

55
24.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CAMPUS "ARAGÓN"

"UNA RADIO CULTO-COMERCIAL UNIDA...
EN BÚSQUEDA DE ONDAS HERTZIANAS".

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN
COLECTIVA.

PRESENTA:

HERNANDEZ ALANIZ RAFAEL.

ASESOR: LIC. ISABEL A. LUIS JUÁREZ.

SAN JUAN DE ARAGÓN, EDO DE MÉXICO



OCTUBRE

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1997



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

A MI ESPOSA E HIJO:
FALTA CAMINO POR
RECORRER Y SENDEROS
POR CONSTRUIR.
SOLO NECESITAMOS
DE TRES VERBOS
LUCHAR, VIVIR Y AMAR.

INDICE.

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO UNO	1
1.1. LA RADIO EN MÉXICO	2
1.2. INFLUENCIA DE LA RADIO EN LA SOCIEDAD	13
1.3. LA RADIO ACTUAL	31
CAPÍTULO DOS	44
2.1. HISTORIA DE RADIO EDUCACIÓN	45
2.1.1. OBJETIVOS	54
2.2. HISTORIA DE RADIO MIL	62
2.2.1. OBJETIVOS	67
CAPÍTULO TRES	72
3.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	73
3.2. PROYECTOS RADIOFÓNICOS	85
GUIONES	110
CONCLUSIONES.	
BIBLIOGRAFÍA.	

INTRODUCCIÓN.

La radio es uno de los medios de comunicación más antiguos que han surgido en México después de la prensa, y antes que la televisión, con un impacto de influencia importante en los primeros radioescuchas de hace unos setenta años. Una radio que nació bajo la tutela del Estado con los objetivos de informar, educar y entretener a la población. Con el paso de los años esas metas se han transformado, al grado de convertirse en una lucha de intereses económicos más que la búsqueda de satisfacer las necesidades de información de una vasta conglomeración humana.

Para comprender la realidad de la radio actual, como se cita más adelante, es necesario analizar primeramente sus inicios.

En este material que se presenta, se establecen las diferencias y coincidencias entre la radio cultural y comercial, con el fin de proponer un híbrido de ambos. Actualmente, la radio comercial ha reemplazado a la radio cultural; lo anterior, cabe recalcar, sin que se pierda la esencia de la difusión de la cultura a través de la radio, con el híbrido a proponer.

Esta investigación contiene tres apartados:

-El primero se limitará a dar a conocer la historia de la radio en México, su influencia y su papel en la actualidad.

-El segundo abordará la historia de Radio Educación y Radio Mtl.

-El tercero propondrá un proyecto radiofónico Culto-Comercial.

Antes de finalizar, quiero aclarar que no estoy en contra de la generación de capitales en la radio, sino todo lo contrario. Para que la radio permanezca es necesaria su comercialización; donde exista una sociedad consumista. ¡Ah, pero eso sí! Una sociedad con capacidad de análisis, culta y consciente de su realidad.

Quisiera lanzar la siguiente pregunta al respecto:

¿Acaso los intelectuales en algún momento de su vida no han consumido Coca Cola, no han vestido con ropa de marcas reconocidas o fumado un cigarrillo promocionado por radio y televisión? No evadamos dos realidades con las que tenemos contacto diariamente: lo comercial y cultural; dejemos a un lado esos rabües que venimos acarreado desde hace años: LO COMERCIAL Y CULTURAL SON COMO LA ABEJA AL POLEN, SIN LA PRESENCIA DE UNA DESAPARECERÍA LA OTRA.

CAPÍTULO UNO.

1. HISTORIA DE LA RADIO EN MÉXICO.

1.1. LA RADIO EN MÉXICO.

En este primer acercamiento a la radio conoceremos su historia en México, la forma en que influye en el receptor como medio de comunicación; y finalmente, qué opinan las personas que han vivido de manera directa un contacto con la radio.

"La historia de la radiodifusión en México se remonta a inicios del siglo XX, dicho desarrollo inicio al concluir la Revolución Mexicana. El despertar de la radio en nuestro país se da bajo el mandato del general Alvaro Obregón.

En 1921, Obregón visitó Córdoba, Veracruz, ciudad que festejaba el aniversario número 100 de la firma de los Tratados de Córdoba. Con tal motivo en todo el día hubo bailes, desfiles, demostraciones aéreas, carreras de autos, certámenes literarios, funciones especiales de teatro, exposiciones de pintura, industria y comercio. Asimismo, por primera vez en nuestra historia aparecen varias emisiones radiofónicas.

El 27 de septiembre de ese mismo año hubo una emisión original en una cabina construida exprofeso en los bajos del desaparecido Teatro Ideal. Los animadores del programa fueron los hermanos Adolfo Enrique y Pedro Gómez.

Esa emisión radiofónica se llevó a cabo por el hecho de que Adolfo Enrique Gómez Fernández celebraba su cumpleaños número 26. Constó únicamente de dos canciones interpretadas por José Mojica y otra por la niña María de los Angeles Gómez Camacho, hija del festejado, Mojica interpretó Vorrei de Paolo Tosti; y la niña Gómez Camacho, Tango Negro del compositor neoleones Belisario de Jesús García. Ambos cantantes se escucharon claramente en la estructura del Teatro Nacional (Bellas Artes), a través de unos audífonos conectados previamente con una planta receptora instalada ahí con motivo de una exposición comercial, en la que se exhibían todas las materias primas que México podía exportar.

La emisora de los Gómez Fernández y Barra Viela se mantuvo en el aire hasta principios de 1922. Del 27 de septiembre de 1921 a principios de 1922 transmitió todos los sábados y domingos, de las 20:00 a 21:00 horas.

El 28 de septiembre de 1921 se efectuó una tercera emisión experimental memorable que tuvo lugar en los llanos de Balbuena, en donde el general Obregón pudo escuchar en un receptor, que en esos momentos captaba, las notas del corrido revolucionario La Adelita, el cual era ejecutado vía fonógrafo y transmitido desde Pachuca. La cuarta emisión radiofónica mexicana tuvo lugar también en Balbuena y se llevó a cabo días más tarde.

En 1923 se registró en la radio el primer anuncio de una película que se exhibía por aquellos días en la capital, la cual tenía como trama principal un "Dartañán a la moderna, en lugar de un sabio caballero. Monta un modesto mulo amaestrado. Vea usted a Dartañán telefoneando en el siglo XVIII". En febrero de 1923 se hacían pruebas con una pequeña planta de 50 Watts, propiedad del señor Raúl Azcárraga, quien era igualmente dueño de "La Casa del Radio", tienda que abría sus puertas en la casa número 62, de la avenida Juárez, en el sitio donde hoy se yergue el edificio San Antonio. Azcárraga hacía funcionar su planta con el auxilio de amigos y trabajadores. Entre otros, por los señores Gustavo Obregón y Jorge Marrón, este último, empleado de mostrador en su empresa, que además, hacía de speaker (locutor) de la emisora.

En marzo del mismo año comenzó sus transmisiones la estación IJ, propiedad del señor Francisco C. Steffens. Esta emisora gozaba de las simpatías de los aficionados cultos, los artistas y escritores, causa de sus programas selectos dominicales, ajenos a toda propaganda comercial. El transmisor original de IJ, fue un aparato Westinghouse, de 10 Watts que por trabajar en onda corta era fácilmente localizable por los radioaficionados que trabajaban diseminados por las ciudades del interior del país y del extranjero. No experimentaban lo mismo aquellos que lo intentaban en la misma capital de la república.

El Universal informó, en su primera página, que a la usanza de los

grandes periódicos norteamericanos. El Universal Ilustrado cuenta con una poderosa estación transmisora de radiofonía, instalada en la capital de la república...su inauguración se efectuará hoy a las 20:00 horas, en el programa tomarán parte grandes artistas: el primer guitarrista del mundo, Andrés Segovia, el gran compositor mexicano, Don Manuel M. Ponce; y el notable pianista Manuel Barajas, quienes bondadosamente se han prestado a desempeñar varios números de concierto. Además el señor Manuel Maples Arce, recitará su poema a la radiofonía y la aplaudida artista Celia Montalván cantará varias canciones mexicanas. Los señores Don Raúl Azcárraga, gerente de "La Casa del Radio" y Don Carlos Noriega Hope, Director de El Universal Ilustrado, hablarán igualmente en nombre de sus respectivas negociaciones, que desde ahora marchan unidas.

Este concierto será transmitido con una onda de 375 metros. Y la nota concluyó así: hoy, a las ocho en punto de la noche, estén pendientes en sus respectivos aparatos de este acontecimiento que marcará una verdadera etapa en la historia de la radiofonía mexicana. La planta de 50 Watts, se transformó el 18 de septiembre de 1923 en una emisora más potente de 500 Watts.

El 11 de mayo de 1923, mas de siete mil radioyentes mexicanos recibieron por primera vez en la historia del periodismo nacional y en sus propios hogares, un resumen de las novedades que el diario El Universal ofrecería a sus lectores en su edición del siguiente día.

1923, fue el año en que por primera vez en la historia del país la radio sirvió a la política. Los micrófonos de la CYL fueron usados por Plutarco Elías Calles durante su campaña en pos de la presidencia de la república. De cuyo acto se tomó una foto memorable que Gustavo Casasola registró en su Historia Gráfica de la Revolución Mexicana. En ella aparecen Raúl Azcárraga, Elías Calles y el doctor Puig Cassauranc. Al finalizar este año, México tenía instaladas cinco radiodifusoras en su territorio. Un número realmente significativo si consideramos que por aquellos no había muchos recursos. El país, empero, contaba con el más importante: La imaginación.

Es importante recalcar que el primer contacto que se registró entre Elías Calles y Raúl Azcárraga, provocó una estrecha relación entre el Estado y la radio, la cual perdura hasta nuestros días.

El 1 de septiembre de 1924, el general Alvaro Obregón, en su informe al Congreso de la Unión, manifestó que "La Casa del Radio" se aprovecha diariamente como elemento de transmisión radiotelefónica a las 12:30, para enviar un mensaje meteorológico a tiempo y la previsión para el día siguiente.

En ese mismo año en Berna, Suiza, se adoptaron y distribuyeron las siglas de las emisoras que habían en el mundo. México no tuvo representación alguna en esa reunión, pero la edición de El Universal, correspondiente al 6 de julio de 1924, da cuenta de ello y consigna que a México se le asignaron las siglas CYA a CZZ.

El 30 de noviembre al protestar Plutarco Elías Calles como presidente de la república, la emisora CZE de la Secretaría de Educación Pública salió al aire, del que no habría de retirarse hasta casi la década de los 40.

La emisora de la SEP ha renacido recientemente con las siglas XEEP.

En el Primer Informe de Gobierno del Presidente Elías Calles indicó que "Estación de radio, con fecha de 15 de julio de 1924 se autorizó a la Secretaría de Educación Pública para que adquiriera una estación transmisora de radio, y al efecto fue comisionado el director de Enseñanza Técnica para que comprara en los Estados Unidos del Norte, la Estación de referencia fue instalada en el edificio que ocupa esta secretaría e inaugurada con fecha de 30 de noviembre de 1924, empezando a funcionar con toda regularidad al iniciarse el nuevo periodo presidencial, habiéndose logrado que esta estación sea la mejor de las que actualmente existen en la ciudad de México y que sea intensa la propaganda cultural que se transmite en ella. Se ha dotado a la mayoría de las escuelas federales en los estados de los aparatos receptores correspondientes.

Sus transmisiones son escuchadas en Norte, Centroamérica y Cuba, habiéndose recibido alguna correspondencia de América del Sur.

Diariamente transmite el boletín meteorológico, consejos a los agricultores y una conferencia de diez minutos, los miércoles y sábados conferencias y audiciones

artísticas. Se edita el boletín de radio y la estación ha sido utilizada con toda regularidad por la Secretaría de Industria y Comercio y Trabajo para enviar sus boletines comerciales."

Semanas más tarde, cuando el proceso del homicida José de León Toral se llevó a cabo, la emisora CZE de la SEP, transmitió hasta los hogares de México, todos los pormenores del caso que conmovió a los mexicanos de entonces.

El 5 de febrero de 1930, el día de la protesta del presidente Pascual Ortiz Rubio la emisora Radio Mundial transmitió el mensaje presidencial. Ese mismo día nació el primer diario hablado de México, cuyo director era el ingeniero Félix F. Palavicini, Radio Mundial -hoy XEN- había sido hasta entonces la emisora de la General Electric. Había salido al aire en 1925 y Palavicini, quien siempre había visto con entusiasmo singular la aparición de la radio, acababa de adquirirla para dar vida al periodismo radiofónico nacional. Eso fue Radio Mundial bajo su dirección; el primer periódico radiofónico especialmente concebido. El ingeniero Palavicini vendió su planta meses más tarde, al salir al aire la XEW de Emilio Azcárraga Vidaurreta. Así el 18 de septiembre salió al aire la primera gran emisora nacional; la XEW, propiedad de Azcárraga, uno de los pioneros de la radiofonía mexicana, quien en 1923 puso en el aire la planta radiofónica de El Universal Ilustrado-La Casa del Radio.

En 1932 al reunirse en Madrid la Conferencia Internacional de

Telecomunicaciones, se dieron a México las iniciales XE como las letras definitivas de sus radioemisoras. En esta reunión estuvo presente una representación mexicana.

Uno de los grandes acontecimientos radiofónicos de México fue la espera de Barberán y Collar, pilotos que viajaron de España a México en avión, haciendo escala en La Habana y que desaparecieron, quizá en el Istmo de Tehuantepec, o en la Sierra de Oaxaca, sin que se hayan encontrado los restos del avión o sus tripulantes.

En ese mismo año -1923- la radiodifusión comercial mexicana estaba en su pleno período de desarrollo y empezaron a llegar noticias de los experimentos que se hacían para unir la visión a la voz. En esta época había 49 emisoras comerciales y 6 oficiales, para un total de 55.

En 1938 de la XEQ salió al aire oficialmente, debido a que desde mayo anterior había iniciado sus transmisiones experimentales. Dos años más tarde en el Diario Oficial se publicó el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras. En 1941 la situación de guerra entre México y Japón propició la clausura de todas las estaciones experimentales y radioaficionados en el país.

Por su parte, la emisora XEB, de El Buen Tono S.A., amplió su alcance por medio del perfeccionamiento. Transmitía ya en 100 mil Watts en onda larga y en 10 mil en onda corta.

En mayo de 1941 se fundó Radio Programas de México, la primera cadena radiofónica del país. Sus creadores Emilio Azcárraga Vidaurreta y

Clemente Serna Martínez. En junio de ese mismo año, ante los micrófonos de la XEW el presidente de la República, general Manuel Ávila Camacho, hizo la declaración de guerra a los países del Eje. Ese día, también, fue publicado el nuevo reglamento de las radiodifusoras comerciales a las cuales se definió con estas palabras: las destinadas a la explotación de propaganda comercial mediante la divulgación de conferencias, programas musicales, piezas de teatro, programas de divulgación científica y artística, crónicas, informaciones deportivas y de interés general.

En 1943 había 167 radiodifusoras comerciales y 7 oficiales en el país, en total 174, que representaban un capital de 16 millones de pesos, esto es, cien veces mayor que el invertido en radiofonía en 1923, año en el que se invirtieron 160,867,82 pesos. Las radiodifusoras daban trabajo a 955 locutores, 312 operadores, 88 cronistas y conferencistas y 2,414 personas dedicadas a las tareas administrativas.

Una de las grandes transformaciones y cambios en la radiodifusión fue la aparición de la televisión, con esto, se incrementó una competencia entre los medios electrónicos de comunicación, es decir; antes era entre radiodifusoras, ahora entre la radio y la T.V.

El 7 de octubre de 1949, se autorizó en el D.F. el primer canal de T.V. comercial, recayendo esta autorización en la empresa Televisión de México, S.A en el canal 4, con las siglas XHTV. Un año más tarde se autorizó la creación del canal 2 el cual salió al aire el 21 de marzo de

1951.

Así, la década de los cincuentas se fijó en el desarrollo de la televisión, pero no se dejó de impulsar a la radio. De 1960-1961 en materia de radiodifusión se dieron las máximas facilidades para que se instalaran nuevas plantas y para que las ya existentes se ajustaran a las normas técnicas y administrativas que para ellas se habían establecido.

Durante la década de los 60's las radiodifusoras comerciales de la banda normal fueron las más numerosas y representaron al 86.3 por ciento del total de radiodifusoras comerciales, se autorizaron 35 estaciones comerciales, 4 de la banda normal, 8 de frecuencia modulada y 23 de televisión.

En 1971 el presidente Luis Echeverría afirmó en su Primer Informe de Gobierno que, al referirse a la libertad para la radio y la T.V., "nos hemos preocupado también porque, dentro del marco de nuestras leyes, la televisión y la radio se desenvuelvan libremente, conscientes de que así podrán cumplir más eficazmente su función social informativa. Estamos alentando igualmente a la industria cinematográfica para que sea vehículo de creación estética de las aspiraciones nacionales".

Durante 1973 con el objeto de preparar mejor la programación que se transmitía en el tiempo (12.5 por ciento) que corresponde al Estado en radio y televisión, la Subsecretaría de Radiodifusión hizo una zonificación del país y se diseñó consecuentemente un sistema de tráfico para distribuir la programación mencionada.

La zona fronteriza norte del país recibió semanalmente tres series de programas para radio que se difundieron a través de 16 estaciones y videocassetes con programas de Televisión Cultural de México (TCM) por las repetidoras de Guerrero e Islas de Cedros. Un servicio semejante se dio a otras regiones del país, y en todos los casos se operó con cargo al tiempo que corresponde al Estado.

Por esos días operaban en el país, en la banda de Amplitud Modulada, 538 radiodifusoras comerciales y 12 culturales; en Frecuencia Modulada 86 comerciales y 4 culturales. En Onda Corta 14 estaciones comerciales y 9 culturales. Además de 77 televisoras comerciales y 2 culturales.

El primero de septiembre de 1973, el presidente de la República, Lic. Luis Echeverría, en su Segundo Informe de Gobierno señaló: "La conducta del Gobierno de la República se rige por la estricta observancia del orden jurídico. El régimen de la radio y televisión es reflejo de nuestro sistema de economía mixta. Al Estado corresponde velar por el cumplimiento de los objetivos que la ley señala a las empresas concesionarias del espacio aéreo.

Estamos obligados a exigir que la imagen que llega a millones de niños y adultos no deforme los valores de nuestra convivencia, y que los adelantos de tecnología no se utilicen para fomentar servidumbres intelectuales". (1)

1.2. INFLUENCIA DE LA RADIO EN LA SOCIEDAD.

Hablar de la influencia de los medios de comunicación de masas en la sociedad, es enfrascarse en una lucha entre el bien y el mal. Es como presenciar una película del Santo contra las fuerzas de la oscuridad; desgraciadamente en el filme de la realidad las fuerzas antagónicas de la verdad han ganado la batalla por el momento.

Hace unos años el señor Emilio Azcárraga Milmo comentó que "los medios de comunicación, transmitían y transmiten, lo que el pueblo desea". Existieron grandes críticas al respecto, pero lamentablemente dicha frase dice la verdad; el pueblo ve programas y escucha series de radio que al ser impuestas les presentan una falsa realidad.

En la actualidad los programas radiofónicos tienen por objetivo buscar el entretenimiento de los radioescuchas y son muy pocas las emisoras encaminadas a satisfacer las necesidades de la población (educación, concientización, culturización, capacidad crítica, raciocinio y entretenimiento), en pocas palabras no hay una influencia equilibrada

entre lo cultural y lo comercial. Debemos tener presente aquella frase que se ha quedado en el armario empolvado del olvido: "La verdad os hará libres".

"Muchos están alarmados por la ubicuidad y el poder potencial de los mass-media. Se ha llegado a escribir, por ejemplo, que el poder de la radio sólo puede ser comparado con el poder de la bomba atómica.

Se admite en general que los mass-media constituyen un poderoso instrumento que puede ser utilizado para bien o para mal y que, en ausencia de los controles adecuados, la segunda posibilidad es en conjunto, más verosímil.

Los diversos grupos radiofónicos poderosamente económicos están empeñados primeramente en las cuantiosas ganancias producidas por la publicidad.

En este sentido, es indudable que los mass-media atienden a muchas funciones sociales que bien podrían convertirse en el objeto de una investigación continua.

Acerca de tales funciones, comentaremos lo siguiente:

-Los mass-media confieren categoría, status a cuestiones públicas, personas, organizaciones y movimientos sociales.

La experiencia, así como la investigación, atestiguan que el prestigio social de personas o de políticas sociales queda realizado cuando éstas exigen una atención favorable en los medios masivos.

-Los mass-media dan prestigio y realzan la autoridad de individuos

y grupos al legitimizar su status. El reconocimiento por parte de la prensa, radio, revistas o noticiarios cinematográficos; testifica que uno ha llegado, que el individuo tiene la importancia suficiente como para destacar entre las grandes masas anónimas, que la conducta y las apartencias de tal persona son lo suficientemente significativas como para requerir la atención pública.

De momento, al haber considerado la función -otorgadora de status-, consideraremos una segunda función: la aplicación de normas sociales a través de los mass-media. Los medios de comunicación masiva tienen la función de imponer normas sociales. Una vez más debe hacerse referencia al valor aglutinante de dichos medios: sus informaciones, juicios, valoraciones, críticas, etc., proponen-imponen a la colectividad un mismo prisma de interpretación de la realidad y de la historia.

Los medios de masas son insustituibles para la creación de -normativas-, es decir, formas de acción o de inactividad, de interpretación común de la sociedad". (2)

"Aparte de las funciones mencionadas los medios también tienen una disfunción: la narcotización. Los medios son responsables de la existencia de una gran masa de la población políticamente inerte y amorfa. Los medios de comunicación de masas contribuyen, disfuncionalmente, a la potencialización de esta inactividad y apatía. Los medios invadiendo con información a los individuos, pueden sustituir en ellos el deseo de actividad, de participación real por el simple -gusto- de

estar informados". (3)

Es decir, confunden el hecho de estar informados con el hecho de actuar en la sociedad.

Más aún, en muchas ocasiones las transmisiones nos motivan para mejorar nuestras vidas en lo económico, sentimental, social, etcétera; pero nunca nos dicen la forma de elevar nuestro nivel de vida, en ocasiones, los programas radiofónicos invitan a concursos o rifas que propician en los oyentes una falsa ilusión para resolver sus problemas personales.

Es necesario utilizar otras formas de persuasión para que los auditores logren la superación personal, por medio del estudio, el trabajo y una capacitación constante.

No debemos olvidar que en ocasiones la obtención de status y categoría se ven frenados al hacer creer al auditorio que su actual posición social es la adecuada, que no necesita superarse más, no existe una motivación para mejorar sus vidas. Esto influye repetidamente en sus descendientes.

"Los operadores de los mass-media conocen, desde luego, las funciones de otorgación de status y de reafirmación de normas sociales. Al igual que otros mecanismos sociales y psicológicos, estas funciones se prestan a diversas formas de aplicación. Su conocimiento es poder, y el poder puede ser utilizado para intereses especiales o para el interés general.

Estudios sueltos han demostrado que una proporción creciente del tiempo de los individuos se dedica a los productos de los mass-media. Con distintas variaciones en diferentes regiones y entre diferentes capas sociales, el caudal de los medios de comunicación es de presumir que permite al individuo del siglo XX -estar al corriente de lo que ocurre en el mundo-. Sin embargo, este vasto suministro de comunicaciones puede suscitar tan sólo una preocupación superficial por los problemas de la sociedad, y ésta superficialidad, a menudo, enmascara una apatía masiva.

Es evidente que los mass-media han elevado el nivel de información de amplios sectores de la población, pero, muy al margen de la intención, cabe que la dosis creciente de comunicaciones de masas puedan estar transformando inadvertidamente las energías de muchos que pasan de la participación activa al conocimiento pasivo". (4)

Es cierto que en la actualidad los mass-media nos saturan de información de toda índole y nos tratan de tener informados de lo que sucede en nuestro alrededor, pero nunca nos dicen las causas reales que provocan esos fenómenos sociales.

Ante tal situación podemos decir que vivimos una era de la desinformación, la época de una sociedad que solamente recibe información y no responde a esos estímulos creados en nuestro entorno.

"Puesto que los mass-media son sustentados por grandes complejos del mundo de los negocios enclavados en el actual sistema social y económico, los medios contribuyen al mantenimiento de este

sistema. Esta contribución no aparece simplemente en el anuncio del producto del patrocinador, sino más bien por la presencia en relatos de revistas, programas de radio y columnas de diarios, de algún elemento de información, algún elemento de aprobación de la actual estructura de la sociedad, ésta reafirmación continuada del orden establecido subraya el deber de aceptarlo.

En la medida en que los medios de comunicación de masas han tenido una influencia sobre sus audiencias, ésta no sólo se ha revelado en lo que se dice, sino, más significativamente, en lo que no se dice, ya que estos medios no sólo siguen afirmando el status quo sino que además dejan de suscitar preguntas esenciales acerca de la estructura de la sociedad. En consecuencia, al llevar hasta el conformismo y al facilitar muy poca base para una estimación crítica de la sociedad, los mass-media bajo el patrocinio comercial, restringen indirecta pero efectivamente, el desarrollo convincente de una visión genuinamente crítica.

Los objetivos sociales son abandonados por los medios comercializados cuando chocan con los intereses económicos.

Puesto que la mayor parte de nuestra radio, nuestro cine y nuestras revistas, así como una parte considerable de nuestros libros y periódicos, están destinadas al -entretenimiento-, es obligado considerar el impacto de los mass-media sobre el gusto popular". (5)

De cierta manera la influencia de los mass-media han creado una

atmósfera propicia para que los receptores se preocupen por su entretenimiento, pero también los han acostumbrado a que las actividades culturales son aburridas y no contribuyen a que se olviden de sus problemas, son tediosos y cansados.

"Es lógico que las mujeres acosadas a diario, durante tres o cuatro horas, por una decena de seriales radiofónicos consecutivos, todos ellos del mismo corte lamentablemente, exhiban una penosa carencia de juicio estético. Y esta impresión se ve reforzada por el contenido de las -revistas del corazón-, por la deprimente abundancia de films standard repletos de héroes, heroínas y villanos que actúan en una atmósfera fabricada con sexo, pecado y éxitos". (6)

La creación de estereotipos en ocasiones nos invitan a soñar despiertos y a echar a volar nuestra imaginación; son personajes superficiales que no nos aportan ninguna experiencia, son meros títeres de nuestros sueños.

"Si hemos de considerar los gustos estéticos en su ubicación social, debemos reconocer que la audiencia efectiva para las artes ha experimentado una transformación histórica. Hace unos siglos, esta audiencia quedaba mayoritariamente limitada a una élite aristocrática. Eran relativamente pocos quienes sabían leer, y muy pocos quienes disponían de medios para comprar libros, para ir al teatro o para viajar a los centros urbanos de las artes. Estos pocos afortunados cultivaban sus gustos estéticos, y su exigencia selectiva dejó huella en forma de unas

pautas artísticas relativamente altas.

Con la amplia difusión de la educación popular y con la aparición de las nuevas técnicas de la comunicación de masas, se desarrolló un mercado enormemente ampliado para las artes. Ciertas formas de música, teatro y literatura llegan hoy, virtualmente, a todos los componentes de nuestra sociedad. Por esto, desde luego, hablamos de medios de comunicación de masas y de arte de masas. Y las grandes audiencias de los mass-media, aunque en su gran mayoría alfabetizadas, no poseen una elevada cultura: una mitad de la población ha dejado su educación organizada al abandonar la escuela elemental.

Con el ascenso de la educación popular, se ha producido un declive similar en el gusto popular. Un gran número de personas, han adquirido la que cabría denominar -alfabetización formal-, es decir, capacidad para captar significados toscos y superficiales y una correlativa incapacidad para una total comprensión de lo que leen. En otras palabras, se ha creado una zanja profunda entre alfabetización y comprensión. La gente lee más pero comprende menos. Leen más personas, pero son proporcionalmente menos las que asimilan críticamente lo que leen.

Nuestra formulación del problema debería ser llana. Es desorientador hablar simplemente del declive de los gustos estéticos. Los medios de masas probablemente abarcan un mayor número de personas con un nivel estético culto, pero éstas son absorbidas por las grandes masas que constituyen la nueva e incontrolada audiencia para

las artes. En tanto que ayer la élite constituía virtualmente la totalidad de la audiencia, hoy es una fracción diminuta del todo. Por consiguiente, el nivel medio de las pautas estéticas y los gustos de la audiencia ha bajado, pese a que los gustos de ciertos sectores de la población indudablemente han ascendido y el total de personas expuestas al contenido de los medios de comunicación han aumentado enormemente.

Pero este análisis no contesta directamente a la pregunta acerca de los efectos de los mass-media sobre el gusto del público, una cuestión tan compleja como inexplorada. La respuesta sólo puede proceder de una investigación disciplinada. Uno desearía saber, por ejemplo, si los mass-media han despojado a la élite intelectual y artística de las formas artísticas que de otro modo le hubieran sido accesibles. Y esto implica investigar la presión ejercida por la audiencia de los mass-media sobre los individuos creativos para amoldarlos a los gustos de las masas. En toda época han existido escritores mercenarios, pero sería importante averiguar si la electrificación de las artes suministra corriente para una proporción mucho mayor de mortecinas luces literarias. Y ante todo sería esencial determinar si los mass-media y los gustos de las masas están necesariamente vinculadas en un círculo vicioso de pautas en pleno deterioro o si una acción apropiada por parte de los directores de los mass-media podría iniciar un círculo virtuoso de gustos que mejorasen acumulativamente entre sus audiencias. Dicho de manera más concreta: ¿Están atrapados los realizadores de los mass-media

comercializados en una situación en la que, cualesquiera que sean sus preferencias privadas, no pueden elevar radicalmente las pautas estéticas de sus productos?

****En este sentido restringido, la monopolización de los mass-media se encuentra en diversas circunstancias. Corresponde desde luego la estructura política de la sociedad autoritaria, donde el acceso a los medios de comunicación está totalmente cerrado a quienes se oponen a la ideología oficial**. **LA IDEA ES MÍA****

Una vez establecida la pauta general de conducta o la actitud genérica, ésta puede ser canalizada en una u otra dirección. La resistencia es muy leve. Sin embargo, la propaganda masiva suele enfrentarse a una situación más compleja. Puede buscar objetivos que topen con actitudes subyacentes. Puede tratar de reformar más bien que de canalizar los actuales sistemas de valores.

Los medios de comunicación de masas, pues, han sido utilizados efectivamente para canalizar actitudes básicas, pero hay muy pocas pruebas de que hayan servido para cambiar estas actitudes.

La propaganda masiva que no es ni monopolística, ni canalizante en su carácter puede, sin embargo, resultar efectiva si satisface la condición de: la complementación a través de contactos cara a cara.

Varios factores contribuyen a la mayor efectividad de esta reunión de medios de comunicación de masas y contacto personal directo. Está bien claro que las discusiones locales sirven para reforzar el contenido

de la propaganda de masas. Esta confirmación mutua produce el efecto de afianzamiento.

Los mass-media, como hemos visto, confluyen status, y el status del movimiento nacional se refleja en el de las células locales, consolidando con ello las decisiones tentativas de sus miembros. En esta distribución mutua, el organizador local asegura una audiencia para el portavoz nacional de validez al status del organizador local.

La cultura, en el momento actual, está determinada por un nuevo modo de presencia y de interacción de los diferentes terrenos y los diferentes agentes del imperialismo". (7)

Podemos establecer que los medios de comunicación tratan de influir para que prevalezca el orden establecido, si se viera en peligro su integridad de inmediato absorbería dicho mal.

Es cierto que los mass-media han restringido el acceso a todas aquellas personas que están en contra del orden establecido. Pero debemos tener en cuenta y muy en claro, que los medios de comunicación tienen que cumplir la función social de informar.

También es verdad que estamos en desventaja ante la gran masa de población que comparte las ideas de los mass-media. Pero no es demasiado tarde para iniciar un cambio; un cambio que contribuirá a la estabilidad y equilibrio de una sociedad que día a día va desmoronándose entre nuestras ondas hertzianas de comunicólogos.

"Seldes (1950) refleja una visión esencialmente similar, aunque

más sombría, al decir que el material ofrecido por los medios de comunicación...se produce masivamente y lo recibimos de forma apática. No se nos exige pensar. No se nos pide que seleccionemos. Nos cae encima y el resultado es que si permitimos seguir su acción a todos estos instrumentos de condicionamiento de masas, crearemos una nación formada, en mi opinión, a medias de adolescentes y a medias robots, pues la necesidad de pensar se hace progresivamente menor.

La preocupación por la pasividad parece haberse extendido con el advenimiento y auge de la televisión. Ya en 1950, Levin, después de examinar las quejas de los críticos en algunos periódicos y revistas intelectuales, se pregunta ¿Seremos capaces de ajustarnos a nuestro medio ambiente y sobrevivir como una civilización creadora? ¿Qué el nuevo medio intensificará el tipo de pasividad? ¿Es uno de los síntomas de una sociedad que es capaz de comprender sus responsabilidades como democracia."(8)

Ante tal perspectiva, nuestro objetivo es tratar de influir en todos los niveles sociales, por medio de una programación equilibrada que despierte las actitudes y aptitudes de nuestros receptores; el poder de análisis y crítica. Al tiempo de corregir las interferencias de las ondas hertzianas que cubren nuestros ojos auditivos.

La influencia de los medios de comunicación se debe corregir para retornar al siglo de las luces, al siglo de la creatividad y el conocimiento. No olvidemos que para que una sociedad se mantenga y desarrolle debe

existir un cambio de actitud en los mass-media: tal vez, lo anterior se escuche repetitivo pero es un bien necesario.

¡AY...medios como los quiero! Por eso los adoro; los añoro como Don Quijote extraña a su dulce y bella Dulcinea.

Con el poder de la gente y el de los comunicólogos podemos imaginar y hacer una radio diferente y equilibrada en favor de la sociedad. No olvidemos que...la verdad nos hará libres.

"El resultado de todo ello es el siguiente conjunto de ideas básicas sobre el objetivo de los medios de comunicación en la sociedad:

I. INFORMACIÓN.

- Proporcionar información sobre los acontecimientos y situaciones en la sociedad y en el mundo.**
- Indicar las relaciones del poder.**
- Facilitar la innovación, la adaptación y el progreso.**

II. CORRELACIÓN.

- Explicar, interpretar y comentar el significado de los acontecimientos y la información.**
- Apoyar a la autoridad y las normas establecidas.**
- Socializar.**
- Coordinar actividades aisladas.**
- Crear consenso.**
- Establecer órdenes de prioridad y señalar status relativos.**

III. CONTINUIDAD.

- Expresar la cultura dominante y reconocer subculturas y nuevos desarrollos culturales.
- Forjar y mantener el carácter comunal de los valores.

IV. ENTRETENIMIENTO.

- Proporcionar entretenimiento, diversión y medios de relajación.
- Reducir la tensión social". (9)

"Poco es lo que hace falta decir acerca de una tendencia primitiva (pero aún existe) a equiparar la evidencia del contenido con la evidencia del efecto, que deriva de la apreciación de sentido común según la cual la mayor parte de un tipo cualquiera de contenido (relatos de guerra, novelas, violencia, etc.) debe tener algún efecto sobre quienes lo consumen". (10)

Ante tal comportamiento, podemos determinar que si usamos de manera adecuada dicha influencia podremos generar un cambio de comportamiento; así como una variedad de programas que nos conduzcan a un poder crítico de elección por parte de los receptores, es decir, tomar lo mejor de la cosecha.

Al hablar de los -efectos de los medios de comunicación-, necesariamente nos estamos refiriendo a lo que ya ha sucedido como consecuencia directa de la comunicación de masas, fuese intencionada o no.

La expresión **-poder de los medios de comunicación-**, por otra parte, remite a un potencial para el futuro, o bien es una afirmación de la posibilidad de los efectos, en unas condiciones dadas. La **-efectividad de los medios de comunicación-** es una expresión que alude a la eficacia de los medios de comunicación para alcanzar un objetivo dado y se puede aplicar al pasado, al presente o al futuro, pero siempre indica intencionalidad.

"Quizás el aspecto más confuso de la investigación de los efectos sea el de la multiplicidad y complejidad del fenómeno en cuestión. Se suelen distinguir las siguientes grandes categorías de efectos: los efectos cognitivos (relacionados con el conocimiento y la opinión), los motivos (remiten a actitudes y sentimientos) y los efectos sobre la conducta". (11)

"Respuesta individual: El proceso mediante el cual los individuos cambian o bien se oponen al cambio en respuesta a los mensajes destinados a influir en la actitud, el conocimiento o la conducta.

Campana de los medios de comunicación: Indica la situación en que se utiliza un cierto número de medios de comunicación para alcanzar un objetivo persuasivo e informativo sobre una población elegida, encontrándose los ejemplos más habituales en la política, la publicidad, la recolección de fondos y la información pública sobre la salud y seguridad. Las campañas tienden a presentar las siguientes características: objetivos específicos y explícitos, así como una duración

TIPOLOGÍA DE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
INTENCIONALIDAD

28

X RESPUESTA INDIVIDUAL
X CAMPAÑA DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN.

X DIFUSIÓN DEL DESARROLLO.
X DISTRIBUCIÓN DE LOS CONOCI-
MIENTOS.

T
I
E
M
P
O
CORTO PLAZO

X REACCIÓN COLECTIVO .
X REACCIÓN INDIVIDUAL.

X CONTROL SOCIAL.
X RESULTADOS DE LOS
ACONTECIMIENTOS.
X DEFINICIÓN DE LA REALIDAD.
X CAMBIO INSTITUCIONAL.
X CAMBIO CULTURAL.

INVOLUNTARIA

limitada, por lo que se prestan a medir su efectividad.

Reacción colectiva: En este caso, algunos de los mismos efectos individuales los experimentan simultáneamente muchas personas, lo que conduce a la acción conjunta, por regla general de tipo no regulado ni institucionalizado. Los efectos más fuertes son los de miedo, angustia y cólera, que conducen al pánico o al desorden civil.

Reacción individual: Las consecuencias no previstas o imprevisibles de que una persona se exponga al estímulo de los medios de comunicación. Han sido detectadas, en forma de limitación o de aprendizaje, sobre todo de actividades agresivas o criminales, pero también de ideas y comportamientos -prosociales-.

Difusión del Desarrollo: La difusión planificada de las innovaciones con objeto de fomentar el desarrollo a largo plazo, que utilizan una serie de campañas y otras formas de ejercer influencia, especialmente la red interpersonal y la estructura jerárquica de la comunidad o de la sociedad.

Distribución de los conocimientos: Los resultados de la actividad de los medios de comunicación en la esfera de las noticias y la información sobre la distribución del saber entre los grupos sociales, sobre la conciencia variable de los acontecimientos y sobre las prioridades que se asignan a los distintos aspectos de la realidad.

Socialización: La aportación informal de los medios de comunicación al aprendizaje y la adopción de normas, valores y

expectativas de comportamiento establecidas para los roles y situaciones sociales concretos.

Control social: Se refiere aquí a la tendencia sistemática a difundir la conformidad con el orden establecido y reafirmar la legitimidad de la autoridad vigente por medio de la Ideología y la industria de la conciencia.

Definición de la realidad: El mismo proceso, aunque distinto en cuanto a que está más relacionado con percepciones (conocimiento y opinión) que con valores ya que no surge de la intención deliberada de manipular, sino de la sistemática tendencia de los medios de comunicación a presentar una versión incompleta y bastante característica de la realidad.

Resultados de los acontecimientos: Referente al papel que desempeñan los medios de comunicación en conjunción con fuerzas institucionales -críticos- de significación para el conjunto de la sociedad.

Cambio cultural: Cambios en las pautas de conjunto de valores, conductas y formas simbólicas que caracterizan un sector de la sociedad, una sociedad total o un conjunto de sociedades". (13)

1.3. LA RADIO ACTUAL.

Hablar de la radio actual es como buscar un alfiler en un pajar, ello por su complejidad y la enorme transformación que sufrido durante los últimos años. En el presente existen 33 radiodifusoras en la banda de Amplitud Modulada, tan sólo en el Distrito Federal, 3 de ellas son culturales (Radio Universidad, Radio Educación e IMER), y las restantes son comerciales.

Para conocer la realidad de la radio de nuestro país actualmente, plasmaremos las opiniones de personas que han vivido y conocido a la radiodifusión mexicana. Pepe González Márquez y Emilio Ebergenyi, de Radio Educación. Fernanda Tapia de Núcleo Radio Mil. Asimismo, integraremos fragmentos de una entrevista realizada a María Victoria Llamas, publicada en El Nacional el lunes 15 de Enero de 1996.

¿Qué opinas de la calidad de la radio?

PEPE G. M.- Debemos exigir una radio de calidad, aunque nos divierte en cualquier punto del cuadrante, debemos aspirar a una radio parecida hasta cierto punto a la educación, es decir, la educación se ejerce porque te gusta, porque sientes bonito ejercerla. Creo que hay muchas emisoras que deberían sentir hermoso cultivar a su propio pueblo, debemos buscar la satisfacción personal antes que el billete; el dinero es un factor secundario.

Actualmente en algunos lugares de la República Mexicana hay personas que tienen dinero y poseen una radiodifusora en la cual manejan simplemente música, carretes con melodías con una duración de ocho horas. ¿Pero qué debemos exigirle a la radio? Un contacto más estrecho con los radioescuchas como en sus inicios. La radio actual ha quitado un poco la capacidad de creatividad de los radioescuchas.

De nuestros oyentes de hoy a los del pasado hay una distancia enorme.

La radio actual ha quitado un poco la capacidad de creatividad de los radioescuchas. Ahora para muchos la radio es meramente un recurso que ahí está, como un reloj guardado que de vez en cuando lo usas y lo vuelves a guardar. Lo anterior es causa del agobiante acopio de videos, del compacto, el cassette. Imaginate es una barrera bastante fuerte para la radio que le resta auditorio. Si tienes antena parabólica y todo aquello, olvídate de la radio, la puedes oír solamente un momento cuando vas al

baño por las mañanas.

FERNANDA T.- La radio no maltrata a la gente. La televisión nos ha impuesto un pinche status de vida espantoso, los chavos ya no roban por comida o medicinas, roban para comprarse unos tenis.

La televisión nos está robando nuestra vida, nuestro tiempo, nuestra identidad...todo. Si te habla de una casa rica ¡UUUUTAA te parten la madre! Esa riqueza nunca te la habías imaginado. En cambio la radio te habla de riqueza y no te agrede, porque te la imaginas a tus posibilidades económicas. La radio es mágica y barata en el sentido de que con pocos elementos puedes realizar muchas cosas.

EMILIO E.- Pienso que a raíz de los sismos del 85 la sociedad se percató de la importancia de la comunicación en radiofonía. La radio ha ganado mucho en crédito gracias a su calidez; lo directo que puede hacer una comunicación.

Pero también tiene elementos, que en ocasiones, de repente la saturan de una gran verbalización, esas situaciones tendrán que corregirse con el tiempo y encontrar su nivel, su equilibrio en el cuadrante.

La radio de hace treinta años, estaríamos hablando de la radio de los 60's, es una etapa negra de la radiodifusión nacional si se toma en cuenta el advenimiento de la televisión, cuando ésta se apropia del interés de la gente, es cuando la radiofonía en nuestro país se ve puesta de una manera repetitiva en sus contenidos, es la etapa de menos

creatividad.

A partir de los 70's Radio Educación lanza una nueva propuesta, un contacto más directo con el público radioescucha. Entonces muchas de las estaciones en el cuadrante comenzaron a practicar lo que Radio Educación venía consolidando y practicando desde esa década.

MARIA V. LL.- Honestamente no creo poder hacer un análisis real pues, no escucho mucha radio. Por los programas que he escuchado y por mi corta experiencia en el cuadrante -aunque he pasado por la XEW, Radio Fórmula y un breve espacio en Radio Mil, mi mayor experiencia corresponde a televisión-, creo que de las cosas que están mal en la radio son las barras femeninas. Me parece fatal que existan espacios donde se emplee con el famoso "¡Queridas amigas!". Ese tono de maestras regañonas o mamás condescendientes lo detesto. Yo tendría mucho más escrúpulo de cortar el pelo sin saber cómo hacerlo, sabiendo que el pelo crece, que ofrecer ideas sin saber qué efecto pueden tener en las personas, que a lo mejor porque lo oyeron en la radio las van a creer. Me da desconfianza. Los programas de chismes me parece que no contribuyen a que la gente se dé cuenta de lo que está pasando en este país. Para que exista un régimen plenamente democrático es imprescindible que exista la información, y la participación. Todos los espacios que las fomenten están bien, y aquellos que traten de evitarlas, van mal, pues alientan la apatía. No creo en los programas donde hay una autoridad que te diga lo que tienes que hacer o pensar. Ni en los

programas donde se busca el debate, algo muy trillado y fácil. Estos son fatales y se han explotado mal. Los programas como Cristina y María Laria, por ejemplo, no son de debate, ni divertidos, ni le dejan nada al auditorio. Es puro exhibicionismo donde se explota el morbo.

RAFAEL H.- Es cierto, la radio actualmente ha perdido grandes grupos de oyentes, a causa de la falta de creatividad y del contacto directo que se tenía con anterioridad con los radioescuchas.

También debemos citar que hoy, existen muchos programas triviales que solamente buscan dañar al público, tanto radioescucha como televidente, ejemplo: el programa llamado EL MAÑANERO, transmitido en la K Buena todos los días por la mañana; en donde se realizan bromas de mal gusto al público oyente, solamente provoca que el auditorio tome una actitud de ridiculizar a sus semejantes, no produce algo de provecho. En cuanto a T.V. tenemos al Burro y Esteban con su programa EL CALABOZO, transmitido en el canal cinco, tiene la misma temática que la anterior serie de radio; hablando de la radio, estos dos individuos tienen un espacio en WFM con las mismas características. Cabe destacar que en EL CALABOZO se invitan a artistas, pero esto no cambia la temática mediocre del programa, es decir, denigrar al individuo.

¿La radio educa?

PEPE G. M.- Hay una respuesta amañada, toda estación de radio está educando si oyes...EL COMPADRITO, LA COMADRITA, LA

CANCIONCITA QUE LE DEDICO EN ESTE MOMENTO...estás educando. No lo puedes negar y tienes un rango de música que postulas, sostienes, apoyas y proyectas al aire.

Ahora sí hablamos convencionalmente en una escala de uno a diez algunas emisoras se encuentran en un tres. He escuchado emisoras con programas muy interesantes, educativos, de charla, entrevista; invitados brillantes que tienen que decir algo y queda dentro de nosotros como si hubiéramos asistido a un aula. Con esto no quiero decir que la radio siempre esté en una actitud académica.

Hay radios semi-académicas como Radio Educación, donde puedes escuchar desde un buen concierto hasta un bolero ranchero de Javier Solís, nuestro lema ha sido LO MEJOR DE LO POPULAR Y LO MEJOR DE LO CLÁSICO.

FERNANDA T.- La diferencia es que me tocó trabajar en Radio Educación donde teníamos que cuidar los intereses políticos del director y en Radio Mil los intereses económicos del dueño, de alguna manera te amarran. Nada que mucha apertura.

En aquél entonces lo que le fallaba a los programas de Radio Educación era la envoltura; se presentaban de forma acartonada y eran bastante chocantes para que los aceptaran los radioescuchas de diversas edades. Esos programas no eran escuchados por los jóvenes quienes tenían otra serie de inquietudes; al darse cuenta Radio Educación de esa situación, abrió una nueva barra programática que tenía otra forma de

llevar la cultura, estaban presentando lo cotidiano, lo popular; el radioescucha lo veía con buen humor. De dicha barra recuerdo programas como: CHIRAS CIUDAD DE MIÉRCOLES, o como uno nocturno que realizaba el Doctor Bolansqui y el Tiblri, Fernando Abrego.

EMILIO E.- La radio como producto cultural, cualquier producto emanado de la actividad humana, tiene que contemplar forzosamente el contenido y el entretenimiento: si un medio comercial atiende más a sus contenidos y los hace menos vanos, estará haciendo una buena radiodifusión comercial.

Si un medio cultural atiende adecuadamente los factores mencionados anteriormente cumplirá con sus funciones; la radio cultural o cualquier otro medio del mismo rango debe realizar su trabajo sin solapas de formalidad, sin ánimos fundamentalistas para lograr un trabajo importante que tarde o temprano repercutirá en la credibilidad del auditorio.

¿La actual crisis económica es una de las causas de que la radio cultural se encuentre en peligro de extinción?

PEPE G. M.- Hay crisis en todos los aspectos. La primera es la económica, no hay buenos sueldos para nadie, ante tal situación no podemos vivir esa realidad económica para la radio cultural de México.

Para que florezca lo anterior es necesario un apoyo tremendo que proceda única y estrictamente del gobierno, y lo más importante: dejar de concebir a la cultura como un hecho rancio, que huele a echado a

perder, que el hombre vulgar no puede poseer; el hombre común denominador parada Pantitlán a las 12:00 del día que no tiene acceso a la cultura. Es por ello que las estaciones comerciales de una manera violentérrima nos comen el mandado. A quién le va interesar avalar un programa triste, retraído, que no proyecta nada, que le falta toda la publicidad para ser escuchado.

Lo comercial no está dividido de lo cultural. Eso es un error si no recurrimos a capitales que puedan solventar dicha actitud. Estoy seguro que las estaciones culturales tienden a morir paulatinamente. Se podría crear la Televisa de la cultura que no costaría nada si existiera un mayor apoyo económico.

-Vamos moviendo el espectro y entendamos que es comercial y cultural.

-La verdad es que la radio cultural está hundida en el olvido absoluto.

La radio cultural en México tiende a su agonía sino se mueve la falsedad de estos conceptos: qué es cultura, qué es comercial. Por qué los comerciales le temen a lo cultural y reciprocamente, todo es necesario y una realidad unida que convive a diario.

FERNANDA T.- Más apertura porque le están comiendo el mandado, de hecho ya están solicitando más comercialización, cosa que antes no se daba. Se deberían de encontrar los medios y las formas de manera que existiera un intercambio para evitar caer en carencias de

cualquier tipo. Y que a la radio cultural la presentaran de una forma atractiva al pueblo.

Recuerdo que en una ocasión una chica estaba preparando para IMER, un concurso de poesía para los chicos banda y le pregunté ¿Dónde lo promocionaste? Con avisos en los periódicos -contestó-. Es absurdo, esos chavos no leen el periódico comúnmente, o sea, es ilógica esa situación.

No creo que tengan que estar peleados lo cultural y lo comercial. La cultura comercial de esta década es impresionante y si agregamos la que llega de los Estados Unidos hacia nuestro territorio es espantoso. No creo que deban estar peleados. Lo cierto es que persiguen objetivos distintos, la radio comercial busca mayor popularidad para vender mas, y la cultural persigue educar a los radioescuchas.

El verdadero camino de la radio es que el pueblo tome los medios de comunicación, así como usa el correo y el teléfono, también debería aprender a utilizar los medios. Que se dé un periodismo civil, una colaboración del público radioescucha. Para que la radio y la televisión sean culturales, deben abrirse a la cultura del pueblo: escuchar esas voces, sin caer en el facilismo.

Abrir los microfones a la gente pero con la asesoría y coordinación de quienes conocen los medios de comunicación. Trabajar en equipo.

EMILIO E.- La cultura debe funcionar bajo subsidios ya sean privados o que provengan del erario público. Pero hablando de radio

netamente cultural ésta debe estar desvinculada totalmente de intereses comerciales, porque la labor de la radio cultural no es vender espacios o tiempos. Su labor es esencialmente LA DIVULGACIÓN DE LA CULTURA, motivar al público para que se acerque en la búsqueda de conocimiento y la diversión.

Recuerda que la cultura es toda aquella acción que ejerce el ser humano para modificar su entorno y comercial lo que está hecho con la intención de vender un producto.

CONCLUSIÓN DE PEPE GONZÁLEZ MÁRQUEZ

Deschavacanizar la radio que ojalá generaciones futuras de ejecutivos se olviden un poco de la corbata, la pedantería, de la brillantina y piensen un poquito más en no calentar la silla de los ejecutivos por unos billetes; eso es una actitud vulgar, te vuelvo a repetir, las gentes que tienen el poder de decidir deberían de cubrir las necesidades de los radioescuchas; gozar de otro tipo de radio de la misma manera que disfrutaron esta muestra incompleta, variada, heterogénea de interacciones radiofónicas y que hubiera una radio poderosa con una gran imagen hacia el mundo. Te confieso que no sé lo que estoy diciendo, porque no tengo la forma de éste monstruo bien definida en mi fantasía. Pero que mi país tuviera una cara digna hacia el exterior, con una radio importante.

Que le ganáramos por lo menos un partido a la BBC de Londres un día en la vida; funcionáramos como una radio subrespetable. Tenemos una lengua primorosa, super expresiva, bellísima, que llena con creces cualquier expresión culta que queramos mostrar ante el mundo...

CURRICULUM DE LOS ENTREVISTADOS.

En La Sabrocita, emisora de Núcleo Radio Mil, charlamos con Fernanda Tapia, quien se ha desempeñado como colaboradora de diferentes diarios y revistas de la ciudad de México. Pero la mayor parte de su labor periodística la ha realizado en el Núcleo Radio Mil, cabe destacar que antes de dedicarse a la radio Fernanda Tapia estudió Ópera.

Al llegar a La Sabrocita me invitó a pasar y se echó su rollo, como ella dice...

La locución para Emilio Ebergenyi llegó como la música latinoamericana...un gusto que aún no termina de digerir y que perdura hasta hoy. Emilio Ebergenyi antes de ser locutor tenía un gusto muy especial por escuchar Radio Educación.

En una ocasión visitó Radio Educación, conoció a José Luis Guzmán, que en aquél entonces estaba en cabina. Emilio se dio cuenta de que había horarios en que hacían falta locutores y se lo comentó a una amiga que trabajaba en la estación. Ebergenyi presentó el examen de voz y desde entonces se encuentra en la radio. Cabe aclarar que Emilio Ebergenyi, antes de ser locutor, estudio Ingeniería Civil.

Hace treinta años por una mera casualidad Pepe González Márquez (estudiante de actuación) llegó a la radio con la ayuda de Héctor Mendoza, subdirector de Radio Universidad María Victoria Llamas ha trabajado en programas de televisión, primero para Televisa y más tarde con Televisión Azteca. Ha laborado

para la XEW, Radio Fórmula, Radio Mil; actualmente en Radio Red en un programa de periodismo de investigación.

CAPÍTULO DOS.

2. LO CULTURAL Y LO

COMERCIAL.

2.1. HISTORIA DE RADIO EDUCACIÓN.

En el presente capítulo veremos dos formas diferentes de hacer la radio, lo comercial y lo cultural, pero que tienen un objetivo común... informar al radioescucha; conoceremos qué es lo que buscan cumplir con el auditorio. Radio Educación y Radio Mil, dos emisoras pioneras en la radiodifusión de nuestro país.

"El poeta Carlos Pellicer contaba que cierto día (muy probablemente a principios de 1924) José Vasconcelos le dijo: Es necesario utilizar medios modernos como la radiotelefonía en nuestra cruzada educativa. Es por ello que solicitaré al presidente Obregón una emisora de radio para la Secretaría de Educación Pública. Luego, veremos la forma de dotar a las escuelas de los correspondientes aparatos receptores, y emplearemos la transmisora para dar mayor efectividad a nuestro programa de enseñanza y cultivo espiritual del pueblo mexicano. Se trata de poner en uso una estación que sea un auxiliar pedagógico del maestro y constituya una gran biblioteca hablada".

El proyecto del eminente educador dio por resultado que a mediados de julio de 1924 el gobierno autorizara a la Secretaría de Educación Pública para instalar una radiodifusora. Lamentablemente, el llamado MAESTRO DE AMÉRICA no pudo

llevar a cabo sus planes radiofónicos educativos, ya que renunció a su cargo magisterial quince días antes de que su solicitud de una estación fuese aprobada.

El secretario de Educación Pública que sustituyó a Vasconcelos, doctor Bernardo J. Castelúm, hubo de llevar adelante el proyecto de radio de su antecesor. Para ello, comisionó al ingeniero Juan Mancera, para viajar a los Estados Unidos y adquirir el equipo transmisor. Poco después, en el edificio de la Secretaría de Educación Pública, se iniciaron los trabajos de instalación de la planta, los estudios y la antena, bajo las órdenes del ingeniero Francisco Javier Stávoli.

La emisora de la SEP quedó instalada al fin en noviembre de 1924. Y el día 30 del mismo mes salió al aire con el indicativo CZE. Al día siguiente, primero de diciembre, se transmitió la ceremonia de toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles.

Al frente de la radiodifusora se puso a la profesora María Luisa Ross, aquella legendaria mujer que fue la musa del poeta Luis G. Urbina. La maestra Ross abrió las puertas de la estación a cuantos intelectuales, artistas y declamadores desearan dirigirse al auditorio en breves conferencias o recitales de diez minutos.

Años después de la etapa inicial de Radio Educación, la causticidad de Salvador Novo se refirió a la difusora de esta manera: En 1924 María Luisa Ross se hizo cargo de la estación de radio de la SEP. Elementos del conservatorio, recitadores, conferencistas, todo el acervo

pedagógico de que tan ampliamente dispone una secretaria que, por definición, ha de manejar la educación y las Bellas Artes del país, no lograron sino mantener en una relativa anonimía aquella estación, de la cual apenas nadie ha vuelto a saber.

En octubre de 1933 la estación fue reorganizada y se nombró director de ella a Agustín Yáñez, destacado hombre de letras que demostró tener sensibilidad radiofónica extraordinaria y supo manejar la emisora de modo brillante.

El jueves 26 de octubre apareció en los diarios el siguiente comentario: La Secretaría de Educación Pública inaugura hoy una planta transmisora de radio que es, sin género de dudas, una de las mejores del país. Su potencia es seis veces mayor a la que la estación de la SEP poseía anteriormente, y el equipo constituye lo más moderno que en radio se ha inventado...la transmisora, a la que se le han otorgado las iniciales XFX y la frecuencia de seis cientos diez kilociclos, empezó a trabajar a las siete de la mañana, lanzando al aire las regocijada salutación de su campana. En el programa inaugural, que concluirá hasta las doce de la noche, toman parte el coro y la orquesta del Conservatorio Nacional, el Cuarteto Clásico Nacional, la Banda de la Secretaría de Guerra...y el nuevo director de la estación de radio, licenciado Agustín Yáñez.

Meses después al ser entrevistado Yáñez en su carácter de director de la XFX, manifestó: lugar importante ocupa en esta vertiente de la

función de la radio en pro de la cultura general, la transmisión del periódico NFX, informativo y de orientación. Las noticias de interés cotidiano radfadas en las primeras horas del día son también ocasión para un temprano mensaje educativo; frases de aliento para los educadores, notas enciclopédicas que ilustran las noticias, información cultural, etcétera. Así se integra nuestro periódico matutino, el que por cierto ha interesado vivamente a las comunidades campesinas.

Aspectos por demás interesantes, dentro del periódico radiofónico de NFX se incluía un comentario crítico relativo a la NOTA ROJA periodística del día, cuyo objetivo era neutralizar el carácter amarillista de las informaciones policíacas, analizando el origen social de los delitos cometidos y las influencias del medio en los hechos criminales. La radio se usaba, pues, con gran sentido social.

Otro acierto de la NFX fue su cuadro dramático dirigido por el conocido dramaturgo Rodolfo Usigli, el cual presentaba adaptaciones radiofónicas del repertorio clásico del teatro universal.

En 1937, al crearse el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, la emisora de la SEP pasó a poder del nuevo organismo, con las siglas XEDP y XEXA; convirtiéndose en 1940 en Radio Gobernación.

Curiosamente, la SEP conservaba la titularidad del permiso que le hubiera permitido radiodifundir, pero no lo hizo sino durante un breve periodo en las postrimerías del régimen de Manuel Ávila Camacho, suspendiendo actividades al inicio del gobierno de Miguel Alemán.

Para 1952, la que un día fuera importante emisora cultural y educativa estaba reducida a dos cabinas polvorientas y oscuras en el edificio de la SEP.

Es hasta 1967 que reinicia su operación. Algunas versiones apuntan como insustancial la programación de ese entonces. Otras, recuerdan con nostalgia y afecto los programas que se realizaban, gran parte de ellos, dedicados a transmitir los contenidos programáticos de primaria y secundaria, así como reforzar la labor educativa. La inspiración original resurge, y una vez más la difusión de la cultura tiene que ver con la historia, costumbres y hábitos propios, así como con los valores de la creación universal". (14)

"En el año de 1968, la emisora ya se identifica como XEFP, Radio Educación en los 1060 Kilohertz de la banda de Amplitud Modulada (AM). Posteriormente, en el sexenio que inicia en 1970 con Luis Echeverría, la doctora María del Carmen Millán se hace cargo de la Dirección General de Educación Audiovisual, nombrando al licenciado Enrique Atonal como jefe de producción de la Oficina de Radio".

Con la colaboración de un grupo de estudiantes de comunicación, Atonal realiza investigaciones relativas a la labor radiofónica, iniciativa que se enmarca en el sexenio de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), caracterizado por la apertura de espacios de expresión de la clase media. Estas tareas estaban dirigidas a:

- 1) Conocimiento de las necesidades básicas de información

que pudiera abarcar sectores amplios de la población.

2) Búsqueda de un nuevo estilo radiofónico que resultará fresco y se identificará con el auditorio.

En este periodo la programación musical se caracterizó por dar realce a la música latinoamericana y mexicana en sus más variados géneros. Se produjeron programas en los que se abordaron múltiples facetas de la cultura y que se distinguieron por la utilización de formatos novedosos (drama, reportajes, entrevistas, etc.), que consolidaron una alternativa radiofónica distinta a las estaciones comerciales y culturales inclusive.

En marzo de 1977 llega a la dirección de la emisora el licenciado Gerardo Estrada. Durante este periodo el trabajo radiofónico evoluciona, permitiendo que se estableciera una relación más cercana con los escuchas al organizar actividades culturales y musicales en coordinación con los trabajadores de Radio Educación así como proporcionando la experimentación radiofónica.

Miguel Granados Chapa (enero 1978-diciembre 1979), sucedió en el puesto a Estrada. Se crearon programas que respondían a un interés inminentemente informativo y de análisis. La emisora destacó por sus transmisiones críticas, cuyos ejemplos más notables fueron: "Testimonio de Hoy", "Zona Franca" y "Derecho a la Información". El interés periodístico de Granados Chapa se reflejó en una publicación titulada "1060" en la que se recuperó parte de la historia de Radio

Educación y se dejó un testimonio de lo que se hacía en los diferentes departamentos. En este tiempo se incrementó el personal que laboraba en la emisora de 90 trabajadores creció el número a 116 personas.

En 1980 llegó José Antonio Alvarez Lima a la dirección de Radio Educación. Se logra la ampliación del horario de transmisión a 24 horas, los siete días de la semana, así como la integración de la onda corta. Los noticieros se fortalecieron con el aumento del servicio de las agencias informativas, así como las corresponsalías extranjeras. Se da paso a la opinión de otras instituciones a través de coproducciones y convenios.

En julio de 1982, el licenciado Juan Manuel Terán, quien queda a cargo de la radiodifusora ante la renuncia de Alvarez Lima hasta fines de ese mismo año. La crisis económica del país y el hecho de tener un director de paso se traducen en una mala situación para la emisora que se refleja en la programación, se elimina personal y se suspenden producciones.

Al inicio del periodo de Miguel de la Madrid. El nuevo director fue Héctor Manuel Ezeta, quien al igual que su antecesor se verá determinado por los problemas que atraviesa el país; nuevamente se suspenden varias series y se da una gran repetición de programas al aire. En este tiempo Radio Educación participa como organizador en el Foro de Consulta Popular Bajo la Planeación Democrática de las Radiodifusoras Culturales del Distrito Federal.

El licenciado Ezeta renuncia a la dirección de la emisora y asume

el cargo el licenciado Héctor Murrilló Cruz el 8 de abril de 1983. En este periodo se continúa insistiendo en el trabajo de experimentación y búsqueda de la emisora a través de la utilización de fórmulas radiofónicas que consideran el interés y necesidades de información de los radioescuchas. Se producen programas como "De Puntitas" que fue resultado de una intensa labor de investigación y experimentación. Se sigue transmitiendo "Panorama Folklórico", uno de los más antiguos de la emisora que utiliza las tradiciones y costumbres populares, la historia, la literatura y sobre todo la vasta riqueza musical del país. Otro ejemplo fue "Prohibido Tocar" que en su momento fue muy gustado por los radioescuchas de la emisora.

En diciembre de 1988, inicia la administración el licenciado Alejandro Montaña Martínez, quien propone consolidar el perfil de la emisora a partir de:

- Investigar la conformación del público radioescucha en sus hábitos e intereses temáticos.
- Readecuación y renovación de programación.
- Recuperación de espacios para la programación musical, así como la actualización del acervo de la fonoteca.
- ... -Combatir el rezago tecnológico, a partir del incremento y modernización del equipo técnico y de infraestructura, así como retomar la relación con los trabajadores". (15)

Con el arribo a Radio Educación del licenciado Luis Ernesto Pi

Orozco en 1990, se desarrolla un proyecto radifónico autocrítico, cambiante, que intenta potencializar a la emisora y estar acorde con las demandas de los públicos actuales. En los veinticinco años de esta época: nueva programación, un poco más de música, otro estilo en el uso de la palabra, incluyendo la impresión de su boletín AUDIOTINTA. Ideas frescas y renovadas, pero como en sus orígenes, con la misma filosofía, intentar la cultura, el sonido de la cultura en toda la gama de posibilidades.

Todos ellos, directivos, trabajadores, productores, guionistas, operadores y redactores; construyeron durante dos décadas una radiodifusora que marca un hito en la historia de los medios de comunicación. Tan es así, que en ese lapso, iniciaron a operar varias radiodifusoras culturales en todo el país que toman su modelo.

2.1.1. OBJETIVOS.

Radio Educación es un proyecto cultural no lucrativo del gobierno mexicano. Es decir, no trabaja con publicidad comercial. La trayectoria de Radio Educación desde su fundación hasta hoy, ha pasado por cuatro etapas diferentes. "Su función principal consiste en la difusión educativa y cultural a lo largo de su cobertura territorial que alcanza 350 kilómetros, a la redonda del Distrito Federal, que llega a regiones de 13 entidades federativas: Estado de México, Morelos, Veracruz, Guerrero, Tlaxcala, Hidalgo, Querétaro, Puebla, Guanajuato, Michoacán, Jalisco; asimismo a ciertas áreas de Oaxaca y San Luis Potosí.

Radio Educación cuenta con dos frecuencias, una en A.M y otra en Onda Corta. La frecuencia de Amplitud Modulada se presenta con las siglas XEEP, 1060 KHZ, con una potencia de 50.000 Watts. La frecuencia de Onda Corta tiene las siglas XEPPM, 6185 KHZ, y con 5.000 Watts de potencia.

Radio Educación transmite las 24 horas del día y su tipo de programación cuenta con emisiones de apoyo educativo y cultural, orientación social, análisis y crítica, entretenimiento, difusión informativa, musicales, mensajes y avisos. Se enlaza diariamente con 22

estaciones universitarias y culturales de la República Mexicana y con 11 repetidoras, durante los tres noticieros; además, en eventos especiales.

OBJETIVOS DE RADIO EDUCACIÓN.

1. Apoyar, a través de la radio, la enseñanza a cargo de la Secretaría de Educación Pública, especialmente la enseñanza abierta.

2. Promover y difundir programas de interés cultural y cívico.

3. Transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.

Apoyar tareas educativas, promover y difundir programas que atiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la participación e involucramiento de la sociedad". (16)

2.1.2. PROGRAMAS Y PÚBLICO RADIOESCUCHA.

A) PÚBLICO RADIOESCUCHA.

"El número extraordinario del boletín de Radio Educación AudioTinta, Número Especial, diciembre de 1993) presenta la metodología, conclusiones y gráficas de las encuestas que se realizaron en el presente año, tomando como datos comparativos los obtenidos durante 1991.

-AUDIENCIA DE LA EMISORA SEGÚN GRUPO DE EDAD:

16 A 25	22%
26 A 35	23%
36 A 45	25%
46 A 55	15%
55 Y MÁS	15%

-PERFIL DE SUS ESCUCHAS:

	1991.	1993.
Más de cinco años de atender las transmisiones.	37%	29%
De 1 a 5 años.	29%	38%
Menos de 1 año.	34%	33%

-ESCOLARIDAD DE LOS RADIOESCUCHAS:

	1991.	1993.
SIN ESTUDIOS.	2%	1%
PRIMARIA.	20%	27%
SECUNDARIA.	23%	22%
MEDIA SUPERIOR.	29%	22%
SUPERIOR.	26%	28%

FUENTE: AUDIOTINIA, NÚMERO ESPECIAL, DICIEMBRE DE 1993, RADIO EDUCACIÓN.

-PERFIL OCUPACIONAL DEL PÚBLICO DE LA EMISORA EN 1993:

ESTUDIANTES.	9%	
TRABAJADORES DEL SECTOR PRIVADO.		21%
AMAS DE CASA.	29%	
JUBILADOS.	5%	
TRABAJADORES AUTÓNOMOS.		23%
TRABAJADORES PÚBLICOS.		12%

-INGRESO FAMILIAR DE LOS ESCUCHAS:

DE 0 A 3 SALARIOS MÍNIMOS.	39%
DE 3 A 6 SALARIOS MÍNIMOS.	41%
DE 7 Ó MÁS SALARIOS MÍNIMOS.	20%

-TIEMPO DIARIO QUE ESCUCHAN RADIO EDUCACIÓN SUS OYENTES:

	1991.	1993.
5 Y MÁS HORAS.	27%	29%
DE 3 A 4 HORAS.	8%	7%
DE 1 A 2 HORAS.	22%	36%
MINUTOS.	33%	18%

FUENTE: AUDIOTINTA, NÚMERO ESPECIAL, DICIEMBRE DE 1993, RADIO EDUCACIÓN.

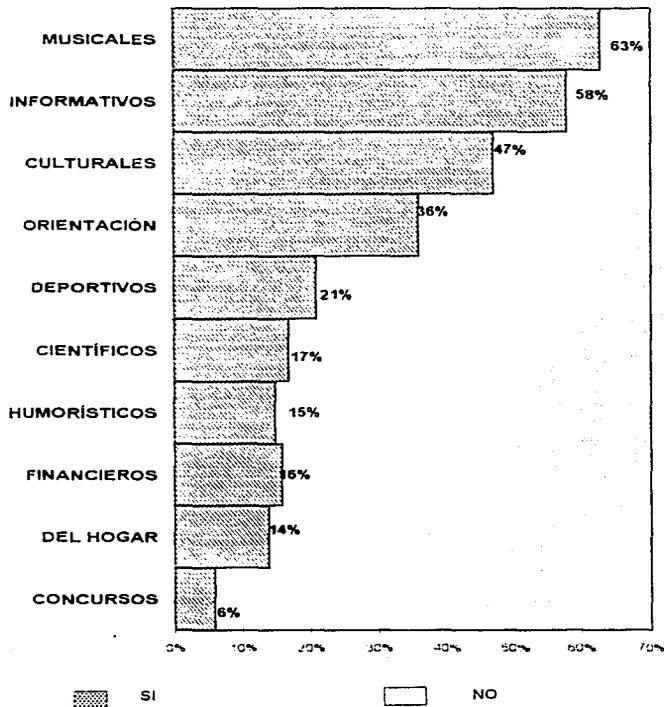
-RADIO EDUCACIÓN: UNA OPCIÓN DIFERENTE:

	NO.	SI.
PRIVATIZAR	80%	20%
TENER COMERCIALES.	70%	30%

(17)

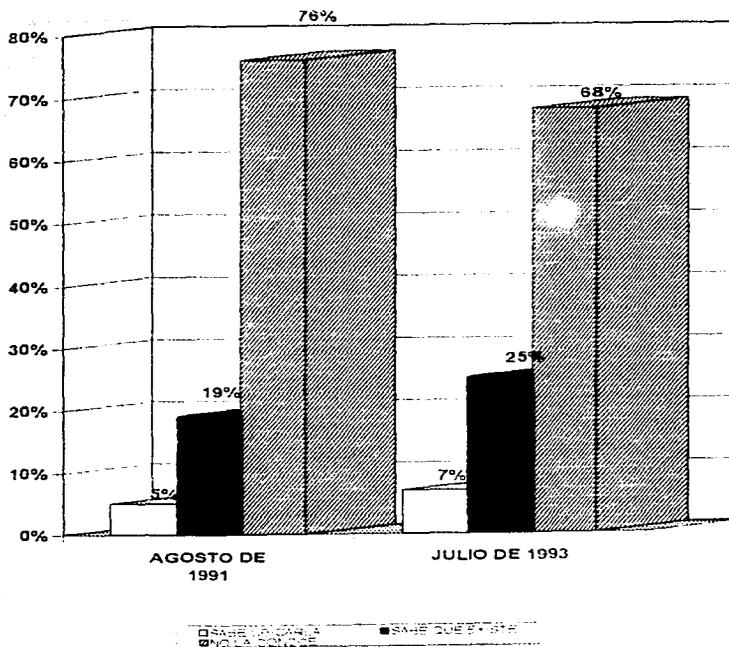
FUENTE: AUDIOTINTA, NÚMERO ESPECIAL, DICIEMBRE DE 1993, RADIO EDUCACIÓN.

GÉNEROS Y PREFERENCIAS



FUENTE: AUDIOCIENCIA,
NÚMERO ESPECIAL,
DICIEMBRE DE 1993,
RADIO EDUCACIÓN.

PREFERENCIAS DEL CUADRANTE



FUENTE: AUDIOTINTA, NÚMERO ESPECIAL, DICIEMBRE DE 1993, RADIO EDUCACIÓN.

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
01:30-01:45			1950 DE BRITANIA ... EL SU SUICIO		50 FOLIOS PARA UNA... ... ALFONSO ARCELA		
01:45-03:15							
03:15-03:25	HABIA UN NAVIO						
03:25-03:30	MUSICA						
03:30-03:45	N.T.C.						
03:45-04:57							
04:57-05:00	DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD						
05:00-07:00	AVANCE INFORMATIVO						
07:00-07:30	RACIONOVELAS INFANTILES						
07:30-07:37	MUSICA						
07:37-08:00	PULSO DE LA MAÑANA						
08:00-08:30	EN EL R.U.E.D.O.						
08:30-08:45	MUSICA						
08:45-08:55	SU CASA Y OTROS VIAJES						
08:55-09:00	MUSICA						
09:00-09:30	PERFIL DE CREADORES						
09:30-09:32	HABIA UN NAVIO						
09:32-09:50	LA COCINERA						
09:50-10:00	ATREVIDA						
10:00-10:45	MUSICA						
10:45-12:50	PERFIL DE CREADORES						
10:50-11:00	HABIA UN NAVIO						
11:00-11:30	LA COCINERA						
11:30-12:00	ATREVIDA						
12:00-13:30	MUSICA						
13:00-13:20	MOVIMIENTO CONTINUO						
13:20-13:30	AVANCE INFORMATIVO						
13:30-13:50	ENTRECruzAMIENTOS						
13:50-14:00	MUSICA						
14:00-14:25	PULSO DE LA TARDE						
14:25-14:35	MUSICA						
14:35-15:00	PULSO SABATINO						
15:00-15:15	MI ALBUM MUSICAL						
15:15-16:00	CONCIERTOS						
16:00-16:30	MUSICA						
16:30-17:00	CREACION EN MOVIMIENTO						
17:00-17:30	SINFONICOS						
17:30-18:00	TIERRA ADENTRO						
18:00-19:00	V O Z P U B L I C A						
19:00-19:30	AVANCE INFORMATIVO						
19:30-19:40	MUSICA						
19:40-19:45							
19:45-19:55	COMENTARIOS CULTURALES						
19:55-20:00							
20:00-20:30	PULSO DE LA NOCHE						
20:30-21:00	VOCES INTERIORES						
21:00-21:30	PALABRA DE JAZZ						
21:30-22:00	RELIEVES						
22:00-22:30	MUSICA						
22:30-22:45							
22:45-23:00	MUSICA						
23:00-23:30	MUSICA						
23:30-01:00	CONTIGO EN LA FRECUENCIA						
23:00-01:30	LUNAS DE FUEGO						
	CANCIONERO POP						
	QUE HAY DE NUEVO VIEJO						
	MUSICA						
	ORQUESTA						
	SINFONICA NACIONAL						
	POR SUS OBRAS LES CONOCERIS						
	SON EROS						
	MUSICA						
	LA HORA NACIONAL						
	PHIL DE ASFALTO						
	MEDIANOCHE EN BABILONIA						
	INFORMACION						
	ORIENTACION						
	ENTRETENIMIENTO						

BARRA PROGRAMÁTICA DE RADIO EDUCACIÓN.

2.2. HISTORIA DE RADIO MIL.

"La creación, crecimiento y elevado grado de desarrollo que ha caracterizado al NÚCLEO RADIO MIL, es, en buena medida, fiel reflejo de la historia misma de los medios radifónicos mexicanos, esto es, las estaciones identificadas por el "Cangurito" surgieron en momentos en que la industria de la radiodifusión despertaba y se integraba como tal para marchar paralela al impulso vital del país.

La gran aventura de crear el NÚCLEO RADIO MIL como una gran organización que implantaría sistemas modernos de trabajo, tuviera una personalidad propia y definida y fuera de su género, nació en la fértil mentalidad del Lic. E. Guillermo Salas Peyró.

En 1941 la estación RADIO MIL, en los mil kilociclos de Amplitud Modulada saltó al aire. Su señal se originaba en Paseo de la Reforma número 60. En su prolongada vida al servicio de la comunidad, le ha tocado ser, la indicada para iniciar los cambios que la radiodifusión

necesitó en su consolidación y desarrollo acelerado. Difundió programas que caracterizaron a toda una época festiva y bulliciosa. Surgieron programas inolvidables como "Café Concierto" y "Matiné Danzante". Merece especial mención "Tardeadas Radio Mil" de fuerte audiencia entre el público juvenil.

En 1950, estudios y oficinas se trasladaron a Plaza Santos Degollado, número 10, segundo piso. En esta etapa de trabajos arduos y prolongados, Radio Mil se anunciaba en los medios impresos invitando al público a oír sus transmisiones, mensajes firmados por un simpático abejorro, del que emanaban ondas electrónicas, y que estaba dotado de un micrófono. La figura rápidamente se identificó entre los radioescuchas que buscaban con ávidez las transmisiones de la emisora.

La buena estrella que a lo largo de su vida ha llevado a Radio Mil a mantenerse en el gusto popular, elevó desde entonces a grandes alturas, la audiencia de un singular programa de corte juvenil "Tacleadas en Ritmo" donde alternaban las noticias del Fútbol americano y se contaban los hechos y entretelones de dos grandes protagonistas y rivales deportivos: el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Nacional Autónoma de México.

En 1955 da inicio uno de los servicios informativos de mayor tradición en el ámbito de la radiodifusión: el noticiero "Primera Plana", en sus dos emisiones 7:30 y 8:30 A.M., de lunes a viernes y a las 8:30 y 9:30 los sábados, domingos y días festivos. Los primeros locutores que

participaron en su lanzamiento fueron los señores Juan García Márquez y Silvestre Razo. Este importante resumen noticioso habría de dar vida a la "Agencia Mexicana de Servicios Informativos", la primera agencia especializada para dar noticias a la radio.

Entre 1954 y 1961 muchos locutores llenaron páginas inolvidables en las emisoras del Núcleo. Agustín Álvarez Briones, Mario Iván Martínez y Germán Carvajal; entre otros. Todos ellos vivieron anécdotas que el tiempo se ha encargado de minimizar o magnificar, pero que no pasan desapercibidas para aquellos que las protagonizaron.

Llegamos a una fecha de enorme significado para la historia de la radio y del Núcleo Radio Mil en particular, el 14 de julio de 1961, el presidente Adolfo López Mateos inauguró las instalaciones en Insurgentes Sur, número 1870 que a su vez bautizaron toda una zona cultural y tradicional del sur de la ciudad, la zona "AZUL Y ORO". Aún se conserva la firma que estampó en el libro de visitantes distinguidos a la nueva edificación, en cuya primer página se puede leer:

"Siendo las 10 horas del día 14 del mes de julio de 1961, el C. Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos Sr. Lic. Adolfo López Mateos concedió el honor, a las emisoras de la fórmula Radio Mil, de inaugurar oficialmente este edificio "NÚCLEO RADIO MIL" donde diariamente laboran 93 mexicanos que conjuntan sus esfuerzos para mejor servir a los elevados intereses de la patria".

Tan cabal y bien concebida era la idea del Lic. E. Guillermo Salas

por transmitir con oportunidad las noticias, que la logró sintetizar en frases muy concisas, reveladoras de la intención de prestar al auditorio un servicio tan importante en toda época y así nacieron:

"SEA TESTIGO DE LA HISTORIA".

"ENTÉRESE SIN TENER LA VISTA FIJA".

"EN EL N.R.M., LA REALIDAD TAL CUAL".

Podemos afirmar que prácticamente todos los personajes de relevancia internacional y nacional, han sido entrevistados por nuestros reporteros y las emisoras integrantes del Núcleo Radio Mil, han difundido sus voces empleando para ello los más modernos sistemas de comunicación.

De lo más relevante en la época reciente, podríamos mencionar que el Presidente Carlos Salinas de Gortari, hizo un alto en el camino y acudió a nuestros estudios para ser entrevistado en momentos en los que realizaba su campaña electoral. La fecha: 14 de junio de 1988. Después de la entrevista dejó escrito el siguiente pensamiento:

"COMO RECONOCIMIENTO AL EJERCICIO RESPONSABLE Y PROFESIONAL QUE EL NÚCLEO RADIO MIL HACE AL EJERCER LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN".

En la República Mexicana se puede oír la frecuencia Radio Mil en las ciudades de: Puebla, Veracruz, Mérida, Los Mochis, Tapachula, Tecate, Ensenada, Mazatlán, Hermosillo, Nuevo Laredo, Cabo San Lucas Coatzacoalcos, Ciudad Acuña y Cozumel". (18)

"Radio Mil siempre participe del sentimiento festivo y patriótico que a todos los mexicanos nos invade en estas fechas, estará siguiendo de cerca los festejos del Mes de la Patria.

Es por ello que con base en preguntas al aire, alusivas a nuestra historia <especialmente a la independencia> Radio Mil ha diseñado la promoción: los Mil Nuevos Pesos de Radio Mil, para que su auditorio tenga la posibilidad de ser ganador". (19)

"Dice la canción "...de las lunas, la de octubre es la más hermosa" y los colaboradores de Radio Mil se ponen románticos por lo cual organizan una tardeada que hará las veces de cupido. A través del programa "Línea Sentimental", la radiodifusora unirá a los solteros y solteras en céntrica discoteca donde habrá juegos y sorpresas para todos los asistentes. ¡Prepárese para la última semana del mes!

Oportuna la participación de Radio Mil en la celebración del Día Mundial de la Radio; emisora con más de 50 años de vida efectuó la cobertura de los eventos que con este motivo llevó a cabo la Universidad Nacional Autónoma de México el pasado 23 de septiembre desde las instalaciones de " UNIVERSUM". (20)

2.2.1. OBJETIVOS.

"Entre los objetivos de Radio Mil está obligado a contribuir al desarrollo del país, ayudando a mejorar el nivel y estado de vida de cada ciudadano mediante la generación de empleos, recursos, servicios que llevan al país al avance aún en los momentos más adversos.

Emisora de tradición (XEOY) Radio Mil con una programación balanceada entre música y programas de contenido, orientación y servicio a la comunidad. Emisora que se dirige al nivel C en edades entre 25 y 45 años". (21)

"Los objetivos de Radio Mil se concentran esencialmente en los siguientes puntos:

- 1) Distracer y orientar al público radioescucha a través de sus programas hablados, con el fin de tener aún contacto más directo con la audiencia que les sintoniza.**
- 2) Divertir al auditorio por medio de su programación musical que se presenta en Radio Mil, es decir se presenta una diversidad de ritmos.**
- 3) Informar a los radioescuchas con los noticieros que Radio Mil transmite a lo largo del día.**

PÚBLICO RADIOESCUCHA.

El nivel socioeconómico de quienes sintonizan Radio Mil se divide en tres escaños: A, B y C:

A se refiere a aquellas personas con percepciones económicas altas.

B se distingue por ser radioescuchas con nivel socioeconómico medio.

C es auditorio que manifiesta un ingreso económico bajo.

-ESCOLARIDAD.

En lo que se refiere a la escolaridad del público cautivo de Radio Mil, se distingue por ser gente con preparación secundaria y preparatoria, principalmente. El horario en que captura mayor público Radio Mil al día, es el que abarca de las 11:00 A.M. a las 13:00 P.M., horas del día". (22)



PROGRAMACIÓN

69

LUNES A VIERNES

05:00 a 06:00	Música en español y horóscopos	Victor Lazcano
06:00 a 09:00	ENFOQUE <small>en español hablado</small>	Raúl Sánchez Carrillo y Lilia Silvia Hernández
09:00 a 09:10	<i>Satmil: resumen informativo. Enlace vía satélite con 21 plazas.</i>	
09:10 a 10:00	Duelo de Estrellas	Alejandro Ibarra
10:00 a 11:00	La mejor música en español.	Alejandro Ibarra
11:00 a 13:00	Inmortales de RADIO 1000	Agustín Romo
13:00 a 14:00	Preguntas y sorpresas	Agustín Romo
14:00 a 15:00	ENFOQUE <small>en español hablado</small>	Lilia Silvia Hernández
15:00 a 16:00	Del tingo al tango	Rona Fletcher y Agustín Romo
16:00 a 17:00	Adivina la que sigue	Carlos Ugalde
17:00 a 18:00	Línea sentimental.	Cristina Stivalet.
18:00 a 19:00	La mejor música en español.	Carlos Ugalde
BARRA NOCTURNA:		
19:00 a 20:00	La mejor música en español.	Carlos Ugalde
20:00 a 21:00	Lunes: Inercia positiva Miércoles: Motor y volante Viernes: Música.	Martes: Sexualidad en voz alta Jueves: Diálogos al desnudo
21:00 a 21:30	Música de vidrio	Dr. Alfredo Ruiz del Río.
21:30 a 22:30	HECHOS	JAVIER ALATORRE
22:30 a 24:00	Complacencias	Fortino Vargas
24:00 a 06:00	La mejor música en español.	

SABADO		DOMINGO	
06:00 a 10:00	Música	Música	06:00 a 22:00
10:00 a 11:00	Hola Luis: programa infantil	Hora Nacional	22:00 a 23:00
11:00 a 12:00	Buen Provecho: Ma. Eugenia M.	Música	23:00 a 06:00
12:00 a 16:00	Música		
16:00 a 17:00	Mágico mundo animal: Tito Durán		
17:00 a 06:00	Música		

INTEGRANTE DEL N CLEO RADIO MIL
TRADICIÓN DE EXCELENCIA EN RADIO

****...** PRIMER INFORME DE GOBIERNO DEL PRESIDENTE PLUTARCO ELLAS CALLES. (INFORMACIÓN DE RADIO EDUCACIÓN).**

(1) CRONOGRAFÍA DE LA RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO. RADIO EDUCACIÓN. MÉXICO 1983. (COPIACIÓN DE INFORMACIÓN, SIN NÚMERO PROGRESIVO DE PÁGINAS).

(2) MORAGAS SPA. MIGUEL DE. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN ANTOLOGÍA EN COMUNICACIÓN. UNAM, ENEP ACATLÁN, MÉXICO. PÁG: 62.

(3) IBÍDEM. PÁG: 70.

(4) IBÍDEM.

(5) IBÍDEM.

(6) OP. CIT.

(7) OP. CIT.

(8) JOSEPH T. KLAPPER. EFFECTOS DE LAS COMUNICACIONES DE MASAS. TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL: JOSÉ AURELIO ALVAREZ RAMÓN. ED: AGUILAR. ESPAÑA. 1974. PÁG: 266.

(9) DENIS McQUAIL. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. ED: PAIDÓS COMUNICACIÓN, BARCELONA, ESPAÑA. 1983. PÁG: 452.

(10) OP. CIT.

(11) OP. CIT.

(12) IBÍDEM.

(13) IBÍDEM.

(14) INFORMACIÓN GENERAL DE RADIO EDUCACIÓN, TOMO: 9,
RADIO EDUCACIÓN, RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN, PÁG: 30.

(15) INFORMACIÓN SOBRE RADIO EDUCACIÓN, LIBRETA: 1,
RADIO EDUCACIÓN, RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN, PÁG: 200.

(16) DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN DE RADIO EDUCACIÓN
(ESTUDIO DEL RECEPTOR), PERÍODO 1991-1993.

(17) IBÍDEM.

(18) GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS NÚCLEO RADIO MIL,
HISTORIA DE MI VIDA, PÁG: 4.

(19) FOLLETO DE N.R.M., HOY, SEPTIEMBRE DE 1995, AÑO: 1,
NÚMERO: 1.

(20) FOLLETO DE N.R.M., OCTUBRE DE 1995, AÑO: 1, NÚMERO: 2.

(21) FOLLETO DE N.R.M., TRADICIÓN DE EXCELENCIA EN RADIO,
SIN AÑO DE PUBLICACIÓN, PÁG: 4.

(22) INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL PERSONAL
ADMINISTRATIVO DE NÚCLEO RADIO MIL.

CAPÍTULO TRES.

3. PROYECTO

RADIOFÓNICO

CULTO COMERCIAL.

3.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

El capítulo tres es la construcción de un híbrido de lo cultural y lo comercial. Con el fin de presentar una propuesta, una alternativa para el público radioescucha que está en la búsqueda de algo diferente.

Para realizar el presente proyecto de radio se efectuó un sondeo de campo, el cual constó de una población de 90 personas, constituidas en diferentes estratos sociales. A continuación daremos a conocer los resultados de las encuestas realizadas durante el mes de abril de 1996, en el Distrito Federal. Los datos nos permitirán establecer parámetros y así, darle forma a nuestro proyecto radiofónico CULTO-COMERCIAL.

EDADES.

El 53.3% de los encuestados fluctúan entre 20 y 29 años de edad.

El 16.6% de los entrevistados tienen entre 9 y 19 años de edad.

El 13.3% de los encuestados se encuentra entre los 30 y 36 años de edad.

El 8.8% de la población consultada tiene entre los 40 y 49 años de edad.

El 6.6% de los encuestados fluctúa entre los 50 y 64 años de edad.

SEXO.

El 47.7% de los entrevistados fueron hombres.

El 52.2 de los encuestados fueron mujeres.

ESCOLARIDAD.

El 1.1% no tienen estudios de ninguna índole.

El 7.7% concluyó sus estudios de educación primaria.

El 22.2% tienen estudios de secundaria.

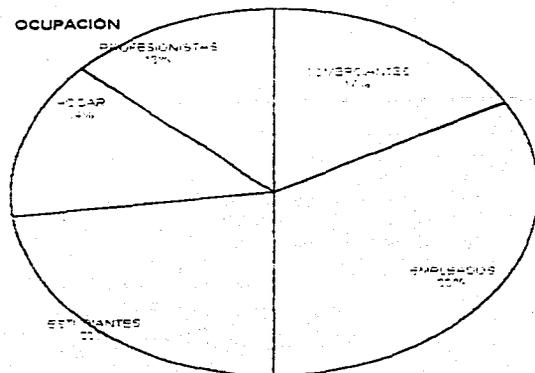
El 28.8% de los cuestionados tienen estudios de preparatoria.

El 13.3% de los entrevistados tienen estudios comerciales.

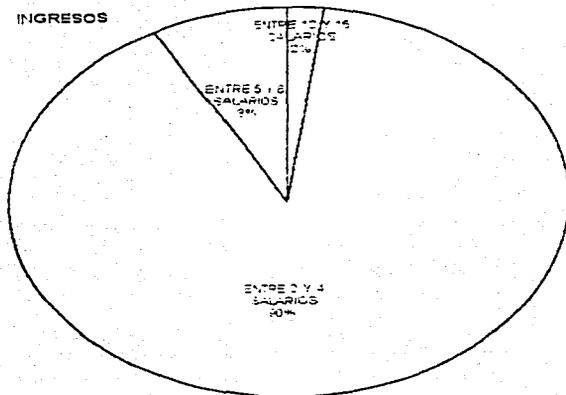
El 4.4% de los entrevistados son pasantes de carrera profesional.

El 22.2% de los encuestados tienen educación profesional.

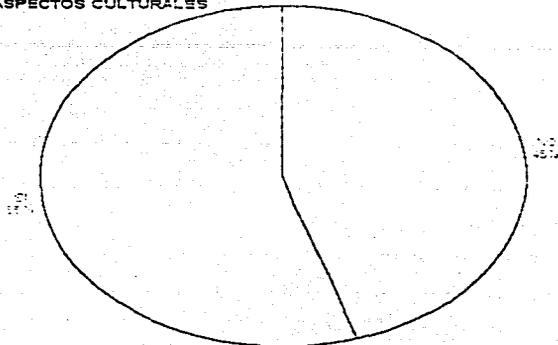
OCUPACION



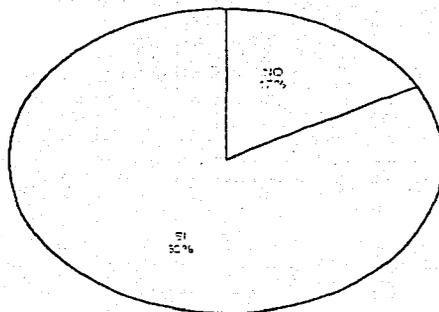
INGRESOS



**GUSTO POR LAS ESTACIONES QUE TRANSMITEN
ASPECTOS CULTURALES**

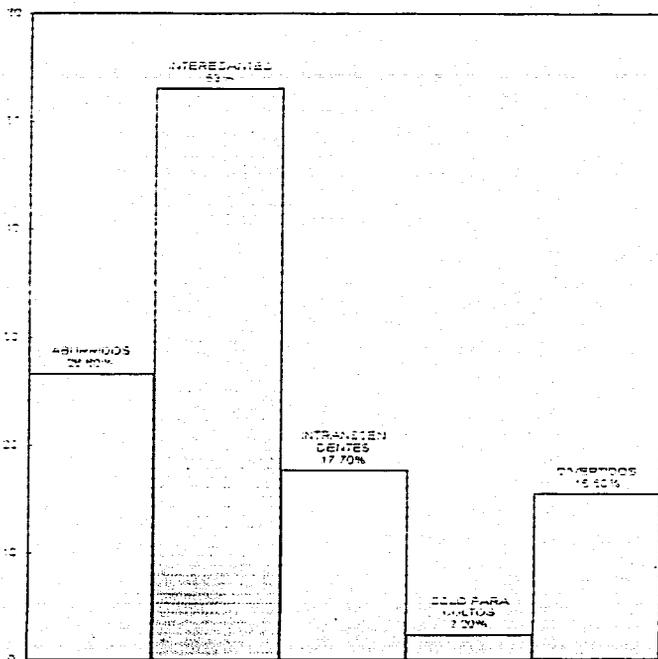


**GUSTO POR LAS ESTACIONES
DE CORTE COMERCIAL**



COMO SON CONSIDERADOS LOS PROGRAMAS CULTURALES

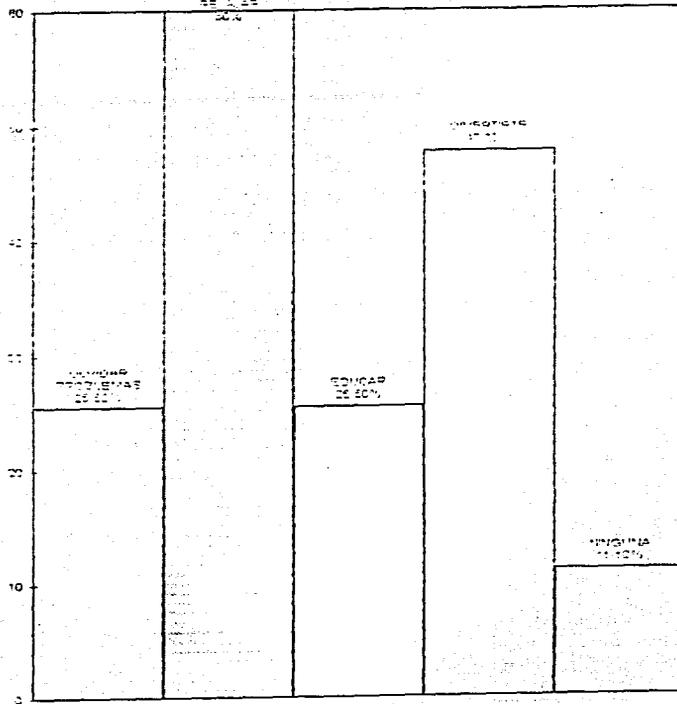
77



Cabe destacar que el 53% de los encuestados opinan que los programas de radio culturales, son interesantes. Dicho porcentaje se distingue de los de más

* Se le dio mas de una opcion al encuestado

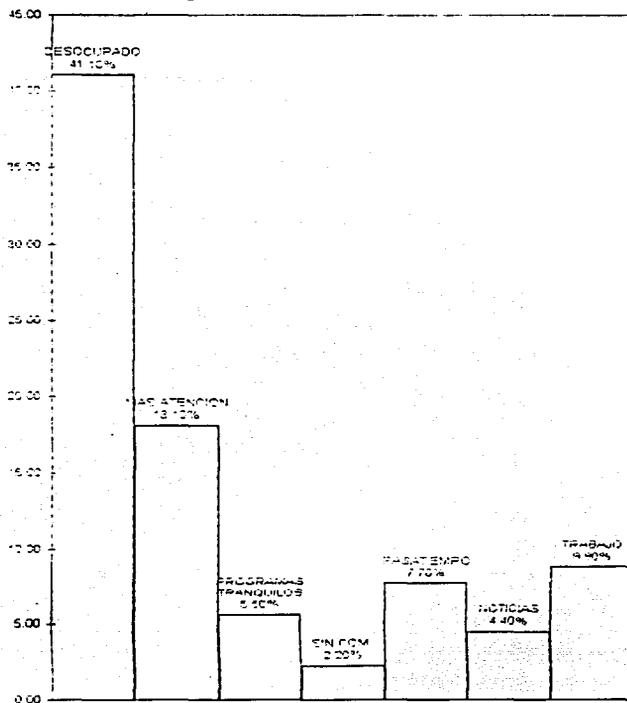
COMO AYUDA LA RADIO COMERCIAL AL
 SE RELAJAR RADIO ESCUCHA



El 60% de los encuestados manifiestan que la radio comercial les ayuda a relajarse. El porcentaje es importante para nuestro estudio.

* Se le dio mas de una opcion al encuestado

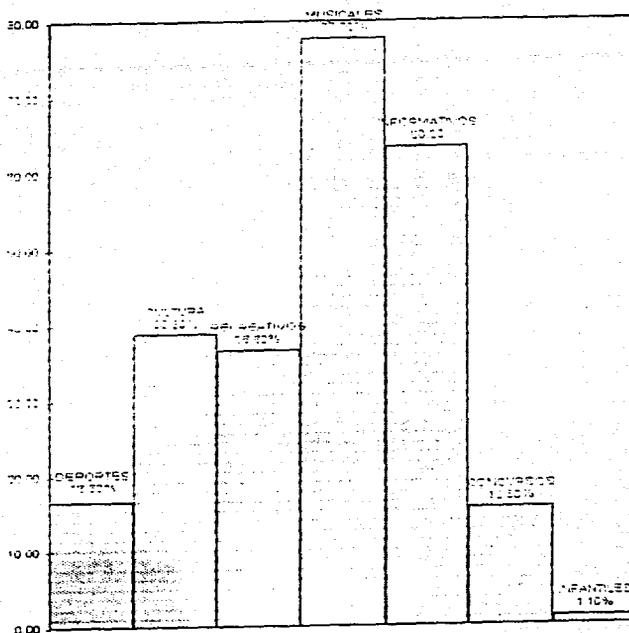
¿CUÁNDO ESCUCHA LA RADIO?



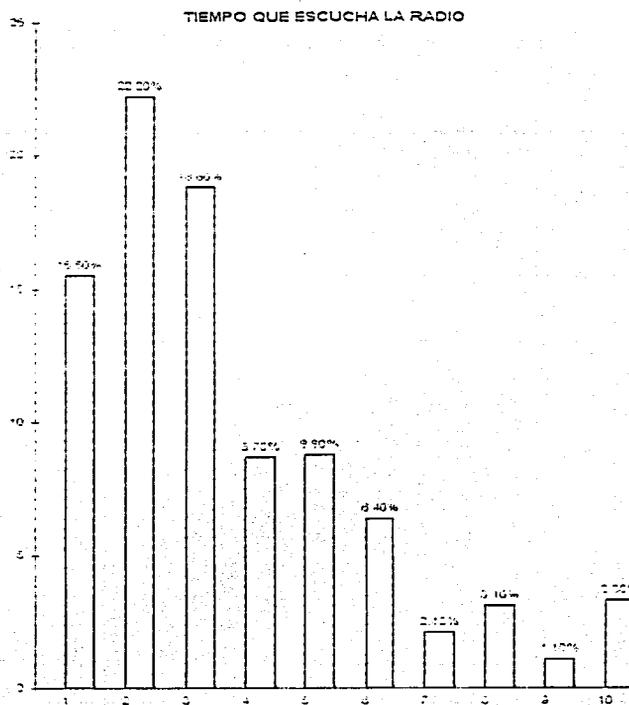
* Se le dio más de una opción al encuestado

ESTO TIENE
NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

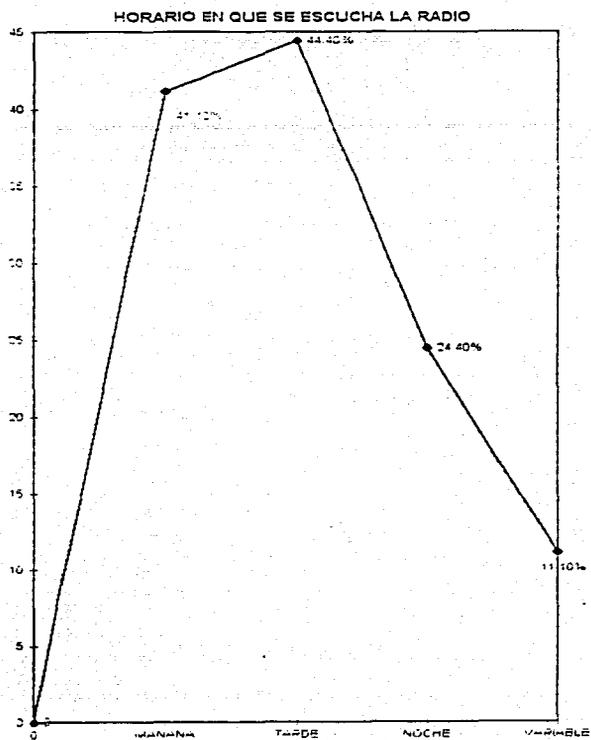
MODALIDAD DE PROGRAMAS MÁS ESCUCHADOS POR EL PÚBLICO



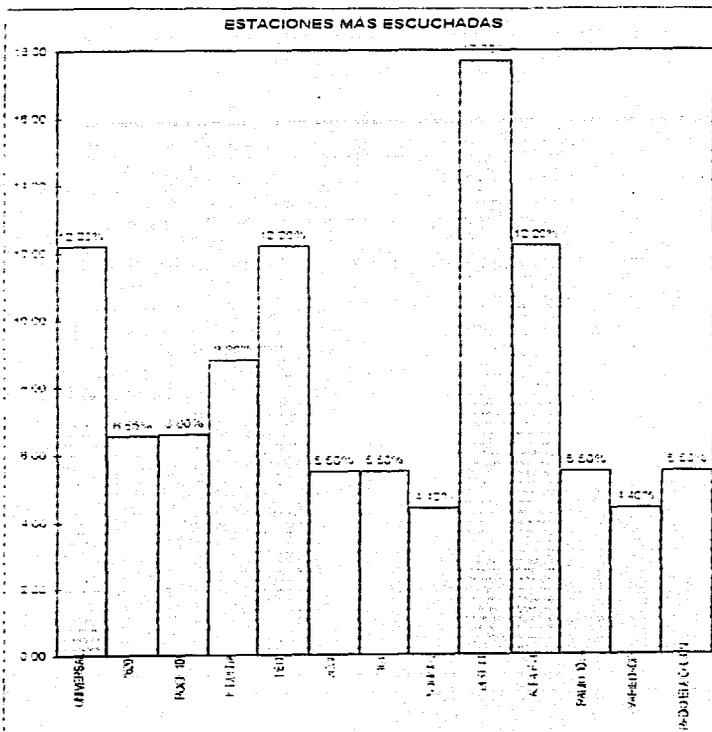
Los programas culturales, informativos y musicales; son los más escuchados por el auditorio (añadiendo los recreativos). Estos nos servirán para estructurar nuestro proyecto de radio.
Los deportivos son más gustados por T.V. (por la imagen) más que por el factor auditivo



* Se le dio más de una opción al encuestado.

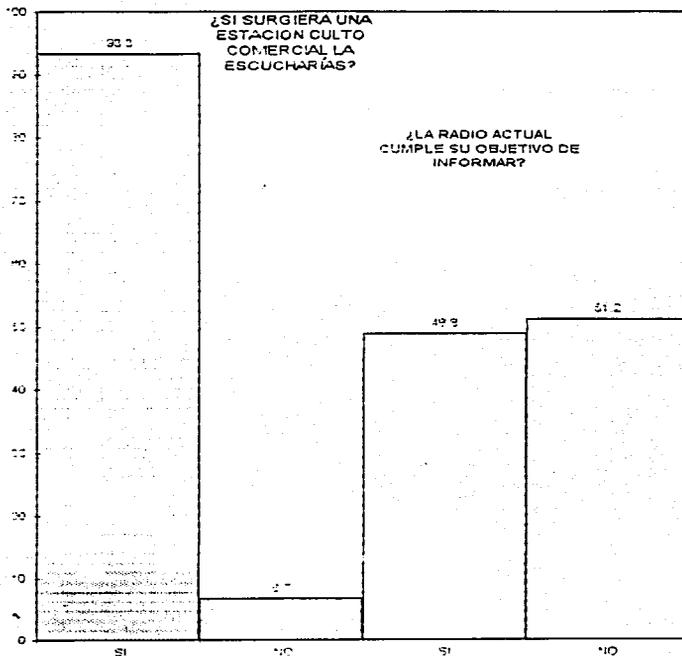


* Se le dio más de una opción al encuestado



LAS ESTACIONES MAS ESCUCHADAS DE CORTE COMERCIAL SON:
 UNIVERSAL, RADIO RED, MIX F.M.; EN CUANTO A CULTURALES RADIO
 EDUCACION.
 ESTA INFORMACION MUESTRA LA TENDENCIA QUE DEBEMOS SEGUIR
 PARA FORMAR NUESTRO PROYECTO RADIOFONICO.

* Se le dio mas de una opción al encuestado



PODEMOS OBSERVAR QUE LOS ENCUESTADOS SE INTERESAN POR CONOCER UNA ESTACION DE CULTO COMERCIAL LA GENTE ESTA ABIERTA A LAS PROPUESTAS, LO QUE OCURDE ES QUE LA RADIO TIENE TABUES

ASI MISMO, OBSERVAMOS QUE LA NUESTRA ESTA INCONFORME CON EL DESEMPEÑO DE LA RADIO ACTUAL. NO CUBRE SUS NECESIDADES

* Se le dio mas de una opcion al encuestado

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

E.N.E.P ARAGÓN.

EDAD: _____ SEXO: _____ ESCOLARIDAD: _____

OCCUPACIÓN: _____ INGRESOS: (1) (2) (3) Ó MÁS SALARIOS

MÍNIMOS: _____

MARQUE CON UNA "X" LA POCIÓN U OPCIONES DESEADAS.

1.- ¿TIEMPO QUE ESCUCHA LA RADIO?

(1) (2) (3) Ó MÁS HORAS ().

2.- ¿QUE ESTACION DE RADIO SINTONIZA? _____ Y ¿POR QUE?

3.- ¿CUÁL ES LA HORA QUE PREFERE PARA ESCUCHAR LA RADIO?

¿POR QUE? _____

4.- ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS LE GUSTA ESCUCHAR?

() DEPORTIVOS. () CULTURALES. () RECREATIVOS.

() MUSICALES. () INFORMATIVOS. () DE CONCURSO.

OTROS: _____

5.-¿LE GUSTAN LAS ESTACIONES QUE TRANSMITEN ASPECTOS CULTURALES?

SI (). NO (). ¿POR QUÉ? _____

6.- ¿LE GUSTA ESCUCHAR LAS ESTACIONES COMERCIALES?

SI (). NO (). ¿POR QUÉ? _____

7.-¿LOS PROGRAMAS CULTURALES SON?

ABURRIDOS (). INTERESANTES (). INTRASCENDENTES ().

SOLO PARA CULTOS (). DIVERTIDOS ().

OTROS: _____

8.- ¿LA RADIO COMERCIAL NOS AYUDA A?

OLVIDAR PROBLEMAS (). NOS RELAJA (). NOS EDUCA ().

NOS DIVIERTE ().

OTROS: _____

9.- ¿SI SURGIERA UNA ESTACIÓN DE RADIO DÓNDE SE COMBINARA LO CULTURAL Y LO COMERCIAL; ADEMÁS DE CUBRIR SUS NECESIDADES DE TENERLO INFORMADO, LA ESCUCHARÍA? SI () NO ().

¿POR QUÉ? _____

10.- ¿CREÉ QUE LA RADIO ACTUAL CUBRE LAS NECESIDADES DE LA POBLACIÓN?

SI () NO ().

¿POR QUÉ? _____

3.2. PROYECTOS RADIOFÓNICOS.

Basándonos en los anteriores resultados daremos inicio con la estructuración del proyecto radiofónico CULTO-COMERCIAL. Consistirá en la creación de varios programas de acuerdo a las necesidades del receptor. Pero antes definiremos qué es lo comercial y cultural.

Cabe aclarar que actualmente no hay una definición exacta sobre lo que es lo comercial, es decir, existen estudios generalizados sobre el papel de la comercialización en los medios de comunicación. Al revisar dichos estudios podemos establecer lo siguiente.

DEFINICIÓN DE COMERCIAL: Sistema de producción masiva de bienes, servicios e ideas; donde la mercancía es el principal instrumento ideológico para controlar los medios de comunicación, en manos de la clase dominante.

Asimismo, se puede establecer que dentro de los medios de comunicación se vende información y cultura de masas; sin tomar en cuenta su contribución al desarrollo educativo, costumbres, tradiciones y cultura de una nación.

DEFINICIÓN DE CULTURA: "Tres sentidos tradicionales como estado opuesto a la naturaleza; como conjunto de conocimientos, comportamientos y producción material en una agrupación social dada; como sistema relativamente autónomo frente a la producción social. En un sentido vulgar, tener cultura es sinónimo de tener acceso a los conocimientos más elevados producidos en la sociedad". (23)

DEFINICIÓN DE CULTO-COMERCIAL: En consideración a las definiciones de lo comercial y cultural se puede establecer que, Culto-Comercial es la fusión de contenidos enfocados al desarrollo cultural, educativo, costumbres y tradiciones; así como la producción masiva de bienes, venta de información y una cultura de masas; para dar lugar a la generación de capitales dentro de una sociedad determinada.

DEFINICIÓN DE RADIOREVISTA: "Los programas misceláneos, también son denominados radiorevistas y al igual que en el radioperiódico, que es similar al periodismo escrito, la radiorevista es el equivalente a las revistas ilustradas. Pretende incluir en su temática asuntos de actualidad, sin llegar al análisis de las noticias como el radioperiódico, también está estructurada con distintas secciones con muy variados formatos como la crónica, entrevista, encuesta, comentarios, diálogos breves, charlas testimoniales, consultorios, etc.

En ocasiones, el formato musical suele ser muy importante dentro de este tipo de programas. La música muchas de las veces, tiene que ver con lo que se está hablando, el tema musical ilustra o hace alusión a un lugar que se cita, una situación que se narra o a personalidades que se describen, etc.

Una radiorevista puede ser diseñada para dirigirse al público en general, pero al igual que la revista, se recomienda, que sea programada para un público en particular, así por ejemplo existen radiorevistas para mujeres, jóvenes, estudiantes, campesinos, amas de casa, obreros, niños o chavos banda.

La ventaja que ofrece este formato al público escucha, es la información, que sin ser especializada, informe sobre un hecho determinado que de otra forma al receptor no le hubiera interesado". (24)

PROYECTO RADIOFÓNICO.

REALIZADO POR: RAFAEL HERNÁNDEZ ALANÍZ.

NOMBRE DEL PROGRAMA: "EL LADO O-CULTO DE LA CULTURA".

JUSTIFICACIÓN: "En primer lugar debemos señalar que la cultura consiste en formas de comportamiento, explícitas o implícitas, adquiridas y transmitidas mediante símbolos y constituye el patrimonio singularizador de los grupos humanos, incluida su plasmación en objetos; el núcleo esencial de la cultura son las ideas tradicionales (es decir, históricamente generadas y seleccionadas) y especialmente, los valores vinculados a ellas; los sistemas de culturas, pueden ser considerados por una parte, como elementos condicionantes de la acción

Futura". (25)

En lo que se refiere al concepto de cultura, y para reforzar lo anterior, la definiremos de la siguiente manera con el apoyo de algunos conceptos de diccionarios y enciclopedias reconocidos.

"Cultura es el resultado de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre". (26)

"Cultura, de una manera general o aproximada, es el conjunto de creaciones materiales y espirituales propias de un grupo social, o también el conjunto de su herencia social". (27)

Por otra parte, podemos señalar que la radio es el medio informativo más extendido, utilizado y el más rápido en la difusión de noticias. Los avances tecnológicos que han alcanzado la radiodifusión, la han convertido en un vehículo para los más variados fines, sean noticias, comerciales, aspectos políticos, educativos, culturales y propagandísticos; por mencionar algunos.

Con lo anterior, queremos señalar que en México existen pocos programas de corte cultural transmitidos a través de la radio, donde se dé a conocer los eventos y hechos culturales que se dan en el país. Un ejemplo claro son las pocas radiodifusoras culturales que dedican su tiempo a los acontecimientos de corte cultural.

"Entre las causas que influyen para la escasa difusión de la cultura se pueden mencionar las siguientes: A) Se considera un artículo de poca necesidad. B) Una

falta de motivación hacia la sociedad para que conozca su patrimonio cultural. C) La deficiente difusión que se le brinda; y D) Un descuido por parte de las autoridades a consecuencia de la crisis económica y de políticas adecuadas para su difusión". "IDEA MÍA".

Ante tal panorama debemos recordar las palabras de Jesús Reyes Heróles, que comentaba: "porque vivimos tiempos difíciles, tratamos de la cultura. Ninguna tarea de mayor estirpe para tiempos difíciles que preocuparse y ocuparnos de la cultura... la cultura es la marcha del hombre hacia el hombre, descubrimiento del hombre por el hombre.

El Lado O-Culto de la Cultura, será un programa que buscará difundir las manifestaciones artísticas de nuestro país y del mundo, con el objeto de acercar a la población al gusto por la cultura. Se empleará un lenguaje ameno, para que la gente se olvide de que la cultura es una cuestión aburrida, sino al contrario, algo interesante y benéfico para su formación como ser humano.

En la medida en que se logre vincular un programa radiofónico cultural con la vida cotidiana se logrará captar el interés de un sector social más amplio, y con el apoyo de las instituciones involucradas en el campo de la cultura se podrá promover, incentivar y difundir las expresiones y valores de las manifestaciones artísticas, entre las que podemos mencionar a la danza, literatura, cine, música, pintura, teatro, etcétera.

El programa estará apoyado por notas informativas, reseñas, crónicas, entrevistas, reportajes y música. El Lado O-Culto de la Cultura, tendrá como objetivos, tener al público atento de los eventos culturales de la ciudad de México y del país, tratar de motivar al público para que se acerque al gusto por las actividades artísticas.

Finalmente, no debemos olvidar que en numerosos países, la radiodifusión cuenta con varias cadenas de emisión, en algunas de ellas existe un lugar especial para las transmisiones culturales.

OBJETIVO GENERAL.

-Ofrecer al público radioescucha un programa que permita informarle de las diferentes actividades culturales de la ciudad de México, del país y el mundo. Asimismo orientarlo y ofrecerle una gran gama de posibilidades para su entretenimiento. Se buscará que el público receptor se acerque a su herencia cultural.

OBJETIVOS PARTICULARES.

- Motivar al público radioescucha por el gusto de las actividades culturales.
- Atrapar la atención de la audiencia.
- Propiciar un intercambio de ideas entre emisor y receptor.

-Buscar un estilo para transmitir la cultura a través de la radio.

-Establecer lazos con instituciones y personas dedicados a la actividad cultural, con el objeto de contar con su información para ser transmitida por medio de la radio.

GÉNERO RADIOFÓNICO: Noticiero cultural.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: El programa estará integrado por reseñas, notas inf. música, reportajes, ensayos, crónicas, cartelera y entrevistas.

AUDITORIO INTENCIONAL: Público radioescucha que fluctúe entre los 15 y 60 años.

HORARIO Y PERIODICIDAD: De 9:00 a 10:00 de la mañana, transmisión en vivo y diario. Tendrá una duración de 60 minutos.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y MATERIALES: Cabina de transmisión, tiempo de estudio, material de fonoteca, cassetes, cintas de grabación, teléfonos, periódicos y revistas, máquinas de escribir, hojas carta, papel calca y otros servicios.

REQUERIMIENTOS HUMANOS: Dos locutores, productor, asistente de producción, musicizador, operador de estudio y cabina, tres redactores, tres reporteros y coordinador del programa.

PROGRAMA UNO.

10 minutos de notas informativas con lo más relevante de las noticias culturales, 10 minutos de notas cubiertas por los reporteros, 15

minutos de entrevista con alguna personalidad del medio cultural, 5 minutos de cartelera donde se ofrecerá al público radioescucha las actividades culturales que se realizarán durante el día y otros avisos, 10 minutos de música intercalada durante el programa y 10 minutos de comerciales distribuidos durante la emisión. Esto nos da como resultado 60 minutos de programa.

Lo anterior es la estructura de nuestro programa, el cual tendrá una variación todos los días.

Las instituciones culturales con las que tendremos un constante contacto, para la realización del programa "El Lado O-Culto de la Cultura" son los siguientes:

CENTRO NACIONAL DE LAS ARTES. (CNA)

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES. (CNCA)

INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES. (INBA)

FONDO NACIONAL PARA LAS ARTES. (FONART)

FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO. (FIC)

FESTIVAL CULTURAL DE SINALOA. (FCS)

FESTIVAL CULTURAL DE GUADALAJARA. (FCG)

FESTIVAL CULTURAL DEL CARIBE. (FCC)

FESTIVAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO. (FCM)

MUSEO DE CULTURAS POPULARES.

MUSEO JESÚS REYES HERÓLES.

CASA DEL POETA.

CENTRO CULTURAL COYOACANENSE.

MUSEO DE LA ESTAMPA.

PINACOTECA VIRREYNAL.

MUSEO DE LA CARICATURA.

EDITORIAL PLANETA.

EDITORIAL JOAQUÍN MORTIZ.

FONDO DE CULTURA ECONOMICA.

AUDITORIO NACIONAL.

HIJO DEL CUERVO.

EL PARNASO.

LIBRERIA GANDHI.

EVENTOS EN CADA UNA DE LAS DELEGACIONES DEL D.F.

ENTRE OTRAS INSTITUCIONES VINCULADAS CON LA CULTURA.

TAMBIÉN SE BUSCARÁ EL PATROCINIO DE ALGUNA COMPAÑÍA
COMERCIAL.

COCA COLA.

PEPSI COLA.

SABRITAS.

NESTLÉ.

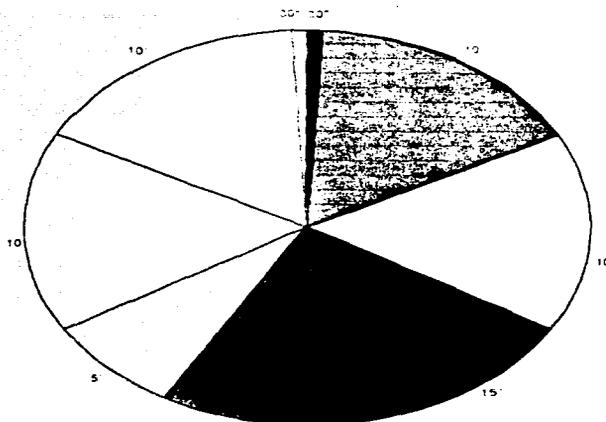
GIGANTE.

AURRERÁ.

SAMBORNS

POR MENCIONAR ALGUNOS PATROCTNADORES.

Reloj Radiolónico.
Programa: El lado O-culto de la Cultura.



Secciones	Tiempo	Color
Entrada	30"	Azul
Notas informativas	10'	Rojo
Notas inf. de los reporteros	10'	Amarillo
Entrevista con el invitado	15'	Verde
Carelera	5'	Morado
Música Intercalada	10'	Naranja
Comerciales Intercalados	10"	Gris
Salida	30"	Rosa
	Total:	61'

PROYECTO RADIOFÓNICO.

REALIZADO POR: RAFAEL HERNÁNDEZ ALANÍZ.

NOMBRE DEL PROGRAMA: "ALUCINES ANENCEFÁLICOS".

JUSTIFICACIÓN: Actualmente no existe un programa radiofónico que ofrezca al radioescucha joven un panorama más a fondo de la cultura de nuestro país y el mundo; un espacio para establecer y propiciar el intercambio de ideas.

En las diferentes radiodifusoras del Distrito Federal solo se ofrecen espacios de música continua, pocos comentarios sobre la actividad cultural y temas que le interesan a la juventud como: Deportes, sexualidad, orientación vocacional, ciencia, literatura, teatro, música, artes plásticas, sus ídolos del momento, intercambio de ideas y

realidades que vive a diario.

Es por ello, que el presente proyecto pretende cubrir ese vacío y necesidades de los jóvenes de estar al día sobre lo que ocurre a su alrededor, al tiempo de mostrarles que la cultura es amena y divertida.

Casi para finalizar el siglo XX, los avances en los de comunicación son enormes, y, deben ser aprovechados para que los adolescentes puedan expresar sus ideas y tener una comunicación más estrecha entre ellos; comentar sus dudas acerca de los temas que les preocupan durante esta etapa del desarrollo humano.

Otro factor que llama la atención es el tipo de lenguaje para dirigirse a los jóvenes. Se debe utilizar un lenguaje cotidiano, coloquial con el que se identifiquen.

De manera que, "Alucines Anencefálicos" busca acercarse a los adolescentes e introducirlos al ambiente cultural, un rubro que en la sociedad mexicana se ha clasificado como aburrido. Debemos tener en cuenta que no se pretende vulgarizar el aspecto cultural, sino todo lo contrario, llevarlo a la juventud de una manera fresca, dinámica; para despertar el interés por el mundo del conocimiento.

OBJETIVO GENERAL.

-Ofrecer al joven mexicano "DE HOY" una diversidad de temas abordados de acuerdo con sus inquietudes, de tal manera que se identifique con un patrón de conducta positiva; que le planteé

alternativas en su vida a corto y largo plazo. Que le permita tener un foro de expresión que a la vez retroalimentará con sus comentarios y sugerencias.

OBJETIVOS PARTICULARES.

-Combinar la música de moda con información cultural para atrapar la atención del público.

-Utilizar un lenguaje coloquial para tener un programa ameno y dinámico que despierte la inquietud por la cultura.

-Fortalecer su identidad como mexicano.

-Crear la afición por algún deporte y la motivación académica para lograr una carrera profesional.

GENÉRO RADIOFÓNICO: Revista.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: Estará integrado por Reportajes, efemérides, crónicas, entrevistas, reseñas de libros, semblanzas y música.

AUDITORIO INTENCIONAL: Público joven entre los 14 y 30 años de edad.

HORARIO Y PERIODICIDAD: De 11:00 a 12:00 horas. Transmitido los lunes, miércoles y viernes, transmisión en vivo. La duración del programa será de 60 minutos, la distribución del material será de acuerdo al orden de importancia con 10 minutos de comerciales.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y MATERIALES: Cabina de transmisión, tiempo de estudio, material de fonoteca, acceso al centro de

Información, cintas de grabación y cassetes.

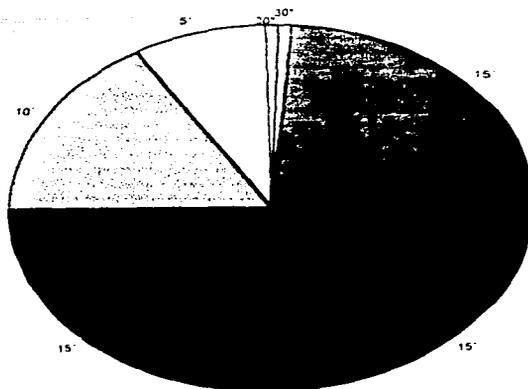
REQUERIMIENTOS HUMANOS: Dos locutores, un guionista, un reportero, asistente de producción, productor, operador de cabina y estudio.

PROGRAMA UNO.

- Efemérides.
- El Rock mexicano.
- Opción vocacional.
- Teotihuacán.
- Reseña de libros.
- Chismes de los artistas del momento.
- Avances del siguiente programa.

Posibles patrocinadores del programa: COCA COLA, ROCKOTITLÁN, SIXTIES, EMI CAPITOL; ENTRE OTROS.

Reloj Radiofónico.
Programa: Alucines Anencefálicos.



Secciones	Tiempo	Color
Entrada.	30"	Amarillo
Notas informativas y Comentarios.	15'	Rojo
Notas Informativas de reporteros	15'	Verde
Entrevista con el invitado.	15'	Azul
Música Intercalada.	10'	Morado
Cartelera.	5'	Gris
Salida.	30"	Rosa
Total:	61'	

PROYECTO RADIOFÓNICO.

REALIZADO POR: RAFAEL HERNÁNDEZ ALANÍZ

NOMBRE DEL PROGRAMA: "RADIOLIBROLOGÍA "

JUSTIFICACIÓN: En México existe una escasa educación en pro del hábito de la lectura, lo anterior es consecuencia de diversos factores como son: la falta de motivación -tanto en el seno familiar como escolar-, inexistencia de orientación hacia la selección de libros de lectura, situación económica del país y poca publicidad en los medios electrónicos de comunicación por parte de las editoriales hacia sus publicaciones; entre otros.

Para enfrentar esta situación se propone transmitir el presente programa de radio, que lleva por nombre "Radiolibrología", el cual, buscará el acercamiento con el público radioescucha, para ofrecerle las diferentes opciones de lectura publicadas.

En el desarrollo del programa se presentarán reseñas críticas y comentarios relacionados con los libros, adaptaciones radiofónicas (radionovelas) de algunos de los ejemplares, entrevistas con los autores de las obras; además de ofrecer información de los títulos publicados, y por editar. Asimismo, se obsequiarán libros a los radioescuchas para que

encuentren una motivación por la lectura y propaguen esa costumbre.

OBJETIVO GENERAL.

-Ofrecer al público radioescucha un programa alternativo de selección literaria, y en consecuencia el interés por los libros, es decir su venta.

OBJETIVOS PARTICULARES.

- Motivación a la lectura por parte de los radioescuchas.**
- Atrapar la atención del público.**
- Dar información sobre las novedades literarias.**
- Dar a conocer a los nuevos valores jóvenes de la literatura mexicana.**

GÉNERO RADIOFÓNICO: Revista.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: El programa estará integrado por reseñas literarias, adaptaciones de libros a radionovelas, entrevistas con escritores.

AUDITORIO INTENCIONAL: Público que fluctúe entre los 9 y 60 años de edad.

HORARIO Y PERIODICIDAD: De 17:00 a 17:30 horas. Transmítido los miércoles, jueves y viernes. El tratamiento del programa de media hora será de una manera flexible, es decir, se combinarán los géneros periodísticos. Habrá cinco minutos de comerciales, la producción será en vivo.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y MATERIALES: Cabina de transmisión, tiempo de estudio, material de fonoteca, máquina de escribir y cintas de grabación.

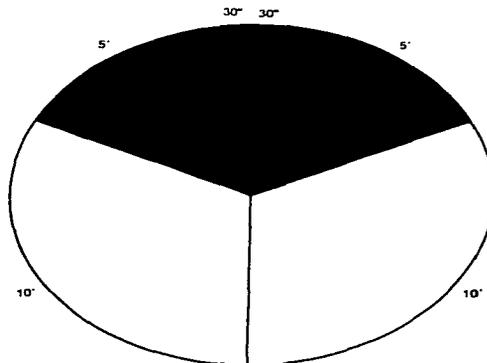
REQUERIMIENTOS HUMANOS: Coordinador del programa, productor, guionista, asistente de producción, musicizador, operador y dos locutores.

PROGRAMA UNO.

Reseña del libro "SIN PELOS EN LA LENGUA", entrevista con Irma Serrano.

Posibles patrocinadores: REVISTA TIERRA ADENTRO; EDITORIALES PORRÚA, DIANA, SELECTOR, JOAQUÍN MORTÍZ, PLANETA, CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES, ETC.

Reloj Radiofónico.
Programa: Radiolibrología.



Secciones	Tiempo	Color
Entrada.	30"	Verde
Cartelera.	5'	Rojo
Dramatización	10'	Blanco
Entrevista	10'	Amarillo
Comerciales	5'	Azul
Salida.	30"	Rosa
Total:		61'

PROYECTO RADIOFÓNICO.

REALIZADO POR: RAFAEL HERNÁNDEZ ALANÍZ.

NOMBRE DEL PROGRAMA: "BUFONES MAGICOS".

JUSTIFICACIÓN: Los programas infantiles en nuestro país son de gran importancia, ya que, existe un gran número de niños.

También podemos observar que ante la creciente presencia de la programación extranjera infantil en las televisoras, se puede observar la pérdida de identidad y esencialmente de la imaginación en los niños.

Los anteriores factores influyen de una forma u otra en los infantes, ya sea en el comportamiento en el seno familiar, escolar; y la preferencia por juguetes superficiales venidos del extranjero olvidando y dejando a un lado su poder creativo, de análisis y habilidades físicas.

OBJETIVO GENERAL.

-Crear un espacio especial para los niños en donde ellos descubran las habilidades que poseen; un lugar donde puedan escuchar lo que a ellos les gusta.

OBJETIVOS PARTICULARES.

-Hacer partícipes a los pequeños por medio de los BUFONES

MÁGICOS que estarán al frente del programa.

-Invitar a los niños para que participen contando historias.

-Fomentar el gusto por la lectura a través de los viajes mágicos que se transmitirán en el programa.

GENERO RADIOFÓNICO: Revista.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: Cuentos infantiles, música y cartelera.

AUDITORIO INTENCIONAL: Pequeñines entre los 4 y 13 años de edad.

HORARIO Y PERIODICIDAD: El programa será transmitido de lunes a viernes de 7:00 a 8:00 horas. La transmisión se efectuará en vivo con 10 minutos de comerciales. El programa tendrá una duración de una hora.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y MATERIALES: Cabina de transmisión, material de fonoteca, libros y periódicos, cintas de grabación, estudio de grabación.

RECURSOS HUMANOS: Dos locutores (niños), guionista, asistente de producción, productor, operador de cabina y estudio.

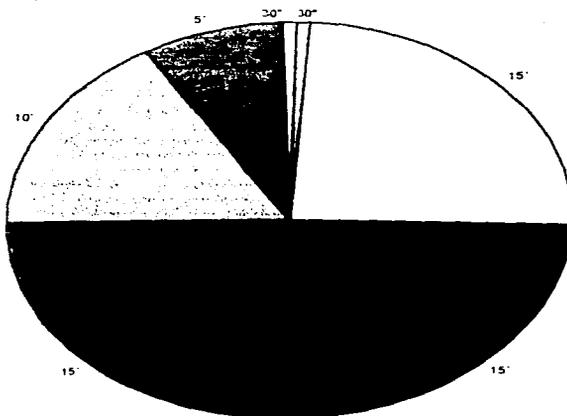
PROGRAMA UNO.

Se abordará el tema de los niños que viven en el campo, asimismo nos trasladaremos a través de la imaginación al lugar donde viven estos amiguitos. También conoceremos a los animalitos que viven en esos

lugares.

Posibles patrocinadores: SABRITAS, BAMBINO, SONRICS, CHOCO MILK, BARCEL; ETC.

Reloj Radiofónico.
Programa: Bufones Mágicos.



Secciones	Tiempo	Color
Entrada.	30"	Rosa
Cuento	15'	Gris
Entrevista con el invitado.	15'	Azul
Música Intercalada.	15'	Verde
Cartelera.	10'	Morado
Comerciales	5'	Rojo
Salida.	30"	Amarillo
Total:	61'	

(23) KATZ, CHAIN SAMUEL, E. T. T. AL DICCIONARIO BASICO DE COMUNICACIÓN. ED. NUEVA IMAGEN, MÉXICO, 1980. PÁG: 149.

(24) KAPLÚN, MARIO. PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO. ED. CIESPAL QUITO, 1979. PÁG: 180.

(25) DICCIONARIO DE LA REAL LENGUA ESPAÑOLA. ED. PORRÚA, MÉXICO, 1983.

(26) ENCICLOPEDIA ESPASA. DICCIONARIO BASICO DE COMUNICACIÓN. ED. NUEVA IMAGEN, MÉXICO 1980. PÁG: 1

(27) IBÍDEM.

GUIONES

GUIONES

GUIONES

GUIONES

GUIONES

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	RUBRICA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	07-AGOS-96	60 MIN.

OPERADOR.

RUBRICA DE ENTRADA Y SALIDA DEL PROGRAMA

BUFONES MÁGICOS.

EFFECTO DE TIMBRE DESPERTADOR.

ENTRA TEMA DE SUBMARINO AMARILLO (TRACK 12) Y

FONDEA.

BUFI.

Son las seis y media de la mañana.

BOFO.

Despierta, hoy es el día en que debes echar a volar tu imaginación.

OPERADOR.

REVERBERANCIA.

BUFI.

Bufones Mágicos es un programa sólo apto para niños. Y para aquellos que aún tienen la imaginación y el alma de niño.

OPERADOR.

30'

SUBE MÚSICA 5 SEGUNDOS Y FONDEA.

BOFO.

Aliméntate diariamente con ilusiones y fantasías.

OPERADOR.

60'

SUBE MÚSICA 5 SEGUNDOS Y DESAPARECE.

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	CUENTO.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

BOFO.

BUFI.

BOFO Y BUFI.

OPERADOR.

NARRADOR.

OPERADOR.

REY.

Que tal amiguitos, somos Bofo y Bufi hemos sido enviados a la tierra para cumplir con una misión, una misión que se podrá realizar sólo con tu ayuda.

Si quieres saber cuál es la misión, no te despegues de la radio y pon tus oídos muy atentos porque vamos a iniciar.

¿Listos? ¡COMENZAMOS!

EFFECTO DE RETROCESO EN EL TIEMPO.

Hace muchos años en un planeta muy lejano. Existió una ciudad hecha de pasta y bombón, rodeada de montañas de chocolate y turrón. Todo el valle tenía una gran variedad de golosinas.

30' Sus únicos habitantes eran los Bufones Mágicos, que diariamente cuidaban del valle para que luciera hermoso.

Pero, al otro lado de las montañas de chocolate, en una cueva oscura y fría vivían los Nibelungos, duendes malos y sucios, enemigos de los Bufones Mágicos.

Un día los Nibelungos se encontraban planeando cómo acabar con los Bufones, y quedarse con el valle de las golosinas.

En ese momento el rey de los duendes malos se preguntó...

MÚSICA DE MISTERIO Y EFFECTO DE ECO.

60' ¿Cómo vamos a quitarles el valle a esos tontos

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES	CUENTO.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

DUENDES MALOS.

NARRADOR.

TRUCU-TRU.

REY.

TRUCU-TRU.

OPERADOR.

NARRADOR.

OPERADOR.

BUFI.

BOFO.

BUFI.

Bufones? Si salimos de la cueva el Sol nos puede transformar en bufones torpes y buenos. (EXCLAMACIONES DE PROTESTA).

En ese momento el brujo Trucu-Tru, se acercó al malvado rey para explicarle un malévolos plan. Su mugrosa excelencia, soberano de los Nibelungos, tengo la solución para ese pequeño problema.

No seas barbero brujo y explícate rápido.

(Con voz insegura). Si, si su maléfica majestad... He preparado un hechizo para que el sol pierda su poder, y así podremos atacar a los despreciables bufones.

30'' Acérquese, lo primero que tenemos que hacer es lo siguiente...

ENTRA EFECTO DE SONIDOS DEL CAMPO.

Mientras tanto en el valle... los Bufones continuaban con sus labores, sin imaginarse los malvados planes de los Nibelungos.

CONTINUA EL EFECTO DEL CAMPO.

TACATUM, TACATÁN, :

LA CAMPANA VA A SONAR,
RIMPINPLIN, RIMPINPLAN,
LOS TAMBORES MARCHARÁN,
FAY FEY, FI FUY FO,
ESTA FLAUTA LA TOCO YO.

¡Hola Bufi! ¿Qué estás haciendo?

60'' ¡Qué tal Bofa! Podando mi árbol de chicle de fresa. ¿Quieres un poco?

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	CUENTO.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

BOFO.

No gracias, recuerda que hay que cuidarnos los dientes. El valle es hermoso y está lleno de dulces, pero no debemos ser golosos acuérdate de los Bufones que comen muchos dulces, se convierten en horribles Nibelungos.

BUFI.

¡Hay que miedo! Para evitar eso debemos tener una alimentación balanceada y lavarnos los dientes tres veces al día. Y comer frutas, verduras, carne y leche. Los dulces no son malos cuando los comemos con moderación.

BOFO.

30''

Pero hablemos de cosas mejores. ¿A dónde te diriges?
Voy a la casa del mago por una botella de gotas agridulces para mi huerta de caramelos. ¿Me acompañas?

BUFI.

¡Sale y vale!

OPERADOR.

SE ESCUCHA EFECTO DE PASOS Y FONDEA UNA MÚSICA ALEGRE Y SE MEZCLA CON MÚSICA DE SUSPENSO.

NARRADOR.

Los pequeños y entusiastas Bufones se encaminaron por el sendero de chochitos multicolores a la casa del mago.

Mientras tanto, en la cueva de los Nibelungos todo estaba listo para el ataque. El brujo iniciaba el conjuro para que el sol perdiera su brillo y todo quedará sumido en la más terrible oscuridad.

TRUCU-TRU.

60''

TAN TIN TON

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	CUENTO.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN. 1

QUE SE META EL SOL.
TAN TIN TAN
QUE SE HAGA LA OBSCURIDAD.
CIR CER CAR
El valle vamos a atacar.
(SUELTA UNA FUERTE CARCAJADA).
OPERADOR. SE ESCUCHA EFECTO DE GENTIO.
BUFI. ¡Mago, mago, los Nibelungos están atacando el valle!
OPERADOR. SE ESCUCHAN GRITOS Y GOLPES.
MAGO. (CON VOZ PREOCUPADA). Nuestra única salvación son los niños de la tierra, que con su imaginación nos están escuchando, a través de un
30'' aparato llamado radio.
BOFO. ¿Y qué tienen que hacer para salvarnos?
MAGO. Tienen que invocar con su imaginación a los unicornios de las estrellas, para que el Sol recobre sus fuerzas. Espero que a la cuenta de tres dé resultado. ¡UNA, DOS, TRES!
OPERADOR. SONIDO EXTRAÑO.
BUFI. ¡Está dando resultado, el Sol vuelve a brillar!
REY. ¡AYYAYAYAY! Corran Nibelungos, el Sol vuelve a la normalidad. Pero esperénme, no, nooooo, me estoy convirtiéndome en un tonto y asqueroso Bufón. Más respeto para el rey de los Nibelungos.
¡NOOOOOOOOOO!
BOFO. 60'' ¡Qué felicidad el valle de las golosinas se salvó!
NARRADOR. Gracias a la ayuda de los niños de la tierra y
SIGUE...

SERIE
BUFONES.

TEMA
CUENTO.

GENERO
REVISTA.

REDACTOR
RAFAEL H.A.

FECHA
7-AGOS-96.

DURACION
60 MIN.

OPERADOR.

30''

60''

de los unicornios de las estrellas. Los Bufones salvaron su único hogar, el cual se encuentra en alguna parte de la imaginación de los niños. Y para que nunca se apague esa fantasía, Bufi y Bofo han venido a la tierra para seguir alimentándola.

COLORIN COLORADO, ESTE CUENTO HA SIDO MATERIALIZADO.

CHISPAGO. SE MEZCLA CON UNA CANCIÓN INFANTIL Y SE LIGA CON COMERCIALES.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	CARTELERA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

BUFI.

BOFO.

BUFI.

BOFO.

OPERADOR.

BUFI.

BOFO.

OPERADOR.

¿Qué lees Bofo?

Leo algo sobre Cine para niños, escucha.

Actualmente en México no existe una actividad semejante, por lo que ahora nuestros amiguitos tendrán la oportunidad de conocer otra opción, además del cine comercial.

Y esa opción es el Segundo Festival de Cine para Niños, donde podrán ver seis largometrajes de Brasil, Holanda, Suecia y Canadá. Además de siete cortometrajes elaborados por niños y para niños.

30''

Entonces nos vemos en la Sala José Revueltas del Centro Cultural Universitario, y en el cine teatro Alameda de Reino Aventura, del 13 al 18 de agosto. Los Bufones Mágicos andaremos por ahí para saludarte.

CHISPAZO.

Cuando llegamos Bofo y yo a la tierra, caímos en el teatro Salvador Novo del Centro Nacional de las Artes.

¿Y qué creen, pero qué creen? Vimos la obra de Teatro infantil, EL DIA EN QUE LA HOJA 53 PERDIÓ SUS LETRAS. Pero mejor dejemos a los libros y a las letras que nos plátiquen de qué se trata la obra...

60''

CHISPAZO Y ENTRA GRABACION.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	ENTREVISTA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7- AGOS-96.	60 MIN.

6

LOCUTOR. ¿Para qué son estas obras?
CREO QUE LOS ACTOS TEATRALES...Y LÓGICAMENTE QUE NO LOS MALTRATEN.

LOCUTOR. ¿Qué quieren contarles a nuestros amiguitos?
QUERÍAMOS CONTARLES UN CUENTO DISTINTO...ESTOS MENSAJES Y ESTAS PROPUESTAS ESCÉNICAS.

LOCUTOR. ¿QUE LES PROPONEN A LOS PAPAS?
QUE LOS LLEVEN A VER OBRAS TEATRALES...ESTA ES UNA MANERA DE CONVIVIR.

OPERADOR. CHISPAGO.

LOCUTOR. El día en que la hoja 53 perdió sus letras, se presenta los domingos a las 13:00 horas en el teatro Salvador Novo del Centro Nacional de las Artes.

LOCUTOR. Para aquellos amiguitos que nos digan quiénes son nuestros enemigos, ganarán un pase doble para asistir a la obra de teatro, tenemos 15 pases dobles.

LOCUTOR. Oye Bofo déjame darles una pista. Nuestros enemigos son duendes sucios que viven en una cueva. ¿Cómo se llaman estos duendes?

LOCUTOR. Y yo les doy los teléfonos que son: el 675-34-85 y 675-43-58. Llama rápido para que te ganes un boleto.

LOCUTOR. Mientras llaman nos vamos a una canción.

OPERADOR. TEMA INFANTIL, VAMOS A COMERCIALES, CHISPAGO.

30''

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
BUFONES.	DESPEDIDA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

BUFI.

BOFO.

BUFI.

BOFO.

BUFI.

BOFO.

BUFI.

BOFO.

BUFI.

BUFI Y BOFO.

OPERADOR.

Bien amiguitos ya llegó la hora de despedirnos.
 Los esperamos mañana para seguir echando a volar
 la imaginación, y realizar viajes a donde
 solamente nuestra ilusión infantil llega.
 La mejor forma de despedirnos es cantando...
 TACATUM, TACATAN,
 LA CAMPANA VA A SONAR.
 RIMPINPLIN, RIMPLINPLAN,
 LOS TAMBORES MARCHARÁN.
 FAY, PEY, FUY, FOY,
 ESTA FLAUTA LA TOCO YO.
 Hasta mañana amiguitos se despide de ustedes
 Bofó.
 Y Bofi, los esperamos a la hora en que sale el
 Sol.
 En los controles mágicos nos acompañó el brujo
 Trucu-Tru.
 Las ilusiones para éste programa fueron del
 mago del valle de las golosinas.
 ¡Nos vemos mañana!
 CHISPAGO, COMERCIALES.

60''

SIGUE....

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL	RÚBRICA.	REVISTA.	RAFAEL. H. A	29-JUL-96.	60 MIN.

OPERADOR.

ENTRA MUSICA 5 SEGUNDOS Y FONDEA, TRACK 1 DEL DISCO DE MIGUEL BOSE, DIRECTO 90.

LOCUTOR.

(EN TONO JOVIAL Y DINÁMICO). El Lado-Oculto de la Cultura, un programa diferente para escuchar las actividades culturales de México y el mundo.

OPERADOR.

ENTRA EFECTO DE CARCAJADAS, DESAPARECE Y CONTINUA LA MÚSICA FONDEANDO.

LOCUTOR.

(EN TONO PÍCARO). En El Lado-Culto de la Cultura no se aburrirá y el que se ABURRA, así se quedará.

OPERADOR.

SUBE MÚSICA Y DESAPARECE.

30''

OPERADOR.

NOTA: ESTA RÚBRICA SE UTILIZARÁ PARA ENTRADA Y SALIDA DEL PROGRAMA.

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL	ENTRADA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTORES.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

ENTRA RÚBRICA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA.

Saludos Ad Libitum.

CHISPAGO.

(AVANCE DEL PROGRAMA). Hoy en Lado-Culto de la Cultura, hablaremos de la Torutra.

Conoceremos un poco más sobre Tin-Tán.

Para conocer de Lunas que mejor que Elena Poniatowska.

También tendremos nuestra cartelera. Iniciamos después de un corte comercial.

COMERCIALES.

30''

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL	LA TORTURA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

OPERADOR.

ENTRA MÚSICA, CANTOS GREGORIANOS, SUBE 6 SEGUN-
DOS Y FONDEA.

LOCUTOR.

La tortura ha acompañado al hombre a lo largo de su historia sobre la tierra, se ha convertido en un virus indeseable que lo coloca como verdugo y víctima de su propia historia.

LOCUTOR.

El hombre ha flagelado a otro con el fin de hacerlo pagar por alguna fechoría; lo ha condenado a la hoguera por herejía; lo ha estrangulado por ejercer como falso profeta; lo ha mutilado y arrojado a las bestias.

LOCUTOR.

La tortura fue practicada por los fenicios, persas, turcos, sirios y romanos, entre otros.

30''

Los métodos utilizados por estas antiguas civilizaciones para martirizar a sus enemigos son variados: desde abrir el vientre de una mujer embarazada, hasta envolver a la víctima con una piel de buey fresca.

LOCUTOR.

La cual era cosida a su cuerpo, de tal modo que cuando la parte de la res empezaba a descomponerse ésta desarrollaba una colonia de gusanos que terminaba por devorar al torturado.

LOCUTOR.

Hubo otras comunidades que sufrieron la práctica de la tortura como forma de mantener el orden impuesto por el poderoso. Ejemplo, la temible Santa Inquisición abolida en el año de 1834.

LOCUTOR.

60''

La hoguera, el potro, la rueda para despedazar o

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL.	LA TORTURA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

el hacha para la amputación; fueron los instrumentos empleados por los verdugos para apoderarse de la vida de su víctima. Mientras que la Santa Inquisición se adueño del espíritu de hombres, mujeres, niños y ancianos.

LOCUTOR.

La tortura sigue presente en nuestra sociedad, continúa cobrando víctimas por ello, es necesario que las autoridades gubernamentales salvaguarden los derechos del ser humano.

LOCUTOR.

Los psicoanalistas han concluido que tanto el poderoso como el empleado suelen extasiarse, consciente o inconscientemente, al ver la aplicación de una tortura.

LOCUTOR.

30'' ¿Prácticas inhumanas, la cara oculta del espíritu, la tecnología del cuerpo puesta a prueba? Son las preguntas que gobernantes y religiones no han podido contestar durante mucho tiempo.

OPERADOR.

CHISPAGO.

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL	TIN TAN.	REVISTA	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

OPERADOR.

ENTRA MUSICA DE TIN TAN Y FONDEA LA NOTA.

LOCUTOR.

Sin lugar a dudas uno de los cómicos más sobresalientes de México fue Germán Valdés, quien se distinguió por su pachuquería y su forma de hablar, esto último le trajo muchas críticas.

LOCUTOR.

Eran los años del pachuco, de las réplicas a su personaje, de los ataques periodísticos sin piedad: "Si Germán Valdés quiere salvarse de un total y pronto eclipse, debe asesinar sin piedad y sin reparo de ninguna especie a Tin-Tán.

LOCUTOR.

Algunos intelectuales llegaron a pedir que las películas de Tin-Tán salieran de cartelera por deformar el idioma y la imagen del mexicano. Pero

30''

las cintas del hijo desobediente se siguieron exhibiendo en las salas cinematográficas.

LOCUTOR.

Inclusive, los cómicos se unieron a dicha petición, muestra de ello ^{la} ~~de~~ Cantinflas en el filme Si yo Fuera Diputado, en su peluquería escribe en el aparador: "para pachucos no hay servicio porque me caen muy gordos".

OPERADOR.

ENTRA PACHUCADA DE TIN TAN.

LOCUTOR.

José Revueltas cuenta que cuando vio a Tin Tan le sirvió para comprender mejor el problema idiomático, por lo cual le pareció muy buena la llegada de esa moda.

LOCUTOR.

60''

Fany Kaufman, Vitola, llegó a comentar que pachucos y vulgares eran quienes lo atacaban y ya

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
L LADO-CULT	TIN TAN	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

han de estar bien muertos, porque la taquilla que tenia Tin-Tán en sus películas se vendía como pan caliente; simplemente lo atacaban por ser diferente.

LOCUTOR. Al ser dirigido más tarde por Gilberto Martínez Solares, Tin-Tán deja atrás al pachuco para convertirse en un personaje de barrio ciudadano. Con las primeras películas que realiza con su director, se forma un buen cuadro actoral integrado por su Carnal Marcelo, Wolf Rubinski, Vitola y Tun Tun, entre otros.

OPERADOR. ENTRA MÚSICA Y FONDEA.

LOCUTOR. Un claro ejemplo de la nueva personalidad de Tin-Tán se muestra en la película del Rey del Barrio, que era un asunto serio y no una comedia, pero Martínez Solares tuvo el acierto de no dejarle ninguna opción a Germán y le tuvo que entrar, quién iba ha pensar que El Rey del Barrio sería un clásico del cine nacional.

LOCUTOR. Tin-Tán fue un hombre que se adelantó a su época, fue un gran actor y buscaba siempre la perfección en su trabajo; Tin-Tán simplemente decía, al terminar una película, "SOBRE LA MARCHA AHÍ VA SALIENDO CARNAL".

OPERADOR. SUBE MÚSICA Y SE MANTIENE POR 10 SEGUNDOS Y DESAPARECE.

OPERADOR. 60'' COMERCIALES.

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL	PONIATOWSKA	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

OPERADOR.

PONER LA CANCION COMPLETA DE MUJERES DE RICARDO ARJONA.

LOCUTOR.

Acabamos de escuchar el tema de Mujeres de Ricardo Arjona. Y siguiendo con la mujer hablaremos de Elena Poniatowska, que durante más de 40 años ha vivido entregada al periodismo y a la literatura.

LOCUTOR.

Para familiarizarnos más con la escritora les comentaremos que Poniatowska antes de dedicarse a la literatura, heredó el título de princesa de Polonia el cual no le interesó para nada y se decidió por el camino de las letras.

LOCUTOR.

30''

Inclusive, y si como pareciera un cuento de hadas, se encontraba destinada al matrimonio con un príncipe europeo, el cual rechazó y años más tarde se inició como escritora. En 1954 escribió su primera novela corta, Lilus Kikus, que narra la historia de una graciosa niña de sorprendente inteligencia.

OPERADOR.

ENTRA MÚSICA DE CHAVA FLORES Y FONDEA.

LOCUTOR.

En una azotea de Revillagigedo, Elena Poniatowska tuvo una larga entrevista con la lavandera Josefina Bórquez, quien hablaba fuerte y con sabiduría. La charla se volvió crónica, después reportaje, y, finalmente, en novela que lleva por nombre Hasta no verte Jesús mío.

LOCUTOR.

60''

Y así continuó con libros como: La Noche de

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CULTO	PONIATOWSKA	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

LOCUTOR

Tlatelolco y Nada, Nadie, las Voces del Temblor entre otros. Lo más reciente de su obra se remonta a 1992 con Tinfisima, que le llevó diez años escribirla y el libro de crónicas Luz y Luna, las Lunitas.

LOCUTOR.

Podríamos pasarnos horas y horas hablando de la obra literaria de Elena Poniatowska y su vida, pero ¿Qué piensa Elena de las mujeres? En una de tantas entrevistas que le han hecho contestó lo siguiente:

30''

Creo que las mujeres debemos tener oportunidad de desarrollarnos, de hacer nuestra obra, la misma oportunidad del hombre. Si la solidaridad entre mujeres existiera, habría comedores y guarderías públicas...Sin embargo, cuando una mujer alcanza un puesto público importante se convierte en verduga de las otras. Para no ir tan lejos cuando agredimos de cualquier manera a la sirvienta de la casa.

OPERADOR.

LOCUTOR.

CHISPAZO.

Si quiere saber más sobre Elena Poniatowska escribanos o llámenos a los teléfonos de cabina para obsequiarle información. Y para aquellas personas que quieran ganarse el libro de Tinfisima sólo tienen que contestar la siguiente pregunta: ¿Cómo se llama la primera novela corta de Elena? Tenemos cinco ejemplares, llamen al 385-40-30.

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CULT	BAILE.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 min.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

ENTRA MUSICA DE DANZÓN 5 SEGUNDOS Y FONDEA.

Para todos aquellos amantes de la Salsa y el Danzón les tenemos la siguiente noticia. En el Museo Nacional de Culturas Populares, se realiza el concurso de baile AL SON QUE ME TOQUEN BAILO. El certamen tiene por objetivo rescatar y conservar la añeja tradición de los bailes de barriada.

Erick Flores, El Fantasma, bailarín profesional que surgió del barrio de la Merced manifestó que el concurso busca a la pareja que represente a México a nivel internacional; ya que no existe un dúo de baile profesional que represente adecuadamente a nuestro país.

Añadió que la idea del evento de baile es la de motivar a los jóvenes a acercarse al Danzón y a la Salsa, y alejarse de los vicios que solamente perjudican su salud.

AL SON QUE ME TOQUEN BAILO realizará el sábado 3 de agosto las semifinales y el 10 del mismo mes la gran final a partir de las 16:00 horas; la cita es en el Museo Nacional de Culturas Populares.

Ubicado en avenida Hidalgo 289, El Carmen, Coyoacán. Le invitamos a que asista para que goce los ritmos de Danzón y Salsa.

60'' CHISPAGO.

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL.	HALLAZGO.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	29-JUL-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

ENTRA MUSICA SACRA Y FONDEA.

Un prestigioso teólogo alemán, Paul Imhof está convencido de haber hallado en la frontera egipcia-israelí, la montaña donde Moisés recibió de Dios los Diez Mandamientos.

Imhof y el arqueólogo italiano Emmanuel Anati, descubrieron en el lugar objetos del período 1250-1400 antes de Cristo, que permiten afirmar lo anterior. El hallazgo donde Moisés habló con Dios ha provocado una división entre expertos.

Durante la expedición encontraron dibujos rupestres, una gruta, un santuario con altar y un habitáculo para el sacerdote. Según los

30'' investigadores estos elementos corresponden a los escritos bíblicos sobre Moisés y al éxodo de los israelitas a través del desierto.

CHISPAGO.

Antes de concluir el programa les ofreceremos algunas opciones para salir de casa y tener un buen momento de entretenimiento.

ENTRA MUSICA Y FONDEA LA CARTELERA.

En cine le invitamos a que vea la película de Corazón de Dragón de Rob Cohen, la trama se desarrolla en el siglo X donde un caballero exterminador de dragones, se une con el último dragón para enfrentar a un violento y despótico rey.

sigue...

60''

SERIE
EL LADO-CULT

TEMA
MUSICA.

GENERO
REVISTA.

REDACTOR
RAFAEL H. A.

FECHA
17-AGOS-96.

DURACION
60 MIN.

LOCUTOR.

OPERADOR.

Hace unos días tuvimos la oportunidad de charlar con Jorge Avendaño sobre la música de la telenovela de La Antorcha Encendida, a continuación les presentamos la entrevista.
ENTRA ENTREVISTA, LA ANTORCHA ENCENDIDA.

30''

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
-------	------	--------	----------	-------	----------

PARA TRABAJAR LA ENTREVISTA DE LA ANTORCHA.
 REALIZAR PREGUNTAS E INSERTARLAS, DARLE
 FORMA COHERENTE.

¿Cómo ha sido tu trayectoria como músico?

Bueno estoy dedicado desde los 9 años...estudiando y preparándome.

¿Cuál fue la primera telenovela que musicalizaste?

Bueno la primera telenovela que musicalice...Es todo un proceso.

¿Cómo fue el proceso de la musicalización de la Antorcha?

Bueno, la novela transcurre...es un recurso utilizado en la ópera?

30''

¿Todos los temas, que son treinta, salen en la telenovela?

Todas están en la telenovela, es un orgullo para mí estar ahí _____ además lo más importante... Allende un Iturbide.

¿Cuánta gente participó?

Principalmente músicos de diferentes orquestas... unos noventa, cien músicos.

¿Cuál fue tu labor en éste proyecto?

Sí, o sea, nosotros...al final en gran estudio tu diriges.

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CULT.	NOTICIAS.	REVSITA.	RAFAEL H.A.	17-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

CHISPAZO.

Antes de concluir nuestro programa le presentamos lo más importante en noticias, que se hanido hasta el momento...

CHISPAZO.

El comandante Tacho, vocero del Ejército Zapatista, apuntó que según la delegación gubernamental que participa en el diálogo de paz para Chiapas no hay problemas graves en México ni en esa entidad. Agregó que se niega a reconocer que el país está viviendo una grave crisis y hace todo lo posible por olvidar que los indígenas chiapanecos tuvieron que levantarse en armas para hacerse oír.

CHISPAZO.

Increíble pero cierto. Fidel Velázquez, dirigente de la CTM, manifestó que ya no le interesa lo que sucede el próximo milenio, pues él ya no vivirá. Y ya en esas se atrevió a asegurar... Los trabajadores mexicanos ahora comen mejor que cualquiera de nosotros. Al preguntarle ¿Cómo qué? Por ejemplo, un plato de charalitos. ¡Mejor retírese Don Fidel a contar sus centenarios!

CHISPAZO.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
L LADO-CUL.	NOTICIAS.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	17-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Tim Padgett, corresponsal del semanario Newsweek, dio una conferencia en la Universidad de Wabash, Estados Unidos, a la que tituló "Confesiones de un corresponsal gringo: Salinas también me engaño".

LOCUTOR.

Entre las ideas principales de Padgett en la conferencia, destacan las siguientes: Salinas nos engaño haciéndonos pensar que había modernizado a México. Salinas cambió la imagen, pero no la sustancia del país.

LOCUTOR.

Carlos Salinas era un aliado de la oligarquía mexicana, y no estaba interesado en promover la democracia o la clase media. Uno de sus trucos favoritos era entregar agua o electricidad

30''

a los pobres como si fuera un regalo suyo, en lugar de los derechos que tenían los mexicanos. Finalmente, Tim Padgett, expresó que Salinas era tan vanidoso como un virrey español y un emperador azteca, y como era muy consciente de su corta estatura, a menudo llevaba zapatos de plataforma.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

¿Usted qué opina? Artículo publicado el 14 de agosto en La Jornada, titulado: Confesiones de un corresponsal.

OPERADOR.

CHISPAZO.

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
EL LADO-CUL	SALIDA.	REVISTA	RAFAEL H.A.	29-JUL- 96	60 MIN.

LOCUTOR.

Los esperamos el día de mañana en otra emisión más de El Lado-Culto de la Cultura, a partir de las 9:00 de la mañana.

LOCUTOR.

Se despiden de ustedes _____ y _____ que les desean un buen día.

OPERADOR

RÚBRICA DE SALIDA. Y continúan comerciales.

30''

60''

SERIE	TEMA	GENERO	ELABORADOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	RUBRICA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

RÚBRICA DE ENTRADA Y SALIDA DE ALUCINES.

ENTRA TEMA OGRE BATTLE, QUEEN II, TRACK 6,
SE MANTIENE ARRIBA 5 SEGUNDOS Y FONDEA.

LOCUTOR.

(EFECTO METÁLICO EN LA VOZ). Todo lo que esperabas saber de sexualidad, deportes, música, orientación vocacional y un espacio donde eches tus sueños huajiros...Lo tienes aquí, en Alucines Anencefálicos.

OPERADOR.

SUBE MÚSICA Y FONDEA.

LOCUTOR.

(CONTINUA LA VOZ METÁLICA). Alucines Anencefálicos no es un producto nocivo para la salud.

OPERADOR.

SUBE MÚSICA 5 SEGUNDOS Y DESAPARECE CON UN GOLPE SECO.

LOCUTORES.

30''

SALUDOS AD LIBITUM. Dar un pequeño avance del programa, dar fecha y la hora. Mandar a comerciales.

60''

TÍTULO	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	TITERES.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

Locutor.

ENTRA MÚSICA DE CIRCO Y FONDEA.

Descubrir el origen e historia de los títeres es entrar a un mundo mágico lleno de tradiciones, leyendas y culturas de los distintos pueblos de nuestro país y del mundo.

En un principio los títeres fueron sólo figuras planas que se usaban para el teatro de sombras, al paso del tiempo se convirtieron en muñecos movidos por hilos como ahora los conocemos.

Los títeres son reflejo de la cultura de cada pueblo, en la época prehispánica se utilizaron con fines ceremoniales y con el paso del tiempo se emplearon para divertir a chicos y grandes.

30''

SUBE MÚSICA Y FONDEA.

Si quieres saber más sobre los títeres te invitamos a que le echés un vistazo al libro *Piel de Papel, Manos de Palo*, de Sonia Iglesias y Guillermo Prisant; el texto es una publicación del Fonca y editorial Espasa Calpe Mexicana.

Para los primeros diez que se reporten y contesten la siguiente pregunta les obsequiaremos un ejemplar de *Piel de Papel, Manos de Palo*, y un pase doble para la obra de títeres *El Abuelo Juan*, que se presenta en el teatro Helénico los domingos a las 11:30 y 13:30 horas.

60''

Así que, quienes quieran ganarse el libro y el pase doble deben contestar la siguiente pregunta

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	ELABORADOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	TITERES.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

¿En qué época fueron utilizados los titeres con fines ceremoniales? (REPETIR PREGUNTA). Apurate y llama al 675-34-85 y 675-43-58. Que tengas mucha suerte. Regresamos después de comerciales. COMERCIALES Y REGRESAMOS CON MUSICA MODERNA.
TEMA: SWEETS FOR MY SWEETS, TRACK 5, DEL DISCO
TITULADO AWESOME DANCE.

30''

SIGUE...

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	MICK JAGER.	REVISTA.	RAFAEL H. A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Acabas de escuchar SWEETS FOR MY SWEETS, con C. J. Lewis.

LOCUTOR.

El vocalista de los Rolling Stones Mick Jager, intenta una nueva aventura como productor de cine. Jager está dispuesto a invertir alrededor de 300 millones de dólares en 13 proyectos cinematográficos.

LOCUTOR.

Para los cuales está dispuesto a contratar a Antonio Banderas, Jack Nickolson y Harrison Ford. Jager aclaró que sus películas estarán enfocadas a realizar filmes inteligentes, para una audiencia adulta y no comedias para los jóvenes.

OPERADOR.

30''

CHISPAZO.

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	ORIENTACION	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOSTO-98.	60 MIN.

LOCUTOR.

Actualmente la información relacionada con la orientación juvenil, en diferentes temas, es muy importante. Ante tal situación un grupo de jóvenes se han dedicado a esta tarea con un programa llamado Satélites S.O.S.

OPERADOR.

ENTRA NOTA DE RAFAEL HERNÁNDEZ, SATÉLITES.

OPERADOR.

DIRECTO A MÚSICA CON EL TEMA IN COMPAGNIA,
TRACK 5, DEL DISCO TUTTE STORIE, EROS RAMAZZOTTI.

30''

SIGUE...

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	ORIENTACION.	REVSITA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

NOTA PARA GRABAR.

A través de una buena educación se podrá mejorar la calidad de vida en la sociedad. Las nuevas generaciones conscientes de esto ofrecen una original forma para lograrlo, con Satélites S.O.S. Son muchos los problemas que existen por la poca información que hay sobre los distintos temas que interesan a la juventud.

Ante tal panorama un grupo de jóvenes expertos decidió emprender algo distinto para abordar temas como drogadicción, sexualidad, embarazo, alcoholismo, SIDA, reciclaje de basura, entre otros.

30'' La manera de presentarlos es a través de diferentes exposiciones llamadas satélites S.O.S., que organizan adolescentes de distintas edades, como lo expresa Francisco Rivera...

DESDE HACE MUCHO TIEMPO UN GRUPO DE JÓVENES... SITUACIONES DESAGRADABLES. (INSERT)

Asimismo, los Satélites S.O.S., son llevados a zonas rurales, ya que, en esos lugares no existe la difusión de estos temas.

Satélites S.O.S, cuenta con personal especializado y son una alternativa para la sociedad.

Para Alucines reportó Rafael Hernández.

60''

SIGUE...

OPERADOR.

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	ORIENTACION.	REVISTA.	RAFAEL H. A	7-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Para todos aquellos chavos que quieran saber más sobre Satélites Juveniles S.O.S, pueden llamar al 764-35-20.

LOCUTOR.

Así es amigos, es una buena oportunidad para conocer la visión de nosotros los jóvenes, sobre los temas que más nos preocupan.

Acabamos de escuchar a Eros Ramazzotti con la canción IN COMPAGNIA. Regresamos después de un corte comercial.

OPERADOR.

COMERCIALES, REGRESAMOS CON UN PUENTE MUSICAL.

30''

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	BRITPOP.	REVISTA	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

ENTRA MÚSICA DE PINK FLOYD, DISCO 1, TRACK 2,
SUBE Y FONDEA.

A mediados de los setenta, cuando el rock norteamericano vivía uno de sus peores momentos, de la Gran Bretaña arribó una bocanada de aire fresco que no sólo revitalizó la escena estadounidense sino la del mundo entero.

A casi treinta años de distancia en Inglaterra ha surgido una nueva ola de rock; pero con otras características como la de no trascender, ser localista; es decir no revasar las fronteras. Dicha corriente musical ha recibido el nombre de britpop. Pero ¿De qué demonios se trata?

Los grupos y solistas que conforman el britpop han reciclado, recrean y en ocasiones se fusilan los estilos y actitudes de la música del pasado. Por ejemplo, la influencia de los Beatles es latente en agrupaciones como Blur y Oasis; sobre esto podríamos enumerar muchos ejemplos.

CHISPAZO.

Podemos decir que el britpop es un movimiento que involucra diversas tendencias y estilos, cuyo común denominador es el reciclaje y actualización de las diversas corrientes que han conformado al rock inglés a lo largo del tiempo y que le han dado un sello muy particular.

CHISPAZO.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
UCINES.	MUSICA.	REVISTA.	RAFAEL H. A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

CHISPAZO.

Antes de concluir 1996 se espera el arribo a nuestro país del legendario grupo alemán Scorpions, según informes de su compañía disquera. Mientras llega ese momento, Scorpions iniciará en El Paso, Texas, una gira internacional para promover su nuevo material titulado Pure Instict. Durante junio y julio el conjunto, que liderea Klaus Meine, visitará Dallas, Phoenix, Las Vegas, San Francisco, Denver, entre otras ciudades. El tema Yuo And I es el título del sencillo de Pure Instict de Scorpions, que en pocas semanas se ha colocado entre las quince más escuchadas a nivel internacional.

30''

En agosto Scorpions continuará su viaje por Europa, y su gira internacional, posiblemente concluya en tierra Azteca antes de terminar 1996.

CHISPAZO.

Cristian Castro anunció en Lima, Perú, que dejará los temas de balada para incursionar en el género de Rock. Asimismo, dijo, que le agradaría filmar algunos videos musicales en la milenaria ciudad Inca de Machu Picchu.

Cristian participó en el VI Festival Internacional de la Cerveza, que tuvo lugar en la región de Cuzco, Perú. Anunció que para el próximo año tiene preparadas algunas sorpresas.

60''

CHISPAZO.

SIGUE.

SERIE
ALUCINES.

TEMA

GENERO
REVSITA.

REDACTOR
RAFAEL H.A.

FECHA
7-AGOS-96.

DURACION
60 MIN.

LOCUTOR.

Regresamos después de un mensaje comercial. Nuestros números telefónicos son: 754-35-20 y 754-40-36; donde esperamos tus sugerencias y comentarios para la elaboración de Alucines, recuerda que éste programa es tu espacio de expresión.

OPERADOR.

CHISPAGO. COMERCIALES.

30''

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
LUCINES	MUSICA.	REVSITA.	RAFAEL H. A.	7-AGOS-96.	60MIN.

LOCUTOR.

Con la orquesta Guayacán te sentirás como en un baile. El grupo colombiano está en México para ofrecer un par de conciertos en el Distrito Federal; además de promover su más reciente disco en el que rinde un homenaje a los grandes de la salsa.

LOCUTOR.

Alexis fundador del conjunto, comentó que tenía un año de no pisar tierra mexicana, debido a sus conciertos en Estados Unidos, que fueron más de 30.

30''

La orquesta Guayacán señaló que ellos hacen música para divertir a la gente, no intentan transmitir mensajes políticos. Simplemente buscan que la gente baile.

OPERADOR.

CHISPAZO.

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	EINSTEIN.	REVISTA	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Después de unos mensajes comerciales regresamos con ustedes para una sorpresa.

OPERADOR.

COMERCIALES. CHISPAGO.

LOCUTOR.

Albert Einstein siempre fue modesto y tímido, no era un niño prodigio; se le consideró lento, en una palabra tonto. Regularmente era castigado por sus profesores por no responder a las preguntas que se le planteaban.

LOCUTOR.

Pero la realidad era otra. Y es que él no podía contestar a algo sintomarse el debido tiempo para meditarlo con cuidado.

OPERADOR.

CHISPAGO.

LOCUTOR.

30''

De pocos hombres podemos aprender cosas, pero de Einstein hay mucho que rescatar.

LOCUTOR.

Lo rescatable es la honestidad, sencillez, humildad y la entrega que tuvo por la física; que fue su mundo y su razón de ser. Estas cualidades debemos cultivarlas día a día.

OPERADOR.

CHISPAGO.

LOCUTOR.

En muchos de los actos públicos en que participó Einstein, para recaudar donativos para los pobres se le llegó a cuestionar ¿Por qué colabora en este tipo de actos? A lo que contestaba: "Usted olvida que soy también humano. La humanidad es primero que la ciencia".

Locutor.

60''

Albert Einstein nació el 14 de marzo de 1879 en Alemania y murió en 1955.

OPERADOR.

CHISPAGO.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES	NOTICIAS.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Para las primeras cinco personas que contesten ¿En que año nació y murió Albert Einstein? Les obsequiaremos un pase doble para asistir a una de las presentaciones de la Orquesta Guayacán, en la Ciudad de México.

LOCUTOR.

Nuestros teléfonos son: el 675-34-85 y el 675-43-58. Antes de despedirnos les tenemos las siguientes noticias.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

La Unión Campesina Democrática advirtió que existen las condiciones de miseria e injusticia, para que en breve aparezca un movimiento armado en Oaxaca.

OPERADOR.

30''

CHISPAZO.

LOCUTOR.

En la Ciudad de México mueren cada mes, en promedio, cuatro menores a causa del maltrato familiar, informó José Ramón Fernández Cáceres director del Servicio Médico Forense. La mayoría de las muertes son provocadas de manera violenta.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

En deportes. El cruzasulino Carlos Hermosillo se encuentra a un gol de desplazar a Osvaldo Castro Pata Bendita, del segundo lugar de la tabla de goleadores en la historia del Fútbol mexicano. Hermosillo tendrá su oportunidad cuando la máquina enfrente a los Pumas de la Universidad.

OPERADOR.

60''

CHISPAZO.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
ALUCINES.	SALIDA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	7-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Nos vemos el día de mañana en uno más de los Alucines Anencefálicos. Esperamos tus comentarios y sugerencias para mejorar el programa.

LOCUTOR.

Se despiden de ustedes _____ y _____.

OPERADOR.

En la operación de controles nos acompañó _____.
ENTRA RÚBRICA DE DESPEDIDA.

30''

60''

SERIE	TEMA	GENE.	REDACTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	RUBRICA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	07-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

LOCUTOR.

OPERADOR.

30''

RUBRICA DE ENTRADA Y SALIDA DE RADIOLIBROLOGIA.

EFFECTO DE CAMPANA DE LA BASURA.

¡ARRREEE MULAS!

ENTRA TEMA DEL LLANERO SOLITARIO.

No es el Llanero solitario ni su inseparable amigo Toro es... Don bibliofilo.

SUBE MUSICA Y FONDEA.

(GRITON). Libros que comprar, libros que remendar, ilusiones que animar, lugares a donde viajar...

SUBE MUSICA Y FONDEA.

Todo esto y más lo encontrarás solamente en Radiolibrología.

EFFECTO DE UNA ESCOPETA QUE SE DISPARA Y LA

MUSICA DESAPARECE.

60''

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
DIOLIBRO-	JACARA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	07-AGOS-96.	60 MIN.

OPERADOR.

ENTRA LA CANCION DE LA VECINDAD DE CHAVA FLORES
Y FONDEA.

LOCUTOR.

SALUDOS AD LIBITUM.

LOCUTOR.

Hay quienes piensan que los libros son aburridos e inutiles. Pero eso lo piensan por que nunca los han leído con detenimiento o simplemente no les han enseñado lo divertido que son.

LOCUTOR.

Después del siguiente tema musical comenzamos, deje a un lado la seriedad y venga con nosotros ha aprender que divertido es entrar a la onda de los libros.

OPERADOR.

ENTRA TEMA DEL FUTBOL DE LA SONORA SANTANERA,
DESPUES COMERCIALES Y REGRESAMOS CON LOS
LOCUTORES.

30''

LOCUTOR.

Acabamos de escuchar a la Sonora Santanera con el futbol. Quien no recuerda en las tocadas del barrio, cuando bailabamos al son de la Santanera. Los chavos y chavas de las vecindades le sacaban brillo al piso cuando se organizaban las tardeadas los fines de semana.

LOCUTOR.

Ya que tocas ése tema. Hoy hablaremos de un libro que se llama Jácara de Marconi Osorio. Una Jácara es un romance o hecho cotidiano relatado de manera airada y picaresca. Así que en la narración de la siguiente Jácara el protagonista puede ser usted o yo...acompañenos.

OPERADOR.

60''

ENTRA EFECTO DE BULLICIO DE GENTE Y SE MEZCLA CON
LA CANCION EL CIRCO DE MALDITA VECINDAD Y FONDEA.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	JACARA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	07-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Los domingos las calles del barrio se convierten en canchas de futbol. Todo lo que se requiere es una pelota de hule, los chavos de la cuadra y dos porterías improvisadas con piedras o tabiques. Muchas veces el balón es lanzado intencionalmente contra los autos que circulan por el lugar, lo que provoca un estruendoso ruido con la lámina del carro. Los jugadores se burlan del chofer e inclusive lo miran retadoramente, y les gustaría pasar de futbolistas a boxeadores.

LOCUTOR.

EFFECTO DE LAMINA QUE ES GOLPEADA.

OPERADOR.

CHOFER.

¡Orales, desgraciados haber sise fijan!

CHAVO.

30''

Méndigo viejo, sino quieres que te maltraten tu carcacha, guardala abajo de tu cama.

OPERADOR.

SUBE EFFECTO DE BULLA DE GENTE Y FONDEA.

LOCUTOR.

Los jugadores parecen hipnotizados por la pelota y no se dan cuenta de la llegada de dos julias por cada extremo de la cuadra.

OPERADOR.

EFFECTO DE DERRAPE DE AUTO Y SIRENA DE PATRULLA LA CUAL FONDEA, JUNTO CON LOS GRITOS DE LA GENTE.

CHAVO.

¡AGUAS MIS VALEDORES YA NOS CALLO LA CHOTA!

LOCUTOR.

Los chavos pegan la carrera al ver venir a los tamarindos, muchos de los futbolistas entran barriéndose por las puertas de las vecindades cercanas, valiéndoles a quién se llevan entre las espuelas. Al tiempo que las mujeres salen para salvar a sus cachorros.

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REFRACTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	JACARA.	REVISTA.	RAFAEL H.A.	07-AGOS-96	60MIN.

MUJER. ¡Petrita, corrale que se llevan al Chicho los tecolotes!

PETRITA. Desgraciados cuicos suélten a mi Chicho, él no es ratero para que se lo lleven.

MUJER. Agarren rateros. ¡Hijos de la chinaca popular;

CHAVO. ¡Ya se treparon también al plátano!

PETRITA. ¡Virgen santísima!

OPERADOR. EFEECTO DE CARRO QUE SE ALEJA Y EL SONIDO DE LAS SIRENAS SE PIERDE POCO A POCO. RETORNA EL EFEECTO DE AUTOMOVIL EN MARCHA Y PASA A SEGUNDO PLANO.

LOCUTOR. Ya de camino a la Dele, viene el primer llamado de los polis para que los chavos le caigan con la lana.

POLI. 30'' Orale mendigos mugrosos, los que no quieran ir a la jaula caireles con su billetote.

LOCUTOR. Algunos corren con suerte y completan para la mordida, pero los otros no corren con la misma suerte.

Ya en el tambo los meten a donde están todos los mafiosos, y a los recién llegados se los quieren agarrar de sus puerquitos...

OPERADOR. EFEECTO DE QUE SE ABRE Y CIERRA PUERTA METALICA.

RATERO. Que onda esos pinches escuincles, mochense con la lana.

CHAVO. No me digas, güey, si tuviéramos marmaja no estaríamos aquí.

LOCUTOR. 60'' El celador se dá cuenta de que se pueden armar los cocolazos y golpea la galera para llamarles

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	LOCUTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	JACARA.	REVISTA.	RAFAEL H. A.	07-AGOS-96	60 MIN.

POLI.
OPERADOR.
LOCUTOR.

OPERADOR.
LOCUTOR.

POLI.

OPERADOR. 1
CHAVO.

OPERADOR.

LOCUTOR.

la atención.

¡Quietos cabrones o les damos su calentadita!
SE ESCUCHA EL BULLICIO DE LA CARCEL.

En las paredes de la celda colectiva se pueden leer un sin número de mensajes...

EFECTO DE ECO.

"EN ESTE LUGAR MALDITO
DONDE REINA LA TRISTEZA,
NO SE CASTIGA EL DELITO,
SE CASTIGA LA POBREZA."

(EN VOZ ALTA) Ese Carlos González. A la reja con todo y chivas.

SE ESCUCHA RUIDO DE PASOS Y MUCHAS VOCES Y FONDEA.

(EN TONO ASUSTADO). Oye carnal, dile a mis jefecitos que si no me sacan de la cárcel rápido, estos perros me ponen en toda la mía.

ENTRA LA CANCION LAS REJAS NO MATAN DE JAVIER SOLIS, 20 SEGUNDOS Y FONDEA. DESPUES SE SIGUE HASTA QUE TERMINA, SE PRESENTAN COMERCIALES Y REGRESAMOS CON LOS LOCUTORES.

La Julia, extraído del libro Jácara de Marconi Osorio, editorial desconocida.

60''

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	JACARA.	REVISTA.	RAFAEL H. A.	07-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Jácara es un libro que habla de sexo, erotismo, amor, política y corrupción; entre otros muchos temas. Marconi Osorio nos transporta a conocer el modo de vivir de los mexicanos.

LOCUTOR.

Es un libro que de inmediato llevará al lector a recordar sus propias jácaras, es decir, a recordar sus propias experiencias; inclusive se identificará con las jácaras que aquí se le presentan.

OPERADOR.

CHISPAGO.

LOCUTOR.

Jácara es un libro escrito por Marconi Osorio y editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

LOCUTOR.

30''

A continuación les tenemos algunas recomendaciones de libros, que los llevarán a conocer personajes ficticios o reales. Recuerda que la vida es una novela.

OPERADOR.

CHISPAGO.

LOCUTOR.

Para Oír Cantar a los Pájaros de Carlos Eduardo de Almagro, es un relato que lleva al lector paso a paso la recuperación de un alcohólico, y le muestra las causas que propiciaron que nuestro personaje bebiera sin control.

LOCUTOR.

Para Oír Cantar a los Pájaros, es un libro escrito en un estilo directo y sencillo, sobre un tema considerado por la sociedad como secreto y vergonzoso.

60''

SIGUE....

SERIE	TEMA	GENERO	RELATOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	LIBROS.	REVISTA.	RAFAEL H. A.	07-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

Para Oír Cantar a los Pájaros de Carlos Eduardo de Almagro, es una publicación de Editorial Diana, que a lo largo de sus 176 páginas muestra lo terrible y devastador que puede ser el alcoholismo en el individuo.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

Hay ausencias que con el paso del tiempo se olvidan en el pasado, se pierden en el archivo muerto de la historia. Pero también hay ausencias que se encuentran presentes en nuestras vidas, que convivimos diariamente con ellas.

LOCUTOR.

30''

Todas estas ausencias las ha atrapado José Woldenberg en su primera novela que lleva por nombre Las Ausencias Presentes. En donde un anciano judío y una joven entrevistadora, van encontrando el sentido de las verdades, presentes y ausentes, ahí donde menos las buscaron.

LOCUTOR.

Las Ausencias Presentes es una narración de las experiencias de un inmigrante judío, que llega a México para trasladarse a los Estados Unidos en busca de trabajo. El Ruso, como lo conocen, queda fascinado con nuestro México y decide mejor radicar aquí.

LOCUTOR.

Las Ausencias presentes del escritor José Woldenberg, es una publicación de Cal y Arena.

OPERADOR.

CHISPAZO.

60''

ENTRA TEMA MUSICAL SOBRE LOS BRASEROS. ...
COMERCIALES Y REGRESAMOS CON LOS LOCUTORES.

SIGUE...

SERIE	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	NOTICIAS.	REVISTA.	RAFAEL H. A	07-AGOS-96.	60 min.

LOCUTOR.

El Instituto Nacional de Neurología, Manuel Velasco Suarez, informó que alrededor de un millón de mexicanos padecen algún tipo de epilepsia, y que sólo se cuenta en el país con 460 neurólogos capacitados para atender ese padecimiento.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

El precio de los libros de texto para secundaria se incrementará en un 30 por ciento, informó el presidente de la Cámara de la Industria Editorial, Jorge Velasco.

LOCUTOR.

30''

Agregó que la industria editorial vive una economía de guerra, ya que enfrenta graves problemas como la baja demanda y la fotocopia de libros.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

El astro del futbol argentino Diego Armando Maradona, aún no ha ingresado a la clínica suiza Le Praire, para tratarse su problema de adicción a las drogas, la causa, la saturación de enfermos en el hospital; por lo que tendrá que esperar por lo menos diez días para iniciar su tratamiento.

OPERADOR.

CHISPAZO.

LOCUTOR.

60''

Esto fue todo por hoy en su programa de radiolibrología, los esperamos en la próxima emisión a la misma hora.

SIGUE...

TITULO	TEMA	GENERO	REDACTOR	FECHA	DURACION
RADIOLIBRO-	SALIDA	REVISTA.	RAFAEL H.A.	07-AGOS-96.	60 MIN.

LOCUTOR.

OPERADOR.

Nos acompañó en los controles técnicos _____
 _____ . Se despiden de ustedes
 sus amigos _____ y _____
 ENTRA RUBRICA DE SALIDA Y DESPUES COMERCIALES.

30''

60''

CONCLUSIONES.

Es necesario preparar locutores dentro de la carrera de periodismo, para que ocupen el campo que les corresponde en la radio, ya que, existen personas ante el micrófono con estudios diferentes y esto provoca en ocasiones que la radio carezca de objetividad.

A lo largo de la historia de la radio en México se ha visto la intervención del Estado para con éste medio de comunicación. Es necesario que las radiodifusoras que se encuentran bajo su protección, busquen nuevas formas para sobrevivir (comercialización) sin perder su esencia, de lo contrario están destinadas a la extinción.

Otro factor importante y parte fundamental para que la radio cumpla con su compromiso social, es la consideración del público radioescucha en cuanto a sus gustos; y lo que en realidad podamos aportar para mejorar estos últimos y su desarrollo como individuo. Podemos afirmar que lo anterior es posible, el capítulo tres lo demuestra, siempre y cuando no rompamos con el ciclo comunicativo con la audiencia, retroalimentarnos con sus opiniones.

Cabe destacar que el trabajo de producción y guionismo, es indispensable para lograr un cambio de gustos en la sociedad. La producción debe realizarse pensando para quien va dirigida; asimismo el guionismo que es la columna vertebral de todo programa.

Por ello, en la producción y guionismo debe existir una mayor profesionalización.

Finalmente, es necesario acabar con el amiguismo dentro de las radiodifusoras. Y dar oportunidad a las nuevas generaciones, para que apliquen sus conocimientos y aportaciones para el desarrollo y beneficio de la radiodifusión mexicana.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

DENIS McQUAIL. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, ED: PAIDÓS COMUNICACIÓN, BARCELONA, ESPAÑA, 1983. PÁG: 452.

JOSEPH T. KLAPPER. EFFECTOS DE LAS COMUNICACIONES DE MASAS, TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL: JOSÉ AUREÑO ALVAREZ RAMÓN, ED: AGUILAR, ESPAÑA, 1974. PÁG: 266.

KAPLÚN MARIO. PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO, ED: CIESPAL, QUITO, 1979. PÁG: 180

KATZ. CHAIN SAMUEL. E. T. T., AL. DICCIONARIO BÁSICO DE COMUNICACIÓN, ED: NUEVA IMAGEN, MÉXICO, 1980, PÁG: 149.

MORAGAS SPA. MIGUEL DE. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN ANTOLOGÍA EN COMUNICACIÓN, UNAM, ENEP ACATLÁN, MÉXICO, PÁG: 62.

OTRAS FUENTES.

CRONOGRAFÍA DE LA RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO, RADIO EDUCACIÓN, MÉXICO 1983, (COPIACIÓN DE INFORMACIÓN SIN NÚMERO PROGRESIVO DE PÁGINAS).

DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN DE RADIO EDUCACIÓN (ESTUDIOS DEL RECEPTOR), PERÍODO 1991-1993.

DICCIONARIO DE LA REAL LENGUA ESPAÑOLA, ED: PORRÚA, MÉXICO, 1983.

ENCICLOPEDIA ESPASA, DICCIONARIO BÁSICO DE COMUNICACIÓN, ED: NUEVA IMAGEN, MÉXICO, 1980, PÁG: 450.

FOLLETO DE N.R.M., HOY, SEPTIEMBRE DE 1995, AÑO:1, NÚMERO: 1.

FOLLETO DE N.R.M., OCTUBRE DE 1995, AÑO: 1, NÚMERO: 2.

FOLLETO DE N.R.M., TRADICIÓN DE EXCELENCIA EN RADIO, SIN AÑO DE PUBLICACIÓN, PÁG: 4.

GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS, NÚCLEO RADIO MIL, HISTORIA DE MI VIDA, PÁG: 4.

INFORMACIÓN GENERAL DE RADIO EDUCACIÓN, TOMO: 9, RADIO EDUCACIÓN, RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN, PÁG: 30.

INFORMACIÓN SOBRE RADIO EDUCACIÓN, LIBRETA: 1, RADIO EDUCACIÓN, RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN, PÁG: 200.

INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE NÚCLEO RADIO MIL.

PRIMER INFORME DE GOBIERNO DEL PRESIDENTE PLUTARCO ELÍAS CALLES. (INFORMACIÓN DE RADIO EDUCACIÓN).

ENTREVISTAS.

ENTREVISTA REALIZADA A PEPE GONZÁLEZ MÁRQUEZ, EN LAS INSTALACIONES DE RADIO EDUCACIÓN; EL DÍA 17 DE ABRIL DE 1996, CON UNA DURACIÓN DE 10 MINUTOS.

ENTREVISTA EFECTUADA A EMILIO EBERGENYI, EN LAS INSTALACIONES DE RADIO EDUCACIÓN; EL DÍA 17 DE ABRIL DE 1996, CON UNA DURACIÓN DE 14 MINUTOS.

ENTREVISTA APLICADA A FERNANDA TAPIA, EN LA CABINA DE LA SABROCITA, EL DÍA 20 DE ABRIL DE 1996, CON UNA DURACIÓN DE 11 MINUTOS.

ENTREVISTA EFECTUADA A MARÍA VICTORIA LLAMAS, PUBLICADA EN LA SECCIÓN CULTURAL DE EL NACIONAL, EL LUNES 15 DE ENERO DE 1996.