D. F., 9 de noviembre de 1994.
- Gutiérrez-Niño, Joaquín. Crítico de radio en "Excelsior" y "Media comunicación". Cafetería "Caleza" en Reforma, Méx., D. F., 21 de noviembre de 1995.
- Herrera, Sonia. Productora de "Interacción" de Radio Universidad. Departamento de Producción de Radio Universidad, Méx., D. F., 4 de noviembre de 1994.
- Juárez, José. Subdirector de Radio y Televisión de RTC. Oficinas en la Secretaría de Gobernación, Méx., D. F., 23 de noviembre de 1994.
- León Diez, Héctor. Crítico de radio en "El Nacional". Oficina particular de Bucareli, Méx., D. F., 14 de agosto de 1995.
- López, Fructuoso. Operador técnico en Radio Educación. Estudio A de Radio Educación, Méx., D.F., 27 de junio de 1995.
- López Matías, Angélica. Profesora de radio de la ENEP Aragón. Taller de radio de la escuela, Méx., D. F., 4 de noviembre de 1994.

López Sánchez, Mario E. Profesor de radio de la ENEP Aragón. Taller de radio de la escuela, Méx., D. F., 30 de mayo de 1995.

Maya Nava, Alfonso. Locutor de "Palabra universal" de Radio Trece y editorialista de "El universal". Oficinas del periódico, Méx., D. F., 8 de noviembre de 1994.

Meléndez, Jorge. Profesor de radio de la FCPyS, locutor en la XEB y Radio Educación y colaborador en diversas publicaciones. Casa particular en Miguel Ángel de Quevedo, Méx., D. F., 28 de julio de 1995.

Montoya, Alida. Productora de "Frecuencia informativa revista nocturna" de Frecuencia Libre. Vía telefónica, Méx., D. F., 25 de noviembre de 1994.

Morales, Antonio. Subdirector de Información de Radio Universidad y locutor de "Interacción". Oficinas de Radio Universidad, Méx., D. F., 9 de noviembre de 1994.

Peláez, Mario. Jefe de programación y productor en Radio Sportiva. Oficinas de la estación, Méx., D. F., 9 de noviembre de 1994.

Ramírez Centeno, Víctor. Profesor de radio de la ENEP Aragón y productor de "Hasta que amanezca" de Radio Red. Taller de fotografía de la escuela, 5 de junio de 1995.

Rivero Weber, Marcela. Jefa del Departamento Cultural de Radio Educación. Oficinas de la estación, Méx., D. F., 17 de marzo de 1995.

Rodríguez, Carmelina. Productora de "El mundo de la mujer actual" de la XEW. Oficinas de la estación, Méx., D. F., 25 de noviembre de 1994.

Salgado Salgado, Saúl. Profesor de radio de la ENEP Aragón. Cafetería de la escuela, Méx., D. F., 23 de junio de 1995.

Toledo, Saúl. Jefe del Departamento de Programación de Radio Universidad. Oficinas de la estación, Méx., D. F., 4 de noviembre de 1994.

Tudón, Maricarmen. Productora en Radio Fórmula. Oficinas de la estación, Méx., D. F., 11 de noviembre de 1994.

Vargas, Alfonso. Productor en Radio Fórmula. Oficinas de la estación, Méx., D. F., 11 de noviembre de 1994.

Vázquez, Marco Antonio. Productor de "Palabra universal" de Radio Trece y editorialista de "El universal". Oficinas del periódico, Méx., D. F., 8 de noviembre de 1994.

Velasco Ugalde, Enrique. Profesor de radio de la UAM Xochimilco. Oficinas de la escuela, Méx., D. F., 26 de mayo de 1995.

Vieyra Matuk, Rafael. Locutor de "Expreso nocturno" y "Frecuencia informativa revista nocturna" de Frecuencia Libre. Jefatura de Información de canal 11, Méx., D. F., 19 de septiembre de 1995.

Villegas, Teodoro. Profesor de radio de la UAM Xochimilco. Oficinas de la escuela, Méx., D. F., 10 de abril de 1995.

Zamora, Rebeca. Subdirectora de producción de RTC y locutora y productora en "La hora nacional". Oficinas de la Secretaría de Gobernación, Méx., D. F., 23 de noviembre de 1994.

FUENTES AUDIOGRÁFICAS

Barry White, The collection
Disco compacto, Multimusic
Love's theme, Barry White
Polygram, México
4'05.

Bebu Silveti, Lluvia de primavera
Long play, Rafael Trabucchelli, 1978
Lluvia de primavera, B. Silveti
Gamma Hispavox, México
5'52.

Bebu Silveti, Lluvia de primavera
Long play, Rafael Trabucchelli, 1978
Lluvia de cocos, B. Silveti
Gamma Hispavox, México
4'28.

Bebu Silveti, Silveti en México
Long play, Bebu Silveti, 1980
Reunión Azteca, B. Silveti
Gamma, México
4'35.

Billy Joel, Greatest hits vol. 2 1980-85
Disco compacto, Impulsive Music-April Music Inc., 1985
Sigue siendo rock and roll para mí, Billy Joel
CBS Columbia Internacional, México
2'54.

Brooklyn Express, Sixty-nine
Long play, Began Cerik, 1981
Sixty-nine, Began Cerik
Trébol, México
9'30.

Dagon, Eurodisco 96 collection
Disco compacto, Musart, 1996
Boom chaka, Pla-Molla
Musart, México
4'38.

Duncan Dhu, El grito del tiempo
Long play, Paco Trinidad, 1988
Señales en el cielo, D. Vasallo
IM Discos y cassettes, México
3'03.

Elvis Presley, 30 años de música rock (Salvat)
Long play, Joan Deary, 1984
Suspicious minds, James
RCA, México
4'20.

Enoch Light and The light Brigade, The golden era of Glenn Miller
Disco compacto, Enoch Light, 1971
Collar de perlas, J. Gray
Mediterráneo, México
3'24.

Enoch Light and The light Brigade, The golden era of Glenn Miller
Disco compacto, Enoch Light, 1971
Reunión de etiqueta, Hawkins-Johnson-Dash-Feyne
Mediterráneo, México
3'27.

Enoch Light and The light Brigade, The golden era of Glenn Miller
Disco compacto, Enoch Light, 1971
Serenata a la luz de la luna, Miller-Parish
Mediterráneo, México
3'42.

Estrellas del caribe, Tequendama de oro vol. 7
Long play, Edimúsica, 1987
Cumbia sampuesana 2000, Joaquín Betín-Martínez
Eco Peerless, México
2'58.

Fire Inc., Calles de fuego
Long play, Jim Steinman, 1984
Sin rumbo, Jim Steinman
MCA Records, Inglaterra
6'02.

Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri", Más canciones del grillito cantor

Long play, RCA Víctor, 1958

Fiesta de los zapatos, F. Gabilondo

RCA Víctor, México

2'38.

Green Day, Dookie

Disco compacto, Rob Cavallo y Green Day, 1994

Having a blast, P. Hynes

WEA Internacional, USA

2'45.

Herb Alpert, Fandango

Long play, José Quintana y Herb Alpert, 1982

Ruta 101, Juan Carlos Calderón

AM Records, México

3'21.

INXS, Welcome to wherever you are

Disco compacto, Marc Opitz and INXS, 1992

Beautiful girl, Farris and Hutchence

Polygram, México

3'28.

Jac Holzman, Authentic sound effects vol. 1

Long play, Jac Holzman, 1981

Traffic, Jac Holzman

Elektra, USA

55".

Jac Holzman, Authentic sound effects vol. 3

Long play, Jac Holzman, 1981

Expectant crowd noise, Jac Holzman

Elektra, USA

51".

Jac Holzman, Authentic sound effects vol. 4

Long play, Jac Holzman, 1981

Volkswagen, Jac Holzman

Elektra, USA

39".

Jo Basile his accordion and Orchestra, Accordion de Paris
Long play, AF, 1986
Comme Ci, comme ca-Tout Ca, Coquatrix
Audio Fidelity, México
2'50.

Juan Torres, La magia de Juan Torres
Álbum de discos, m. musical, 1978
La banda dominguera, José Carlos
Musart, México
2'40.

Juan Torres, La magia de Juan Torres
Álbum de discos, m. musical, 1978
Pata pata, Makeba-Rogovoy
Musart, México
2'19.

Juan Torres, Volumen 21
Long play, Juan Torres y Jorge Ortega, 1974
Silencio, Rafael Hernández
Musart, México
2'37.

Julius Wechter and the Baja Marimba Band, ¿Conoces el camino a San José?
Long play, Allen Stanton, 1968
Sí señor, ella es mi chica, Kanh-Donaldson
AM Records RCA, México
2'09.

Julius Wechter and the Baja Marimba Band, ¿Conoces el camino a San José?
Long play, Allen Stanton, 1968
Digo una plegaria, David-Bacharach
AM Records RCA, México
2'22.

Julius Wechter and the Baja Marimba Band, ¿Conoces el camino a San José?
Long play, Allen Stanton, 1968
Debe haber algo mejor que esto, Fields-Coleman
AM Records RCA, México
2'10.

Julius Wechter and the Baja Marimba Band, ¿Conoces el camino a San José?
Long play, Allen Stanton, 1968
Balada de Bonnie y Clyde, Murray-Callander
AM Records RCA, México
2'23

Kaoma, Worldbeat
Long play, Jean-Claude Bonaventure, 1989
Lamba caribe, Braz-Bonaventure
CBS, México
4'07.

Katrina and The Waves, Super top hits vol. 3
Long play, Katrina and The waves and Pat Collier, 1985
Caminando bajo el sol, K. Rew
EMI, México
4'00.

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 1
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Telephone rings 5 times, K. Holzman
Elektra, USA
29".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Applause, K. Holzman
Elektra, USA
30".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Cows mooing, K. Holzman
Elektra, USA
09".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Dog barking, K. Holzman
Elektra, USA
07".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Funeral march, K. Holzman
Elektra, USA
2'56.

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Horse race, K. Holzman
Elektra, USA
2'26.

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Oscillator sweep, K. Holzman
Elektra, USA
43".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Reveille bugle call, K. Holzman
Elektra, USA
20".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Roaring fire, K. Holzman
Elektra, USA
37".

Keith Holzman, Authentic sound effects vol. 3
Disco compacto, Botnick-Holzman, 1987
Tuning short wave radio, K. Holzman
Elektra, USA
42".

Ken Griffin, El órgano melódico de Ken Griffin
Long play, CBS Internacional
La calle doce, Bowman
CBS Columbia, México
2'48.

La Ley, Invisible
Disco compacto, Humberto Gatica y La Ley, 1994
Hombre, Alberto Cuevas
WEA, México
4'04

Les Djins, Las voces del cielo
Long play, Ducretet Thompson, 1985
Sr. La Fayette, Hortis-Horle-Laurent-Duclos
EMI Capitol, México
2'35.

Linahl, The never ending story
Long play, Giorgio Moroder, 1985
Torre de marfil, G. Moroder
EMI Capitol, México
5'49.

Los Churumbeles de España
Long play, RCA, 1956
La leyenda del beso, Soutullo-Vert
RCA Víctor, México
3'22.

Los Folkloristas, Nuestra América negra
Long play, José Ávila, 1989
El alcatraz, D. P.
Discos pueblo, México
3'15.

Los Folkloristas, Nuevo canto
Long play, José Ávila, 1989
Quetzalines, Danza de Ateman
Discos pueblo, México
2'42.

Los Persuaders, Tijuana surfin
Long play, Drive in music co
Tijuana, Buff
Diana, México
2'18.

Los violines de Pego, Nuevas grabaciones álbum 10
Álbum de discos, OCM
Malagueña andalucía, E. Lecuona
OCM, México
3'52.

Manuel Mijares, María Bonita
Disco compacto, Bebu Silveti, 1992
Noche de ronda, Agustín Lara
EMI Capitol, México
4'08.

Marc Newman, New Age Music collection I
Disco compacto, Multimusic
Orinoco flow, Enya-Ryan
Studio, México
3'36.

Mariachi Vargas de Tecalitlán, Vamos a bailar con las mejores orquestas de México
Álbum de discos, RCA, 1979
Teléfono a larga distancia, Aniceto Díaz
RCA, México
2'13

Mecano, AiDalai
Long play, Mecano, 1991
Dalai Lama, I. Cano
BMG Ariola, México
5'29

Mecano, Descanso dominical
Long play, Mecano, 1988
Por la cara, I. Cano
BMG Ariola, México
3'04

Mecano, Entre el cielo y el suelo
Long play, Mecano, 1986
Las curvas de esa chica, I. Cano
BMG Ariola, México
3'12

FUENTES AUDIOGRÁFICAS

Michael Jackson, Dangerous
Disco compacto, Michael Jackson, 1991
Black and white, Michael Jackson
Epic, USA
4'15

Miguel Bosé, Más allá
Long play, Danilo Vaona, 1981
Metrópolis, Felisatti-Vaona-Bosé
Epic, México
3'44

Mike Oldfield, The songs of distant earth
Disco compacto, Mike Oldfield, 1994
Magellan, M. Oldfield
WEA Warner music, USA
4'41

Mike Oldfield, The songs of distant earth
Disco compacto, Mike Oldfield, 1994
The shining ones, M. Oldfield
WEA Warner music, USA
2'57

Mike Oldfield, The songs of distant earth
Disco compacto, Mike Oldfield, 1994
The sunken forest, M. Oldfield
WEA Warner music, USA
2'38

Munich machine, A whiter shade of pale
Long play, Giorgio Moroder y Pete Bellotte, 1978
Una pálida sombra, Reid-Brooker
RCA Víctor, México
5'06

Orquesta Filarmónica Nacional, El mundo maravilloso de la música
Álbum de discos, Charles Gerhardt, 1975
Danza de las ninfas acuáticas de Lorelei, Catalani
RCA, México
6'45

Orquesta Filarmónica Nacional, El mundo maravilloso de la música
Álbum de discos, Charles Gerhardt, 1975
Marcha turca de "Las ruinas de Atenas", Beethoven
RCA, México
1'38

Orquesta Filarmónica Nacional, El mundo maravilloso de la música
Álbum de discos, Charles Gerhardt, 1975
Nocturno de "El sueño de una noche de verano", Mendelssohn
RCA, México
6'33

Paris Latino, Ultra disc 3
Long play, Virgin Records, 1983
Bandojero, C. Pérez-J. Pérez
Ariola, México
3'30

Pink Floyd, A momentary lapse of reason
Cassette, CBS Columbia, 1987
Perros y guerra, Waters
CBS Columbia, México
3'37

Radio futura, Veneno en la piel
Long play, Radio futura, 1990
Mercuriana, Auserón
Ariola, México
4'06

Silver convention, Save me
Long play, Michael Kunze, 1976
Save me, Silvester Levay
RCA Victor, México
4'22

Soda stereo, Nada personal
Long play, Soda stereo, 1985
Estoy azulado, Coleman-Cerati
Embassy, México
5'07

Suzy Q, Computer music
Long play, J. C. Productions, 1985
Música de computadora, Rene Grignon
Trébol, México
5'17

Timbiriche, Los clásicos de Timbiriche
Long play, Melody, 1988
Ven, ven, ven, Wahams-Biestro
Melody, México
4'37

Toni Basil, Ultra disc 3
Long play, Franke Golde, 1984
Sobre mi cabeza, Golde-Shifrin
Ariola, México
3'20

Virus, Esto es rock
Long play, Sadaic, 1986
Una luna de miel en la mano, F. Moura y E. Costa
CBS Columbia Internacional, México
5'17