



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLÁN"



PROPUESTA DE LINEAMIENTOS PARA LA PRODUCCION DE PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS EN ORGANIZACIÓN RADIO FÓRMULA

MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A:

GABRIELA DE LOS ANGELES PÉREZ CASAS

ASESOR: LIC. EDITH A. MARTÍNEZ CHAVEZ



28/217



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.

Finalmente he terminado mi trabajo de investigación, a este sueño le he dedicado horas, días, semanas, meses. Para llegar a esta meta les he robado horas a mi familia, mi pareja, mi trabajo y mis amigos.

Lo que comenzó como una obligación acabó siendo un sueño al que no sólo le dediqué esfuerzo e investigación, sino todo mi corazón, por lo que no puedo negar que finalizar me produce un poco de nostalgia y me deja un pequeño vacío.

Sin embargo, este trabajo no me pertenece, es de ustedes que de una u otra manera han tocado mi vida, mi mente y mi alma.

Dios gracias por permitirme vivir en tu gran universo, gracias por darme el entendimiento y el libre albedrío.

A mis padres Jesús y Graciela a quienes amo profundamente, quienes han sido los pilares de mi vida, gracias por inculcarme valores, fe, amor por la vida, ustedes siempre han confiado en mí y eso es el impulso más importante para llegar a cualquier meta, gracias por enseñarme lo valiosa que es la educación y por luchar para hacer de mí una mujer con todo lo que esto implica. ¿Qué más les puedo decir a ustedes que son mi todo?.

A mi querida Mamá Chela en donde quiera que estés. Tu me enseñaste a creer en mí, tu viste en mí cualidades que yo no sabía que poseía, tu fuiste gran ejemplo en mi vida y me diste la fuerza y el coraje que muchas veces necesite. Siempre serás mi ángel.

A mi esposo Abel por estar conmigo desde el inicio de este proyecto, gracias por tu apoyo, tu amor y tu ejemplo de lucha y trabajo. Perdón por todo ese tiempo que como pareja no te dediqué por dárselo a este trabajo.

A mis hermanos Enrique y Ricardo porque sé que siempre están conmigo y sé también cuanto me quieren. Los adoro.

A mi Emmanuel por ser el sol.

A Radio Fórmula que más que mi lugar de trabajo ha sido el testigo de diez años de mi evolución como persona. En especial gracias a Don Gabriel Nuñez quien me ha apoyado desde el primer día en que llegué a esta compañía en la que he conocido personas tan increíbles y de las que he aprendido tanto y en donde

también he encontrado grandes amigos como mis adoradas Lau y Mapy.

A mis queridas Gaby, Ale, Clau, Bety, Geno, Angie, Vero, y Vicky con quienes tuve el privilegio de compartir esos años de formación universitaria, una época muy especial para mí en muchos sentidos en la que viví con ustedes mucho más que lo académico. Gracias porque seguimos siendo amigas.

Finalmente todo mi agradecimiento para mis asesoras Griselda Aguilar y Edith Martínez quienes me guiaron para que este proyecto cobrara vida y se convirtiera en realidad.

Con amor Gaby

ÍNDICE

PÁG.

El triunfo de la radio.....	I
Introducción.....	V
I. El Contexto.....	1
A. Características de Radio Fórmula.....	1
1. Historia de Radio Fórmula.....	1
2. Datos y alcances de Radio Fórmula.....	7
3. Filosofía y objetivos de Radio Fórmula.....	9
4. Organización de la empresa.....	11
B. Características de los programas de espectáculos.....	14
1. El surgimiento de los programas de espectáculos de la radio en México.....	14
2. La aparición de los programas de espectáculos en Radio Fórmula.....	16
3. Características de los programas de espectáculos en Radio Fórmula.....	20
a) Todo para la mujer.....	21
b) Dimes y diretes.....	23
c) Hablar por hablar.....	25
C. Perfil de la actividad profesional.....	27
1. Ubicación del productor de programas de espectáculos en Radio Fórmula.....	27
2. Elementos para la producción de un programa de espectáculos.....	29
a) Recursos técnicos.....	29
b) Elementos musicales.....	31
II. El diagnóstico.....	37
A. Problemas en la producción de programas de espectáculos..	37
1. Problemas a nivel estructural.....	38
2. Problemas a nivel coyuntural.....	41
B. Selección de la muestra.....	43
1. La muestra de productores.....	43
2. La muestra de conductores.....	44
3. La muestra de radioescuchas.....	44

C. Técnicas a emplear.....	45
1. La entrevista.....	45
2. El cuestionario.....	46
D. La elaboración de los instrumentos.....	47
1. Tablas de especificaciones.....	47
2. La elaboración de entrevistas a conductores.....	48
3. La elaboración de entrevistas a productores.....	51
4. La elaboración del cuestionario para los radioescuchas....	55
E. Aplicación de las entrevistas y los cuestionarios.....	58
F. Vaciado de datos y preinterpretación de los resultados.....	58
1. Vaciado de datos de las entrevistas a productores y preinterpretación.....	59
2. Vaciado de datos de las entrevistas a conductores y preinterpretación.....	72
3. Vaciado de datos de los cuestionarios aplicados a los radioescuchas y preinterpretación.....	79
III. Lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula.....	85
A. Los problemas en la producción de los programas de espectáculos.....	86
1. Los problemas en la práctica profesional.....	86
2. Los problemas a nivel institucional.....	89
B. Justificación.....	92
C. Sugerencias para la actividad profesional.....	99
1. Sugerencias a corto plazo.....	99
2. Sugerencias a mediano plazo.....	102
3. Sugerencias a largo plazo.....	106
D. Sugerencias a nivel institucional.....	108
1. Sugerencias a corto plazo.....	108
3. Sugerencias a mediano plazo.....	109
4. Sugerencias a largo plazo.....	111
E. Recomendaciones para la práctica profesional.....	112
1. Recomendaciones a corto plazo.....	112
2. Recomendaciones a mediano plazo.....	113
F. Recomendaciones para la institución.....	116
1. Recomendaciones a corto plazo.....	116

2. Recomendaciones a mediano plazo.....	118
3. Recomendaciones a largo plazo.....	120
G. Conclusión.....	123
IV. Consideraciones finales.....	128
A. Evaluación de la formación profesional.....	128
B. Evaluación de las condiciones de la formación profesional.....	131
C. Posibilidades de la formación profesional.....	135
D. Reflexiones en torno a la formación profesional.....	137
E. Reflexiones en torno a como la práctica profesional puede apoyar a la formación profesional.....	140
F. La importancia de la memoria de desempeño profesional como opción de titulación.....	141
G. Reflexión acerca de la importancia de la comunicación...	143
CONCLUSIONES.....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	153
ANEXOS.....	156

EL TRIUNFO DE LA RADIO

Eran los años 30's, Emilio Azcárraga Vidaurreta era tan especial y tenía tan bien planeado el asunto de la radio en la mente que se preocupó mucho por la gente y no por el dinero que iba a ganar.

En la XEW se escuchaban varios programas dirigidos para la familia.

La estación abría a las nueve de la mañana, con "El reloj musical" éste era un noticiero en el que estaba prohibido hablar de asesinatos y robos -todo de lo que actualmente se abusa- porque Don Emilio pensaba que el señor que se estaba afeitando para ir a trabajar, no debería salir de su casa con los nervios de punta, únicamente se escuchaban noticias agradables.

Después de este noticiero comenzaba un programa dirigido para las amas de casa se llamaba "El Club de la escoba y el plumero", "A barrer la tristeza y sacudir el mal humor" era su slogan y su escudo una escoba y un plumero cruzados, este programa era conducido por Don Luis Cáceres quién entonces tendría unos veinte años, él además de fungir como locutor, cambiaba los discos organizaba concursos para las señoras y les regalaba productos.

En un principio "El club de la escoba y el plumero" obsequiaba café, frijoles, leche, té, y medias pero tres años después rifaron su primera casa, ésta se encontraba ubicada en la colonia Industrial, una de las zonas que estaban de moda hace más de sesenta años.

Después de este programa, entraba al aire Don Pedro de Lille con su "Hora Azul", "se descorren las cortinas del ensueño para recibir al trenecito de la frivolidad con las princesitas azules", esta emisión estaba principalmente dedicada a las jovencitas que salían de sus escuelas y a las sirvientas de las casas a quienes Don Pedro llamaba cariñosamente sus "princesitas azules".

La "Hora Azul" terminaba a las 7:00 p.m. para dar paso a la programación dedicada a los niños con "El Tío Polito" y las canciones de "Cri-Cri".

A las 10:00 de la noche se escuchaba la hora íntima de Agustín Lara, después había un paréntesis musical en el que por 15 minutos se escuchaba poesía leída por Manuel Bernal, y la programación de la XEW terminaba a las 12 de la noche con un control remoto desde alguno de los cabarets de moda en esos años.

Para Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, lo más importante era reunir a la familia alrededor de su aparato de radio, sin embargo la programación poco a poco se comenzó a vender y fue entonces cuando cada patrocinador metió lo que quiso en cada uno de sus programas, incluso las típicas campanas que identificaban a la XEW tenían patrocinador, mientras sonaban se anunciaba Coca-Cola.

Hubo dos programas en los que Don Emilio se negó a que se les metiera patrocinio y éstos fueron "El tío Polito" y "Cri-Cri".

El señor Azcárraga les decía a sus vendedores que "a sus niños no se les anunciaba ninguna porquería", si querían comercializar ese espacio tenían que quitar los programas infantiles, y así sucedió, el programa de "El Tío Polito" desapareció y el de "Cri-Cri" finalmente fue vendido a la Lotería Nacional.

Pero, ¿cómo se dio el auge de la radio en México?.

Al inicio de la XEW los dos primeros vendedores de tiempos comerciales fueron Don Emilio Azcárraga y el vicepresidente de la compañía, Don Enrique Comtel, uno de ellos se paraba en San Juan de Letran y 5 de Mayo y el otro en San Juan de Letran y 16 de septiembre e iban recorriendo todos los comercios ofreciendo los patrocinios hasta que un día se preguntaron: ¿Qué estamos haciendo?, ¿Qué estamos vendiendo?, ¡Estamos robando a los clientes! , ¿Quién nos oye?.

En esos años existían dos marcas de radios, los "Majestic" y los "Punto azul" que venían de Suecia así como de Estados Unidos, éstos eran muy caros, así es que Don Emilio y Don Enrique

decidieron fabricar radios pues se dieron cuenta que no podrían vender sus tiempos comerciales ya que muy pocas personas tenían acceso a los radios.

Decidieron fabricar un radio de nombre “La Radiola 33” (era el año de 1933), ésta estaba armada con una caja de metal cuatro patas y cinco bulbos, se escuchaba estupendamente y costaba sólo 120 pesos, así es que se vendió como pan caliente y las otras marcas se vieron obligados a bajar los precios de sus aparatos pues ahora si, tenían competencia, fue entonces cuando Don Emilio Azcárraga y Don Enrique Comtel se dieron a la tarea de vender sus programas a los posibles patrocinadores pues todo México los escuchaba.

Pero, ¿Cuál es el triunfo de la radio actualmente?, sin lugar a duda, **los transistores**, se acabaron los bulbos y llegaron los transistores y gracias a esto el albañil que pega ladrillos tiene su radio colgado de un clavito, el repartidor que viaja en bicicleta lleva su radio en un manubrio, y en las casas hay uno en el baño, otro en la cocina así como uno en cada recámara.

Por esto la publicidad más efectiva que hay en la actualidad se hace a través de la radio, y no es que resulte más barata, sino que es de mayor productividad para el comerciante y sigue creciendo, “¿O no es cierto?, ¿O nada más lo digo yo porque estoy viejito?, ¡Porqué yo si lo he vivido!, Imagínese 66 años como locutor comencé a los 18 y ya cumplí 84 y aquí estoy para grabar mi editorial en Radio Fórmula, ¿Hasta cuándo?....¿Quién sabe?”.

Entrevista realizada a Don Luis Cáceres
Decano de la radio
el 25 de septiembre de 1998.

Introducción

INTRODUCCIÓN

Una de las capacidades más naturales que el ser humano posee es la de comunicar, desde antes de aprender a hablar, el bebé se comunica con su madre mediante un código de llanto, movimientos y sonrisas que su madre identifica, la comunicación es parte de nuestras habilidades y gracias a la cual logramos interrelacionarnos con otros seres de nuestra misma o de otras especies.

El hombre ha desarrollado tecnologías mediante las que ha logrado que la comunicación sea más eficaz y llegue de casi de manera instantánea a un mayor número de personas no importando la distancia a la que se encuentren.

Así, surgen los medios de comunicación masivos como son la radio, la televisión y los medios impresos.

En este trabajo de investigación queremos hablar específicamente de la radio ya que éste es un medio que en los últimos 60 años ha tomado un auge impresionante.

Las primeras estaciones de radio comerciales en México, surgen en los años 30's, en ese entonces el espacio radial se inundó de programas musicales, horas del aficionado, radionovelas, programas de concurso, transmisiones de béisbol, toros y espectáculos, así como noticiarios y programas de revista que contenían secciones de ciencia, política, finanzas, arte, música, noticias y entrevistas entre otros temas.

Desde la aparición de la radio comercial la vida de los famosos ha sido tema recurrente, sin embargo, con el desarrollo de la industria cinematográfica y las carpas, comenzaron a surgir las primeras figuras del espectáculo que con su glamour acapararon la atención de la gente.

Hoy en día la programación radiofónica es cada vez más segmentada y orientada hacia cierto tipo de audiencia; es así como surgen las emisiones especializadas en finanzas, deportes, medicina, política,

belleza, espectáculo y tantas variedades como tipos de público pueden existir.

El 16 de octubre de 1989 nace el programa "Todo para la mujer" conducido por Maxine Woodside, este programa desde sus inicios se dedicó a comentar el acontecer del mundo del espectáculo, si bien no es el primero de este género que aparece, si es él que ha marcado la pauta para un nuevo estilo de comentar el acontecer de la farándula y ha impuesto la moda de este tipo de emisiones que ahora se transmiten tanto en radio como en televisión.

"Todo para la mujer" con su peculiar forma de criticar y comentar las noticias del espectáculo lleva nueve años al aire y ha sido escuela de la que han surgido una infinidad de programas de la farándula inclusive dentro de la misma compañía en la que se transmite: Radio Fórmula.

Estos hechos nos llevan a preguntarnos sí la manera en que actualmente se realiza la producción de emisiones de espectáculos en la empresa en la que laboramos es la óptima, o es susceptible de ser mejorada en su calidad, contenidos y mecánicas de trabajo, aportando un beneficio a la radiodifusora y al público.

Es por ésto que queremos dedicar esta investigación a la producción de los programas de espectáculos de Organización Radio Fórmula.

El objetivo general de este trabajo es elaborar lineamientos para la producción de programas de espectáculos de Radio Fórmula, a partir del análisis de la producción de "Dimes y Diretes", "Hablar por hablar" y "Todo para la mujer".

Para efectos de esta memoria de desempeño profesional, entendemos por "elaborar lineamientos" a sugerir y recomendar estrategias y/o acciones a seguir para mejorar la producción de programas de espectáculos, las cuales se harán en dos niveles: para el ámbito institucional y para la práctica profesional.

El primer capítulo de esta investigación se dedica a hacer una contextualización que permita al lector ubicar a la empresa en la que

laboramos, así como las características de nuestra práctica profesional que es la producción de programas de espectáculos.

Como primer punto del capítulo se expone la historia de Organización Radio Fórmula, sin embargo dado que en la compañía no existe material escrito al respecto, fue necesario realizar entrevistas con algunas de las personas que formaron parte de los inicios de esta empresa a fin de obtener los datos que requeríamos.

Los entrevistados que aportaron su experiencia a esta parte de la contextualización fueron Guillermo Jiménez, locutor de Radio Fórmula desde hace 27 años y Adán Montes de Oca, operador de la empresa a partir de 1971.

Posteriormente, se presentan los datos y alcances de la compañía. En este apartado se habla de cuantas son las estaciones que opera Radio Fórmula, las características de la programación que se transmite y como ha sido el crecimiento de la misma, en este punto se platicó con el vicepresidente de la compañía, El Licenciado Gabriel Nuñez García, quien nos permitió el acceso a algunos documentos de la empresa.

Enseguida se exponen la filosofía y los objetivos de Radio Fórmula aquí se habla de cual es el pensamiento y cuales los valores de esta empresa de radiodifusión, hacia dónde quiere llegar y de que manera pretende hacerlo.

Además se presenta la organización de la empresa, así como el organigrama de la misma, el objetivo de esto es que el lector comprenda la manera en que funciona la compañía, así como la ubicación de nuestra actividad profesional, la producción, dentro de la misma. Para obtener esta información, fue necesario entrevistar al gerente de recursos humanos de Radio Fórmula, el C.P. Guillermo Flores quién además nos proporcionó el organigrama de la empresa.

En el siguiente apartado de la contextualización, hacemos un pequeño relato de como surgieron los programas de espectáculos en México y de que manera se han desarrollado, aquí además de la consulta bibliográfica, contamos con la colaboración de uno de los

pioneros de la radio en nuestro país, el locutor Don Luis Cáceres, quien nos aportó su experiencia y conocimientos.

La aportación de Don Luis Cáceres Novelo, decano de los micrófonos nos pareció de vital importancia ya que a nuestro parecer el conocer parte de la historia de la radio no por medio de libros sino a partir de la narración de uno de los pioneros de este medio, aporta a esta investigación un punto de vista mucho más humano; sabemos que lo contado por Don Luis Cáceres, tal vez resulte subjetivo, pues representa tan sólo una parte de la historia de la radio en México, la que este gran locutor vivió, sin embargo, gracias a esta entrevista conocimos datos que estamos seguros ninguna fuente bibliográfica nos hubiera podido aportar.

Es por ésto que tomamos la decisión de no sólo incluir parte esta entrevista en el segmento correspondiente a la aparición de los programas de espectáculo de la radio en México, sino presentarla de manera íntegra al inicio de nuestro trabajo, ya que con ellos intentamos darle un toque personal a esta investigación en la que queremos reflejar nuestro amor por el medio radiofónico, mismo sentimiento que guardadas las proporciones refleja Don Luis Cáceres Novelo en cada una de sus palabras.

En el siguiente apartado del primer capítulo exponemos el desarrollo de los programas de espectáculos en Radio Fórmula así como las características de las emisiones "Todo para la mujer", "Dimes y Diretes" y "Hablar por hablar", esto, nuevamente fue posible gracias a la entrevista que nos concedió el locutor Guillermo Jiménez, así como los conductores Maxine Woodside y Alma Elena Quintana.

En el siguiente punto, se expone el perfil de los productores de espectáculos que laboran en la empresa, se habla de la ubicación de este profesional dentro de la compañía, así como una explicación de las actividades que realiza y los recursos con los que cuenta.

El segundo capítulo de este trabajo de memoria de desempeño profesional está dedicado al diagnóstico, en él se explican los problemas que mediante nuestra experiencia profesional detectamos

en la producción de programas de espectáculos de Radio Fórmula, estos los dividimos en estructurales, es decir que surgen desde el interior de la institución y coyunturales, que son aquellos que pueden ser resueltos mediante nuestra práctica profesional.

Como siguiente apartado, a fin de corroborar este diagnóstico personal, desecharlo o complementarlo, se explica cual es la muestra que se eligió para aplicar los instrumentos, es decir, las entrevistas y los cuestionarios, además se expone las razones por las que fueron elegidos para formar parte de esta investigación.

Una vez seleccionada la muestra, nuestro siguiente paso fue, determinar el tipo de técnica que aplicaríamos a cada unidad de la misma a fin de conseguir la mayor cantidad de información útil posible.

Ya determinada la muestra y las técnicas a emplear se procedió a elaborar los instrumentos sobre la base de tablas de especificaciones en las que a partir de determinar nuestro objeto de trabajo, las dimensiones y los indicadores obtuvimos como resultado las preguntas que dieron forma a las entrevistas en el caso de las muestras de productores y conductores, así como los cuestionarios para la muestra de los radioescuchas.

Una vez concluida la aplicación de las técnicas se vaciaron los datos que obtuvimos en matrices de doble entrada a fin de poder analizarlos tomando en cuenta tanto las coincidencias como las diferencias en las respuestas de cada uno de los entrevistados y así llegar a una preinterpretación de estos resultados para con ello cerrar nuestro segundo capítulo.

El tercer segmento de esta memoria de desempeño profesional está dedicado a sugerir lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula, lo cual es el objetivo central de este trabajo de investigación.

En la primera etapa de este capítulo se definen cuáles son los problemas que a través de esta investigación se encontraron tanto en

la práctica profesional como en el ámbito institucional en la producción de programas de espectáculos de la empresa.

Enseguida se justifica el porqué es importante resolver estos conflictos y cuáles serían las consecuencias de no tomar en cuenta el origen de los problemas.

En el siguiente punto se exponen las sugerencias y recomendaciones para la actividad profesional haciendo una clasificación de éstas según los plazos en los que es posible llevarlas a cabo. De igual manera se realizan recomendaciones y sugerencias en el corto, mediano y largo plazos para la institución.

El cierre de este capítulo se hace mediante una conclusión de los lineamientos que sugerimos para la producción de programas de espectáculos de Radio Fórmula.

Dado que es demasiada la información arrojada por las entrevistas y los cuestionarios que se aplicaron, las transcripciones de las mismas no forma parte del tercer capítulo, se encuentran al final del trabajo bajo el título de anexos, de ser necesario, ahí podrán ser consultados. El cuarto capítulo está dedicado a hacer un análisis de la relación que hay entre lo aprendido en la formación universitaria y nuestra actividad profesional, en él hacemos una evaluación de nuestra formación académica tomando en cuenta las asignaturas del plan de estudios vigente en los años que cursamos la carrera, así como la evaluación de las condiciones socioeconómicas que rigieron durante esta etapa.

Sin lugar a duda, el contar con una educación universitaria nos ha brindado muchas oportunidades laborales y nos ha abierto las puertas en incontables ocasiones, por ello en el capítulo final de este trabajo hacemos una reflexión en torno a las posibilidades que nos ha brindado la formación profesional.

Por otra parte consideramos importante que los egresados de las carreras hagamos una aportación en la que a partir de nuestra experiencia profesional analicemos la vigencia del plan de estudios de Periodismo y Comunicación Colectiva y hagamos sugerencias de

como se podría adaptar a las condiciones actuales de la práctica, en este capítulo, se toca ese punto.

De igual manera, dentro de este segmento del trabajo, hacemos una reflexión de cómo el egresado de Periodismo puede aportar su experiencia a fin de apoyar la formación de los nuevos estudiantes de la carrera.

Para finalizar nuestra memoria de desempeño profesional, hablamos de la importancia de esta opción de titulación, la cual elegimos ya que nos permitió vincular la experiencia adquirida en los años de actividad laboral en los medios de comunicación, con los planes y programas de estudio desarrollados durante nuestra formación escolar, así mismo, el hecho de elegir esta modalidad de titulación, permitió que el acceso a las fuentes de información requeridas, tanto personales como bibliográficas, resultara más sencillo.

Consideramos que nuestra investigación logro cumplir con todos los requisitos de la memoria de desempeño profesional que son: la contextualización, el diagnóstico o detección y descripción de los problemas, la propuesta de solución y las consideraciones finales en las que se hace un análisis de la formación académica.

En este último punto, las consideraciones final, hacemos además, una reflexión de la importancia de la comunicación, así como un análisis de los propósitos de los medios de comunicación y la manera en la que creemos que pueden aportar más a nuestro país.

Esperamos que este trabajo de investigación resulte de interés para el lector y cumpla con las funciones de ayudar a actualizar y mejorar los planes de estudio de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva a fin de que estén más estrechamente vinculados con lo que el estudiante enfrentará al llegar al ámbito profesional.

Así mismo, deseamos que Organización Radio Fórmula encuentre en este trabajo una propuesta útil para mejorar sus emisiones dedicadas a los espectáculos.

Capítulo I

El Contexto

I. EL CONTEXTO

Al adentrarnos en cualquier investigación, resulta necesario conocer primero las características de nuestro objeto de estudio, en este caso, el presente trabajo pretende sugerir lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula, por lo que nuestra primera necesidad es mostrar un contexto que nos permita conocer tanto a la institución a la que nos referimos como a la práctica profesional que en ella realizamos.

Este capítulo lo dedicaremos en primer lugar a conocer las características de Organización Radio Fórmula, enseguida, hablaremos de la historia de los programas de espectáculos en México, así como de las emisiones que se dedican a éste género en Radio Fórmula, y como tercer paso expondremos las funciones de un productor en ésta estación de radio.

A. Características de Radio Fórmula

Para entender el funcionamiento de una empresa, cualquiera que ésta sea, debemos de remitirnos a su historia; el surgimiento y desarrollo de la misma, en gran medida determinan su condición actual.

Otros factores que son determinantes dentro de las instituciones son: sus datos, alcances, filosofía, objetivos y organización, por lo que en este apartado nos remitiremos a explorar estas características en Organización Radio Fórmula.

1. Historia de Radio Fórmula

Radio Fórmula S. A., es la compañía que opera en el Valle de México a cinco radiodifusoras, dos de FM; 103.3 XERFR, 104.1 XEDF y tres en AM; XERFR 970, XEAI 1470 y XEDF 1500.

La historia de estas emisoras ha sido muy variada a lo largo del tiempo. Diferentes hombres de la radio fueron sus concesionarios

iniciales como Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, Don Emilio Azcárraga Milmo y Don Arsenio Tuero.

Aunque algunas de estas estaciones tienen su origen en los años treinta, su historia como parte de lo que hoy conforma Organización Radio Fórmula (ORF) se remonta a 1968, año en que Don Rogelio Azcárraga Madero* opera Organización Radiofónica Orfeon (Grupo ORO), integrado por seis estaciones de radio: XEB "La B grande de México" que transmitía música romántica en español, XERPM "Radio Juventud" con música juvenil en inglés, XEDF "La estación del Distrito Federal" en donde se escuchaba música de los artistas del momento como José José, Lupita D'Alessio, Juan Gabriel, así como Rock'n Roll con cantantes y grupos que integraban el elenco de Discos Orfeon, XERH "Radio Tricolor" que programaba música ranchera, XEMP "Radiorama" cuyo formato era de música instrumental y XESM "Radio Fiesta" con música tropical.

En 1974 hay cambios en el grupo y desaparece la XERH para convertirse en XEAI "La catedral de la música tropical" y la XESM que era tropical cambia su formato a música ranchera.

Posteriormente dos estaciones de FM se integran al grupo XEDF FM que transmitía música clásica y XERPM FM en la que se escuchaba jazz (JAZZ FM).

Las instalaciones de grupo ORO se encontraban en el centro de la ciudad de México en Río de la Loza 300 esquina con Cuauhtémoc, ocupaban dos pisos del edificio, sin embargo resultaba insuficiente para las ocho estaciones por lo que a finales de los 70's las emisoras de FM se trasladan a la Torre Latinoamericana.

A principios de los ochenta el gobierno interviene a tres de las emisoras por problemas fiscales: XEB, XERPM y XEMP, Rogelio Azcárraga pierde las estaciones pasando éstas al recién formado Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y con las cinco restantes crea Organización Radio Fórmula.

* Ver foto número 1 (Don Rogelio Azcárraga Madero, Manuel Camacho Solís, Gabriela Pérez Casas, Mauricio Hernández y Don Héctor Lechuga)



De 1981 a 1985 ORF se da a la tarea de formarse una imagen y la aceptación en el gusto del público, así XEDF "La estación del Distrito Federal" se convierte en "Radio Fantástica" con música juvenil en español, XESM "Radio Fiesta" cambia a "Radio Cañón" su programación era música Rock'n Roll en español, XEAI se mantuvo como "la catedral de la música tropical", JAZZ FM (XERPM FM) también conservo su formato y XEDF FM que transmitía música clásica cambio a KOSMOS 103, estación que tocaba música "disco" y "high energy".

En 1985, con el sismo del 19 de septiembre, Radio Fórmula sufre de un duro golpe al derrumbarse sus instalaciones de Río de la Loza, hay importantes pérdidas humanas así como materiales, y en consecuencia las estaciones salen del aire.

Según recuerda Guillermo Jiménez Rojas, locutor de ORF desde 1972, el sismo fue un parteaguas en la historia de la empresa, amigos y compañeros de trabajo murieron, entre ellos, Gustavo Armando "El Conde" Calderón y Sergio Roth, conductores del famoso programa "batas, pijamas y pantuflas" así como otros locutores, operadores y trabajadores, un total de nueve personas; otros más quedaron mal heridos entre ellos Gustavo Calderón hijo quién se desempeñaba como cronista deportivo, Fernando Howard productor de la empresa, Salvador Escobar que aún se desempeña como locutor de Radio Fórmula y Pedro Ferriz de Con, en ese entonces conductor del noticiero de la estación, además hubo como importantes pérdidas materiales.

Tres días después las estaciones de Radio Fórmula de A.M. volvían al aire desde los improvisados estudios que se instalaron en Apatlaco, en donde ahora se encuentra la planta transmisora de la empresa. Las estaciones de F.M. ubicadas en la Torre Latinoamericano no sufrieron daño alguno.

En Apatlaco sólo se contaba con el equipo más indispensable que había sido prestado por otros grupos radiofónicos del D.F., se acondicionó una bodega y ahí se hicieron cuatro cabinas, dos de locución y dos de operación, otra cabina más para grabaciones y el departamento de noticias que constaba de una máquina de escribir.

Guillermo Jiménez recuerda que el día que reiniciaron las transmisiones había una mezcla de tristeza y duelo por los compañeros que habían resultado afectados y emoción al darse cuenta que Radio Fórmula resurgía de la nada, la empresa seguía en pie con el apoyo de las demás compañías de Radio y el público que no cesaba de dar muestras de cariño, inclusive la gente les hacía compañía y les llevaba de comer.

Un año después, el 18 de septiembre de 1986, las estaciones se trasladaron a la calle de Privada de Horacio en Polanco, ubicación en la que la compañía continúa en la actualidad, aunque al poco tiempo tuvieron que regresar a Apatlaco por problemas técnicos y finalmente a principios de 1997 se instalan nuevamente en Polanco. En 1997 hay nuevos cambios en Radio Fórmula, según recuerda Adán Montes de Oca, (operador de ORF desde 1971), en ese año Rogelio Azcárraga regresa de un viaje a Europa con una idea novedosa, en ese continente había escuchado una estación de radio con programación hablada las veinticuatro horas del día y llega a México con el deseo de implantar este formato en sus estaciones.

Es entonces cuando nuevamente cambia el formato de la XEDF, "Radio Fantástica" y la convierte en "Radio Espectáculos", estación que dedicaba sus emisiones a hablar de cine, radio, televisión, teatro, música, artistas y hasta títeres.

Se incorporan a la empresa periodistas como Alejandro Guzmán Mayer*, el Reportero Cor, quién junto con Alma Elena Quintana hacían el programa "Dimes y Diretes" en "Radio Cañón" y pasan entonces a "Radio Espectáculos", "El Gordo" Barrera quién trabajaba en el periódico Ovaciones, Guillermo Vázquez Villalobos de El Herald, Gustavo Adolfo Infante, quien recién ingresaba a los medios y otros editores de secciones de espectáculos en diferentes periódicos.

Esta estación no funcionó como era esperado y poco a poco va haciendo ajustes para convertirse en una emisora de entretenimiento,

* Ver foto número 2 (Don Eduardo Charpenel, el fallecido actor "Clavillazo", Gabriela Pérez Casas, Don Pedro Ferriz, Santacruz y Alejandro Guzmán Mayer)



posteriormente va incorporando programas de contenido, de deportes, noticieros, contenido y espectáculos.

De 1987 a 1990, Rogelio Azcárraga continua haciendo ajustes en la programación de la XEDF, agrega a estas siglas el slogan **“La estación de las grandes personalidades”** e incorpora a la compañía a Nino Canún, Fernando Marcos, Don Pedro Ferriz Santacruz*, Luis Ignacio Santibañez, Luis Cáceres, León Michel, Jorge Zuñiga y algunos otros, que unidos a los especialistas más destacados, logran colocar en la preferencia del auditorio al noticiario matutino de Radio Fórmula.

En 1990 se unen a la compañía Eduardo Ruiz Healy, Joaquín López Dóriga, Héctor Lechuga*, Agustín Barrios Gómez, Oscar Mario Beteta, Alfredo Domínguez Muro, Ángel Fernández entre otros para dar paso al nuevo slogan de la XEDF **“La estación con más de 40 grandes comentaristas”**¹.

Poco a poco se van estructurando la barra noticiosa, la barra femenina conformada por los programas “Salud y Belleza” con Alfredo Palacios y “Todo para la mujer” con Maxine Woodside los noticieros de medio día con Joaquín López Dóriga seguido por Héctor Lechuga, la barra deportiva con Heriberto Murrieta y Alfredo Domínguez Muro, el noticiario vespertino con José Cárdenas y Nino Canún, a continuación de estos bloques Radio Fórmula conforma su programación nocturna con una emisión de corte financiero y enseguida programas que ofrecen al público consejos de salud, entretenimiento, orientación y compañía.

Para 1992 la estación KOSMOS 103 que hasta ese entonces transmitía música “disco” en inglés, cambia su formato a “Radio Nostalgia: la música de ayer con el sonido de hoy” e incluye entre sus locutores a los pioneros de la radio: Luis Cáceres, Jorge Zuñiga, León Michel y Eduardo Charpenel*.

* Remitirse a foto número 2

* Ver foto número 1

¹ Slogan que en el año de 1990 dio Don Rogelio Azcárraga Madero a Radio Fórmula

JAZZ FM también cambia su programación y se convierte en 104.1 "Radio Uno", primera estación en FM que transmite música grupera, esta nueva decisión de Rogelio Azcárraga es muy criticada por otros concesionarios de la radio, pues consideran que este tipo de música debe transmitirse en AM, sin embargo "Radio Uno" se convierte en todo un suceso que hasta la fecha se mantiene en los primeros lugares de preferencia del público.

En 1995 ORF adquiere estaciones de radio en Guadalajara, Monterrey y Tijuana, a partir de esa fecha y con más adquisiciones y afiliaciones lanzan su primera cadena nacional con la programación hablada de la XEDF que en poco tiempo llega al 90 por ciento de la población urbana del país, así como al sur de los Estados Unidos.

Entre 1996 y 1997 la estación XEDF AM cambia sus siglas por XERFR AM "Radio Fórmula AM", XEAI AM "Radio AI" continúa con sus mismas siglas pero además de su programación tropical añade emisiones habladas con Héctor Lechuga y Víctor Manuel Barrios Mata.

La XEDF FM 103.3 cambia una vez más su formato y se convierte en repetidora de la programación hablada de XERFR AM "Radio Fórmula AM" e incluye por las noches y los fines de semana música de los 70's y 80's, además cambia sus siglas por XERFR FM "Radio Fórmula FM".

La XESM AM 1500 que hasta entonces era "Radio Cañón" se convierte en XEDF AM "Radio Uno AM" y cambia su formato de música rock'n roll por emisiones habladas incluyendo a personalidades como Patricia Kelly, el Dr. Ernesto Lamoglia, Juan José Origel, Flor Berenguer, Alma Elena Quintana, Enrique Castillo Pesado y Jorge Manuel Hernández entre otros; además esta estación se lanza como segunda cadena nacional de Radio Fórmula cubriendo inicialmente el 75 por ciento del territorio nacional.

Por su parte 104.1 "Radio Uno" conserva su formato de música grupera, pero incluye en su programación los noticiarios de Héctor Martínez Serrano y Eduardo Ruiz Healy así como el exitoso

programa nocturno “La Mano Peluda” con Rubén García Castillo, y cambia sus siglas de XERPM FM a XEDF FM “Radio Uno FM”.

A últimas fechas ORF ha comprado más de diez estaciones de radio en la colindancia México-Americana, muchas de ellas con cobertura hacia ambos lados de la frontera y con las cuales se planea lanzar una tercera y cuarta cadena nacional para así seguir con la expansión de la compañía.

Como se puede observar, Radio Fórmula a lo largo de su historia se ha caracterizado por cambiar y proponer nuevas dinámicas para la radio del país logrando así mantenerse en el gusto del público.

De esta manera ha sido el surgimiento y desarrollo de Radio Fórmula, una de las compañías más importantes en el ramo de la radiodifusión, a continuación expondremos los datos y alcances de la empresa que hacen que nos atrevamos a formular ésta afirmación.

2. Datos y alcances de Radio Fórmula

Radio Fórmula S. A. opera actualmente a cinco radiodifusoras en el Valle de México, dos en FM y tres en AM como ya se ha mencionado.

Las estaciones XERFR AM y XERFR FM transmiten de manera simultánea su programación hablada dando paso a la primera cadena nacional de Radio Fórmula que afilia a 45 emisoras, algunas de ellas pertenecen a ORF, de la República Mexicana, contando con una cobertura del 95% del territorio nacional además de algunas ciudades del sur de Estados Unidos como San Diego, Laredo, y Los Ángeles*.

La segunda cadena nacional de la empresa transmite la programación de XEDF AM y XEDF FM conformando así la **Cadena Radio Uno**, está integrada por 26 estaciones del país que transmiten de manera simultánea y 12 emisoras más que pasan la

* Ver ilustración número 1 correspondiente a las estaciones afiliadas a la primera cadena nacional de ORF.



RADIO FORMULA, S.A.
NATIONAL RADIO NETWORK
1ER. CADENA

PLAZA	SIGLAS	FRECUENCIA	HABITANTES
MEXICO D.F.	XERFR-AM		21,284,180
PUEBLA, PUE.	XCEBTL-RA DE PUE		1,189,493
QUERETARO, QRO.	XCEBTL-RA DE QRO	970	475,685
TAMPICO, TAMPS.	XCEBTL-RA DE TAMPS		211,270
TAPACHULA, CHIS.	XCEBTL-RA DE CHIS		110,221
TUXTEPEC, OAX.	XCEBTL-RA DE OAX		588,091
TULANCINGO, HGO.	XCEBTL-RA DE HGO		956,798
ACAPULCO, GRO.	XEACD-AM	550	39,120
AGUA PRIETA, SON.	XHNNO-FM	99.9	719,659
AGUASCALIENTES, AGS.	XEEY-AM	660	
CANCUN, Q. ROO	XECAQ-AM	740	441,559
CD. ACUNA, COAH.	XHCAQ-FM	92.3	
CD. DEL CARMEN, CAMP.	XHCDU-FM	92.9	177,000
CD. DEL CARMEN, CAMP.	XEMAB-AM	950	179,795
CD. GUZMAN, JAL.	XEIT-AM	1070	179,795
CD. JUAREZ- EL PASO, TX.	XHIT-FM	99.7	74,068
CHETUMAL, Q. ROO	XHPZ-FM	96.7	885,577
CHIHUAHUA, CHIH.	XEYC-AM	1460	
COAHUILA, COAH.	XEWO-AM	1020	172,563
COATZACOALCOS, VER.	XHWO-FM	97.7	
COMITAN, CHIS.	XEV-AM	880	595,699
COLIMA, COL.	XCEBTL-RA DE CHIH		95,529
CULIACAN, SIN.	XEOM-AM	590	530,192
DURANGO, DGO.	XEFRT-AM	890	78,896
GUADALAJARA, JAL.	XHCTS-FM	95.7	78,896
GUANAJUATO, GTO.	XELU-AM	1080	116,505
HERMOSILLO	XHUL-FM	82.5	
HIDALGO DEL PARRAL, CHIH.	XEEX-AM	1230	601,123
JALAPA, VER.	XEWX-AM	660	413,835
JALISCO, JAL.	XEGAJ-AM	790	4,559,372
LAZARO CARDENAS, MICH.	XCEBTL-RA DE GUADALAJARA		74,221
LEON, GTO.	XEFL-AM	1500	119,170
MANZANILLO, COL.	XHFL-FM	90.7	
MATAMOROS, TAMPS.	XEYF-AM	1200	590,513
MAZATLAN, SIN.	XEHPC-AM	1000	90,647
MERIDA, YUC.	XEJA-AM	610	283,308
MEXICALI, B.C.	XHLZ-FM	93.9	134,969
MEXICO, D.F.	XERW-AM	1380	867,920
MICHOACAN, MICH.	XEAL-AM	860	92,863
MONCLOVA, COAH.	XEEW-AM	1420	261,341
MONTERREY, N.L.	XEACE-AM	1470	326,243
MONTERREY, N.L.	XHACE-FM	91.3	
MORELIA, MICH.	XCEBTL-RA DE MONTERREY		299,550
NOGALES, SON.	XEMQ-AM 810	810	775,745
NUEVO LAREDO, TAMPS.	XERM-AM 1150	1150	789,427
PIEDRAS NEGRAS, COAH.	XEKM-AM	1450	195,523
PUEBLA, PUE.	XHMS-FM	99.5	158,518
PUERTO VALLARTA, JAL.	XEMON-AM	1370	3,992,277
QUERETARO, QRO.	XHAW-AM	101.3	3,992,277
REYNOSA, TAMPS.	XELO-AM	570	396,478
SALTILLO, COAH.	XEHF-AM	1370	108,596
SAN LUIS POTOSI, S.L.P.	XENLT-AM	1000	427,873
TAMPICO, TAMPS.	XEIK-AM	830	125,240
TAMPICO, TAMPS.	XEEG-AM	1280	1,057,454
TAMPICO, TAMPS.	XHPVA-FM	90.3	111,457
TAMPICO, TAMPS.	XEPOR-AM	890	25,844
TAMPICO, TAMPS.	XEXE-AM	1090	586,395
TAMPICO, TAMPS.	XCEBTL-RA DE QUERETARO		310,569
TAMPICO, TAMPS.	XEQO-AM	1110	282,667
TAMPICO, TAMPS.	XEDE-AM	720	440,920
TAMPICO, TAMPS.	XESMR-AM	710	593,854
TAMPICO, TAMPS.	XEMTS-AM	780	653,777
TAMPICO, TAMPS.	XCEBTL-RA DE TAMPS		117,628
TAMPICO, TAMPS.	XCEBTL-RA DE TAMPS		118,974
TAPACHULA, CHIS.	XETAC-AM	1000	222,405
TAPACHULA, CHIS.	XHTAC-FM	91.5	
TEPIC, NAY.	XETS-AM	630	222,405
TIJUANA, B.C.	XEPIC-AM	1020	241,463
TIJUANA, B.C.	XEKAM-AM	950	1,256,737
TORREON, COAH.	XHFG-FM	107.3	1,256,737
TULANCINGO, HGO.	XEQN-AM	740	464,825
TUXTEPEC, OAX.	XEQB-AM	1340	97,363
TUXTLA, CHIS.	XEVV-AM	920	295,608
URUAPAN, MICH.	XEURM-AM	1050	217,068
VERACRUZ, VER.	XEAVR-AM	720	393,412
VILLAHERMOSA, TAB.	XEQOC-AM	880	386,779
VILLAHERMOSA, TAB.	XEVHT-AM	1270	386,779
ZACATECAS, ZAC.	XELK-AM	830	1,276,323
ZITACUARO, MICH.	XELX-AM	700	107,475

programación de manera diferida alcanzando así una cobertura del 75% de la población urbana del país*.

Con la estación XEAI AM **Radio AI**, Radio Fórmula pretende crear una tercera cadena nacional que además del territorio mexicano llegue a los estados norteamericanos de California, Arizona, Nuevo México y Texas*.

El crecimiento de ORF en los últimos ocho años ha sido muy importante colocando a la empresa dentro de los primeros grupos radiofónicos del país en facturación y rating, así como en primer lugar en la radio hablada² con la transmisión simultánea de Radio Fórmula AM y Radio Fórmula FM.

El resto de las emisoras de ORF se mantienen dentro de los primeros ocho lugares de la radio del Distrito Federal. (Fuente: Mediometro INRA Mayo /98 6-24 hrs.)

El principal atractivo de la programación hablada de la empresa consiste en que es distinta a todas las demás radiodifusoras, ya que produce programas exclusivos las 24 horas del día con más de 50 comentaristas y especialistas que solamente colaboran en Radio Fórmula, aunque algunos de ellos también participan en algunos canales de televisión, además la programación es segmentada, es decir va dirigida hacia un público específico según la barra y el horario: existen barras de programación dedicadas a las mujeres, a quienes gustan de las emisiones deportivas, barras de noticiarios e incluso programas financieros.

Por otra parte la programación de las cinco emisoras va dirigida a adultos, por lo que es una ventaja para los patrocinadores que dirigen sus mensajes a la población con poder adquisitivo.

Actualmente Radio Fórmula tiene sus instalaciones en la Calle de Privada de Horacio en Polanco (México D.F.) desde donde transmite vía satélite digital a la República Mexicana.

* Remitirse a ilustración número 2, estaciones que conforman la segunda cadena nacional de ORF

* Ver ilustración número 3 correspondiente a la cobertura Radio Fórmula.

² La Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión considera emisora de formato hablado a aquella que transmite un mínimo de ocho horas de programas hablados y/o noticiosos.



RADIO FORMULA, S.A.
NATIONAL RADIO NETWORK
2DA. CADENA NACIONAL

	POBLACION	ESTADO	SIGLAS	FRECUENCIA	POTENCIA	HABITANTES
1	ACAPULCO	GRU	XEUL-AM	1400	1,000	592,212
2	AGUA PRIETA	SON	XHNNO-FM	99.9	50,000	39,120
3	CD. DEL CARMEN	CAMP	XEMAE-AM	950	1,000	179,795
4	CD. DEL CARMEN	CAMP	XEIT-AM XMIT-FM	1070 95.7	1,000	179,795
5	CD. JUAREZ	CHIH	XFNA-AM	1020	1,000	885,577
6	CD. OBREGON	SON	XEOSS-AM	1070	1,000	311,443
7	CHIHUAHUA	CHIH	XEFC-AM	680	1,000	530,783
8	COLIMA	COL	XELU-AM XHLU-FM	1080 92.5	1,000 3,000	116,505
9	COMITAN	CHIS	XEFF-AM XKOTS-FM	890 95.7	20,000 3,000	79,896
10	ENSENADA	B.C.	XEDX-AM	1010	1,000	259,979
11	GUADALAJARA	JAL	XEDN-AM	1220	5,000	4,559,372
12	HIDALGO DEL PARRAL	CHIH	XEAT-AM	1250	1,000	90,647
13	JALAPA	VER	XHTL-FM	96.5	30,000	288,454
14	LEON	GTO	XEAS-AM	910	5,000	907,920
15	MANZANILLO	COL	XEAL-AM	860	5,000	92,863
16	MERIDA	YUC	XELL-AM	930	2,500	
17	MEXICAL	B.C.	XEVV-AM	940	1,000	801,938
18	MEXICALI	B.C.	XEMO-AM	1150	250	807,838
19	MINATITLAN	VER	XEQM-AM	1450	1,000	195,523
20	MONTERREY	N.L.	XEAT-AM	770	5,000	
21	MONTERREY	N.L.	XEJM-AM	1450	1,000	
22	NOGALES	SON	XEVV-AM	1300	1,000	102,596
23	PUEBLA	PUE	XEEG-AM	1280	1,000	1,057,454
24	PIEDRAS NEGRAS	COAH	XEVM-AM XMDV-FM	1240 107.1	1,000	125,240
25	POZA RICA	VER	XEJC-AM	1450	1,000	293,412
26	PUERTO ANGELES	JAL	XEPN-AM	850	5,000	27,701
27	PUERTO VALLARTA	JAL	XHPVA-FM	90.3	50,000	111,457
28	QUEPETARI	GRU	XEJA-AM	1250	2,500	565,295
29	REYNOSA	TAMPS	XERT-AM	1170	5,000	282,867
30	TAMPICO	TAMPS	XEPAV-AM	1050	1,000	272,890
31	TAPACHULA	CHIS	XETAC-AM XHTAC-FM	1000 91.5	1,000 50,000	222,405
32	TECATE	B.C.	XEJC-AM	1390	5,000	57,857
33	TEPIC	NAJ	XEDN-AM	990	1,000	347,463
34	TEPIC	NAJ	XEDN-AM	1020	1,000	
35	TUJANA	B.C.	XEUL-AM	1550	1,000	1,292,727
36	TUJANA	B.C.	XEVV-AM	800	1,000	1,256,727
37	TULAJA	B.C.	XHTL-FM	107	30,000	
38	TURKEY	COAH	XEEJ-AM	1450	1,000	494,529
39	TUXTLA, GTZ	CHIS	XEVV-AM	920	10,000	285,608
40	TUXTUAC	MIC	XEJC-AM	600	1,000	107,475

TRANSMITIENDO LAS 24 HORAS LOS 365 DIAS DEL AÑO



Hasta aquí, hemos expuesto los datos y los alcances de la Radio Fórmula, sin embargo, el funcionamiento de una empresa también se determina por la filosofía y los objetivos de la misma.

Por filosofía y objetivos entendemos las metas que tiene la empresa y la manera en que pretende llevarlas a cabo, así como los valores que definen a la organización en sí misma; a continuación expondremos estos conceptos.

3. Filosofía y objetivos de Radio Fórmula

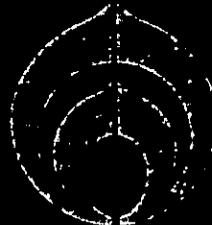
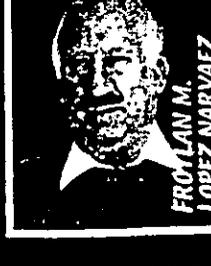
Los objetivos de Radio Fórmula como los de cualquier radiodifusora es la de tener la mejor programación, la más vendible y que llegue a una audiencia cada vez mayor reflejándose esto en el rating³ que es el factor en el que los anunciantes se basan para comprar tiempos.

En cuanto a programación ORF está consciente de que tanto en la radio como en la televisión, en cada cambio de programa (breaks) se pierde a cierto sector de la audiencia que no le interesa seguir escuchando, o viendo en el caso de la televisión, lo que se transmite a continuación, por lo que cada programa debe de mantener no sólo el rating del anterior, sino capturar la atención de un público específico para esa emisión.

Es por todo esto que la filosofía de esta compañía es la de tener en el caso de los programas hablados a los comentaristas más reconocidos de cada especialidad, por citar a algunos a Héctor Lechuga y Joaquín López Dóriga en programas de opinión, a Heriberto Murrieta y Alfredo Domínguez Muro en deportes Maxine Woodside a Alma Elena Quintana en espectáculos, Eduardo Ruiz Healy y José Cárdenas en noticieros, todos ellos han ganado su credibilidad con el público gracias al tiempo que llevan en los medios y por su trabajo diario y todos son líderes de opinión en sus áreas*.

³ En la radiodifusión se entiende por rating a los niveles de audiencia que alcanzan los programas, éstos se pueden medir tomando en cuenta varios factores como es el horario, el día de la semana y el nivel socioeconómico del público al que llega la emisión.

* Ver ilustración número 4 en la que aparecen algunas de las personalidades que integran ORF.

 JOAQUIN LOPEZ-DORIGA	 OSCAR MARIO BETETA	 JOSE CARDENAS	 HECTOR MARTINEZ SERRANO	 ALFREDO PALACIOS	 MAXINE WOODSIDE
 FRANCISCO HUERTA	 EDUARDO RUIZ-HEALY			 ROCIO SANCHEZ AZUARA	 CRISTINA PACHECO
 FLOR BERENGUER	<h1>RADIO FORMULA</h1> <p>LIDER EN RADIO HABLADA/NOTICIOSA Y AUDIENCIA NACIONAL</p>				 RAUL VELASCO
 RAUL ORVANANOS	 ALFREDO DOMINGUEZ MURO	 HERIBERTO MURRIETA	 ENRIQUE BURAK	 HECTOR LECHUGA	 MARTA SUSANA
 DR. ERNESTO LAMOGLIA	 PATRICIA KELLY	 JUAN JOSE ORIGEL	 MARTHA FIGUEROA	 AGUSTAVO ADOLFO INFANTE	 JANETT ARCEO
 ENRIQUE CASTILLO-PESADO	 JORGE BERRY	 DR. ABEL CRUZ	 ANTONIO "El Panda" ZAMBRANO	 LOLITA DE LA VEGA	 JAIME ALMEIDA
 FROYLAN M. LOPEZ NARVAEZ	 CARLOS MARIN	 SERGIO MARTINEZ CHAVARRIA	 ENRIQUE CAMPOS	 MARCARMEN CORTES	 ALBERTO BARRANCO CHAVARRIA

NUESTRAS 3 CADENAS NACIONALES CUBREN CON 105 EMISORAS LA REPUBLICA MEXICANA,
EL SUR DE ESTADOS UNIDOS, EL NORTE DE CENTROAMERICA Y VIA INTERNET A TODO EL MUNDO.

www.radioformula.com.mx

Además las estaciones de la organización ofrecen a la audiencia información veraz, inmediata, con diferentes puntos de vista y con un contacto directo en el que el radioescucha puede preguntar, opinar e interactuar con el medio.

En el caso de las barras musicales también se busca tener una programación líder con los géneros y ritmos preferidos por un mayor auditorio.

Uno de los principales objetivos de Radio Fórmula es llegar a los mexicanos que viven más allá de nuestras fronteras, las estaciones que se transmiten en cadena llegan a algunas ciudades del sur de los Estados Unidos de esta manera esos radioescuchas están en contacto con su país y enterados de lo que en él sucede.

Al público, la empresa le ofrece mediante sus emisoras: Información, entretenimiento, orientación, compañía, líderes de opinión, espacios plurales y cobertura de acontecimientos especiales como giras presidenciales y eventos deportivos entre otros.

Por otra parte la filosofía de Organización Radio Fórmula (ORF) hacia sus clientes es que resulta posible sobrevivir ante las devaluaciones que sufre constantemente nuestro país cuidando nuestros recursos y seleccionando muy bien en donde invertirlos.

De esta manera la empresa ofrece a sus anunciantes una optimización de sus recursos al enfocar su publicidad a una audiencia específica y seleccionada mediante programación segmentada (noticiarios, barra femenina, deportes, emisiones de opinión, finanzas, salud, barras musicales) y dirigida a diferentes tipos de público ubicados por edad, sexo y poder socioeconómico.

Radio Fórmula también ofrece a sus clientes la flexibilidad de contratar sus anuncios de manera local o nacional así como la posibilidad de cambiar sus mensajes con la frecuencia que sea necesaria, además, la certeza de que sus spots pasaran en el horario pactado y en las plazas contratadas, ya que la comercialización se manda desde la Ciudad de México vía satélite.

Para el presidente de Radio Fórmula, el Lic. Rogelio Azcárraga, resulta esencial que toda la programación de ORF vaya dirigida a

publico mayor de 18 años pues éste es el sector con poder adquisitivo..

En resumen el principal objetivo de Radio Fórmula es ofrecer programación de calidad que sea del gusto del público, que alcance altos niveles de rating y por consecuencia sea vendible en las mejores condiciones posibles.

Esto es en síntesis la filosofía y los objetivos de la Radio Fórmula, a continuación explicaremos como es su organización y presentaremos el organigrama de la empresa, esto resulta importante, para comprender el funcionamiento de la empresa y así como explicar cuál es la ubicación de nuestra práctica profesional en ésta organización.

4. Organización de la empresa

Aproximadamente son trescientos los empleados que trabajan para las cinco estaciones que integran Organización Radio Fórmula, estos están divididos en tres categorías que son: trabajadores sindicalizados, entre ellos: locutores de cabina, técnicos de audio, operadores de cabina, grabadores, telefonistas, vigilantes, redactores e intendencia; Por otra parte, el personal de confianza que son: productores, directores artísticos, secretarias, continuistas, vendedores, programadores y todos los directivos de la compañía y la tercera categoría son los empleados por honorarios entre los que están todos los conductores de programas.

En el caso de los trabajadores sindicalizados hay un número determinado de plazas para ellos, cuando existe alguna vacante, el sindicato de trabajadores de la industria de la radio y la televisión (STIRT) se encarga de ocuparla, en este caso, la empresa sólo se ocupa de hacerle una examen de aptitud para el puesto que este solicitando consistente en treinta días de prueba.

Los trabajadores sindicalizados están sujetos a un contrato ley en el que se manifiesta el reglamento de la empresa.

En éste contrato se les solicita una disponibilidad de tiempo completo ya que su trabajo es por turnos que pueden variar constantemente a cualquier hora del día o de la noche.

Por su parte, el personal de confianza tiene un horario fijo y su contratación las hace la empresa basándose en su curriculum, solicitud de empleo, cartas de recomendación y experiencia previa.

Guillermo Flores, gerente de personal de Organización Radio Fórmula explica que la empresa prefiere, contratar gente joven y dinámica ya que las estaciones trabajan las veinticuatro horas del día y los horarios de trabajo son muy pesados y variables, además se busca que los empleados, en especial locutores, productores y directores artísticos propongan ideas nuevas y den un aire fresco a la programación y una imagen dinámica a la compañía.

Radio Fórmula está encabezada por el Lic. Rogelio Azcárraga Madero, presidente de la compañía y el Lic. Horacio Rubio, director general y vicepresidente.

En la siguiente jerarquía se ubican al mismo nivel la dirección administrativa foránea, encargada de las estaciones afiliadas de provincia; la vicepresidencia operativa que esta al mando de los departamentos de noticias, redacción, operadores de XERFR, locutores de XERFR, comentaristas y productores de programas hablados; la vicepresidencia comercial a la cabeza de los directores de ventas por agencias, los directores de ventas por clientes directos, los directores de ventas especiales, la dirección de mercadotecnia y el departamento de continuidad; la dirección de relaciones públicas y la vicepresidencia ejecutiva, al mando de las siguientes áreas: contraloría, gerencia de sistemas, gerencia de recursos humanos, directores artísticos, dirección técnica, gerencia de telemarketing y gerencia de investigación de mercados.

La contraloría se encarga de la contabilidad de la empresa y esta a la cabeza de los departamentos de cobranzas, compras, caja, facturistas y contadores foráneos.

La gerencia de sistemas coordina a los programadores de todas las áreas de la empresa.

La gerencia de recursos humanos coordina a: los departamentos de nóminas, mantenimiento, vigilancia, intendencia, grabadores y telefonistas.

Los directores artísticos están al mando de los operadores de cabina de las estaciones musicales, locutores (excepto los de la XERFR), y productores de barras musicales.

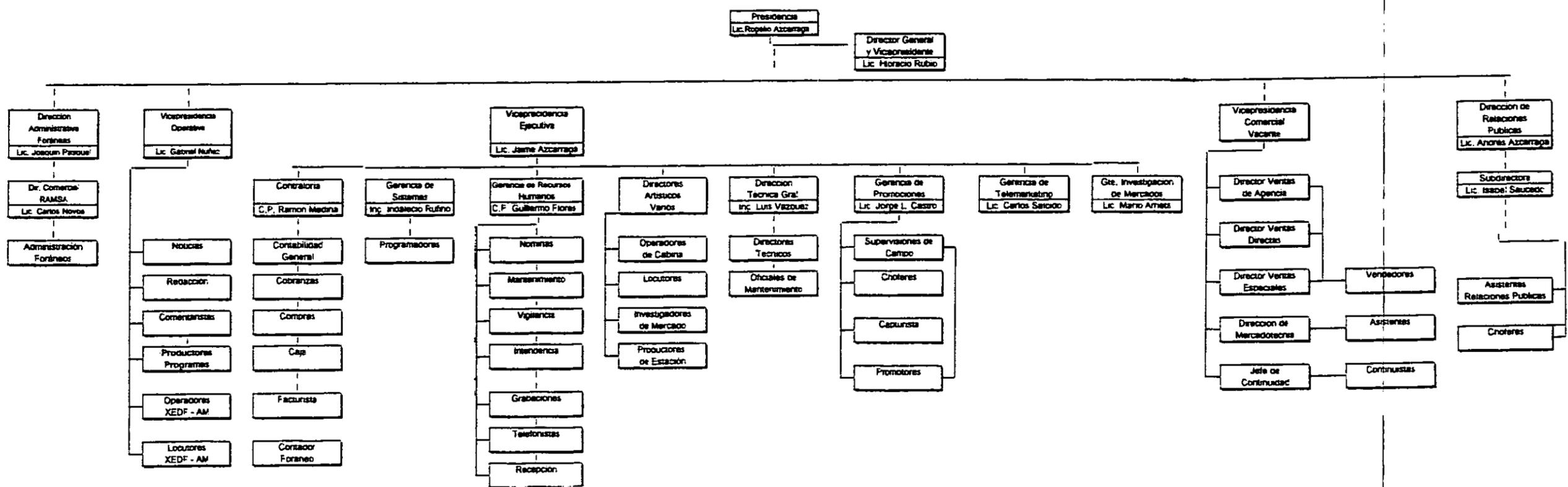
La dirección técnica coordina a los directores técnicos y oficiales de mantenimiento que se encargan del funcionamiento del equipo (dats, consolas, decks, etc.) de todas las estaciones así como de la transmisión vía satélite.

La gerencia de promociones coordina a los choferes, capturistas, promotores y supervisores de campo.

El departamento de continuidad se encarga de programar la comercialización de las estaciones.

En la siguiente página se puede apreciar esta organización de manera gráfica en el organigrama general de la empresa proporcionado por la gerencia de recursos humanos.

ORGANIGRAMA GENERAL DE ORGANIZACION RADIO FORMULA



Hemos presentado la historia, características, metas y funcionamiento de Radio Fórmula, esto con el fin de ubicar el contexto del lugar en el que desarrollamos nuestra práctica profesional, a continuación hablaremos de nuestro objeto de trabajo que son los programas de espectáculos: en primer término expondremos su surgimiento y desarrollo en la radio mexicana, enseguida hablaremos de su aparición en Radio Fórmula y finalmente hablaremos de las características de los programas de espectáculos de ORF en los que basaremos nuestra investigación, es decir: Todo para la mujer, Hablar por hablar y Dimes y diretes.

B. Características de los programas de espectáculos

Para entender el momento actual que viven los programas de radio especialistas en espectáculos que se transmiten por Radio Fórmula, resulta necesario remitirnos a la historia y el surgimiento de este tipo de emisiones, para así pasando de lo general a lo particular, comprender la evolución de los mismos.

Por ello en este subcapítulo nos encargaremos de hacer un recuento desde la aparición de las primeras emisiones de este género en la radiodifusión nacional, pasando por su aparición en la empresa en la que laboramos, para finalmente analizar de manera individual los tres programas en los que estamos basando nuestra investigación.

1. El surgimiento de los programas de espectáculos de la radio en México

No cabe duda que una de las actividades más “sabrosas” y en las que más nos gusta perder el tiempo es en “el chisme”⁴ y mejor aún si se trata de hablar de la vida, los vicios, los defectos, los romances, los divorcios y hasta en algunas ocasiones de las virtudes de los demás,

⁴ El diccionario Pequeño Larousse Ilustrado 1993 define “Chisme” como: murmuración, hablilla. En esta investigación, utilizaremos ese término como: información acerca de alguna persona, institución u organismo que va más allá de lo concerniente a su actividad profesional interfiriendo en los límites de la privacidad.

ahora que si se trata de hablar de los ricos y famosos aumenta el interés y pocos se resisten.

Así, en el cuadrante radiofónico se escuchan una extensa variedad de programas que dedican sus emisiones a hablar de la vida y obra de los protagonistas del espectáculo, al parecer este tipo de programas está en auge, pero, ¿cuáles son los orígenes de estos?.

Según testimonio de Luis Cáceres, locutor decano de la radio en México con más de 66 años en esa actividad y quién ahora se desempeña como editorialista en Radio Fórmula, en la década de los 30's se escuchaba Radio Mundial, estación propiedad del ingeniero Felix Palavicini y en la que se transmitía el primer periódico hablado de México patrocinado por El Universal.

Este programa era un noticiario con secciones de información local y extranjera, así como breves crónicas de teatro.

En esos mismos años la XEW, dirigida por Don Emilio Azcárraga Vidaurreta transmitía **"La Hora Azul: el trencito de las frivolidades"** conducida por Don Pedro de Lille, esta emisión estaba dedicada a **"las princecitas azules"** que eran las jovencitas que regresaban de las escuelas y las sirvientas de las casas elegantes, este programa era una hora de los aficionados en la que personalidades como Luis G. Roldán y Víctor Villegas aprendían como pararse ante un micrófono.

Según recuerda Don Luis Cáceres en programas como éste y **"El Club de la Escoba y el Plumero"** que fue el primer programa dedicado a las amas de casa, hablaban todo el tiempo de los artistas de la época que eran muchos, unos salían y otros entraban, pero siempre daban de que hablar.

Con el desarrollo de la industria cinematográfica, la producción de radionovelas y la boga de las carpas teatrales se comenzó a vivir un momento artístico muy importante, ya que surgieron las primeras figuras del espectáculo que con su glamour, carisma y misterio generaron rumores en torno de su vida.

En 1937 uno de los programas preferidos del público era **"El Mundo en su Casa"** transmitido por la XEW en el que Alvaro

Gálvez y Fuentes hablaba de noticias, ciencias, arte, política, música y entrevistas a los famosos.

Posteriormente en 1942 aparece la XEOY Radio Mil, en la que su fundador Ricardo Hinojosa incluye programas musicales de tipo popular y transmisiones de toros y espectáculos.

En los años siguientes la radio cambia su programación para hacerla únicamente musical con breves intervenciones de los locutores de cabina y con noticiarios en cada una de las cadenas radiofónicas hasta los años 80's en que los locutores dejaron de ser ceremoniosos y comenzaron a expresarse de manera más coloquial.

Es precisamente en esa época (los años 80's) cuando en ORF comienzan a proliferar las emisiones dedicadas a comentar los espectáculos, a continuación explicaremos como fue esta aparición y de que manera se han desarrollado.

2. La aparición de los programas de espectáculos en Radio Fórmula

Radio Fórmula ha sido en cada una de sus etapas una empresa innovadora, que crea nuevas tendencias en ocasiones tienen buen éxito y en otras fracasan, pero siempre esta a la vanguardia proponiendo nuevas ideas en la radio.

Una de las etapas de cambio más importantes en ORF se vivió en 1986, cuando después de recuperarse del temblor de 1985 que tiró las instalaciones de la empresa y dejó importantes pérdidas humanas, Don Rogelio Azcárraga Madero decide modificar el formato de la XEDF 970 (hoy XERFR) para convertirla de estación musical que era en ese entonces, a emisora de formato hablado con el nombre de "Radio Espectáculos", ésta estación se crea con una programación dedicada a los chismes y la información de la farándula.

Desde 1973 ya habían aparecido en ORF emisiones que hablaban de espectáculos como el programa de "El Gallo" Calderón y el que conducía Verónica Castro, éstos además de chismes de artistas, hablaban de todo un poco (salud, nutrición, sociales, libros, belleza y

más) e intercalaban música, en cambio el nuevo formato de la estación era únicamente dedicada a la farándula, entre sus conductores estaba el Reportero Cor que junto con Alma Elena Quintana conducía el programa “Dimes y Diretes” que había iniciado un año antes en otra de las estaciones de la empresa “Radio Cañón” (1500 AM) y en 1986 pasa a Radio Espectáculos.

“Dimes y Diretes” era una emisión nocturna dedicada a entrevistar artistas y a comentar los chismes de los espectáculos.

Alejandro Guzmán Mayer, por su parte, conducía el programa “Aplausos y Rechiflas” en el que hacía la crítica de los espectáculos. Guillermo Vázquez Villalobos, conducía un programa que llevaba el mismo nombre de su columna de El Heraldo “Quién, Cómo, Dónde”.

El periodista Gilberto “El Gordo” Barrera también tenía su emisión que dedicaba al “chisme” de la farándula.

Según testimonio de Guillermo Jiménez Rojas, locutor de ORF desde 1972, “El Gordo” Barrera era el más amarillista de los reporteros de espectáculos y según él mismo confesaba, cuando no tenía de que hablar le inventaba un romance a alguien.

También el hijo de “El Gordo” Barrera, Gilbertito Barrera, “el locutor más joven del mundo”⁵ conducía un programa infantil de espectáculos junto con Cristian Castro (hijo de Verónica Castro) en el que entrevistaban a artistas y daban información, este programa que era semanal sólo duro cinco o seis emisiones según recuerda el locutor Guillermo Jiménez Rojas.

Cuando no había algún programa hablado en Radio Espectáculos se tocaba música y se intercalaban notas que llegaban por agencias informativas o que se tomaban de los periódicos, además se entrevistaba a los cantantes que llegaban a promocionar sus discos. Entre los periodistas de espectáculos colaboraron en esta estación destacan además de los ya mencionados: Bob Logar (Roberto López

⁵ Título que le daba Gilberto “El Gordo” Barrera a su hijo Gilbertito Barrera y que servía como slogan para su programa.

García) Maxine Woodside, Ana María Alvarado y Gustavo Adolfo Infante, así como el comentarista Jorge Garralda.

El formato de Radio Espectáculos duró aproximadamente 12 ó 13 meses, para después dar paso a un ajuste en el que se incluyeron noticiarios, programas de deportes, política, economía, salud, crítica política, programas de contenido hasta llegar a la programación actual de Radio Fórmula.

El 16 de octubre de 1989 nace el programa "Todo para la Mujer" conducido por Maxine Woodside quién antes de esa fecha se había desempeñado como modelo y lectora de noticias en Televisa, así como productora en Radio Fórmula, la acompañaban en la conducción Raymundo Díaz González "Raydigon" y Rebeca López (también modelo y conductora de televisión), este programa desde sus inicios se dedico a comentar y criticar todo el acontecer del espectáculo y según relata la propia Maxine Woodside, no estaba planeado que ella fuera la conductora de la emisión, pero el día en que estaba pactado con los patrocinadores el inicio de la misma, no se llegó a un acuerdo con los comentaristas originales y ella paso a ser de la productora del programa a la conductora.

Poco a poco se fueron integrando al programa nuevos colaboradores como Alfredo Palacios, quién tiempo después salió del programa para hacer el suyo propio, Alfredo Gudinni, Verónica Gallardo, Ana María Alvarado, Héctor Carrillo, Juan José Origel y varios más de los que algunos continúan en el programa y otros de ellos se han separado para tener sus propias emisiones ya sea en Radio Fórmula o en otras estaciones.

Para Maxine Woodside el objetivo de este programa que se ha mantenido durante nueve años en el gusto del público es "contarle a la gente lo que pasa tras bambalinas, decirle al radioescucha el chisme que ellos no ven, pero que se mueren por saber".

Otro de los programas de espectáculos que se hizo en Radio Fórmula en 1992 y después se fue a otras estaciones era "La Familia Teleguía" que se transmitía en 1500 AM con la participación de Ana María Alvarado, Horacio Villalobos, Martha Carrillo y Víctor Hugo

Sánchez, en ese año todos ellos colaboraban en esa revista y en la emisión se hablaba en general de lo mismo que en ella se publicaba. "La familia Teleguía" duro en Radio Fórmula aproximadamente un año para después transmitirse por "Radiópolis" estación que al igual que la revista Teleguía pertenecen a Televisa.

De 1992 hasta 1996 "Todo para la mujer" era el único programa de espectáculos en Radio Fórmula, en 1996 se incorpora a la estación el actor Joaquín Cordero para conducir "Hablemos de Cine" en 1470 AM, ésta fue una emisión dedicada a comentar "el séptimo arte", en particular, la época de oro del cine mexicano que fue cuando Joaquín Cordero tuvo sus mayores éxitos.

Además de Cordero el programa contaba con invitados, especialmente, los protagonistas del cine mexicano como: Evita Muñoz "Chachita", Elsa Cárdenas, Yolanda Montes "Tongolele", María Victoria y muchos más, este programa no duró mucho tiempo al aire ya que el actor al mismo tiempo grababa una telenovela y comenzó a tener problemas de salud.

En agosto de 1997 regresa a Radio Fórmula el periodista Juan José Origel con el programa "Hablar por Hablar", él comenzó su carrera radiofónica en Radio Fórmula tres años antes en "Todo para la mujer" con una sección de sociales que pronto se transformó en espectáculos al ver que el tema de sociales tenía un público muy limitado en nuestro país, después se va a otras estaciones de radio, hace televisión y regresa a la Cadena Radio Uno AM (1500) con un programa de crítica del espectáculo que se transmite de 12:00 a 13:00 horas.

También en 1997 pero en octubre vuelve a ORF Alma Elena Quintana para integrarse al equipo de "Todo para la mujer" y con su ya popular programa "Dimes y Diretes" que comenzó en Radio Fórmula, se traslado a Radio Red y ahora se transmite por 1500 AM (Cadena Radio Uno) de 17:00 a 18:00 horas..

En ésta emisión Alma Elena comenta el acontecer de la farándula y tiene invitados.

En Radio Fórmula, los programas de espectáculos han sido parte fundamental en la programación, cabe señalar que entre los ratings

más altos de la estación, está el de la emisión conducida por Maxine Woodside, además es también uno de los programas que más facturación genera incluso arriba de los noticiarios. La empresa sabe que este tipo de programas son de los que más público atraen y por lo mismo más anunciantes.

Las compañías radiodifusoras, especialmente en las que su programación es en su mayoría hablada han encontrado en los programas de espectáculos una excelente alternativa para captar auditorio y para atraer anunciantes, el programa “Todo para la mujer” fue el precursor de las emisiones de este género, y aunque podría tratarse de una moda que se gastará tarde o temprano y desaparecerá en algún momento, por ahora, éste tipo de programas son altamente rentables, por lo que al parecer, tanto en Radio Fórmula como en otras compañías seguirán transmitiéndose, por ello, nos resulta interesante y útil tanto para la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP, Acatlán, como para la empresa en la que laboramos, hacer un estudio de la manera en que podría resultar más efectiva la producción para éste tipo de programas.

Como lo habíamos dicho antes, ¿A quién no le gusta el chisme?.

Hasta ahora hemos hablado de manera general de los programas de espectáculos de ORF, de su nacimiento y desarrollo, ahora expondremos de manera particular las características de las emisiones que analizaremos en ésta investigación.

3. Características de los programas de espectáculos en Radio Fórmula

En Radio Fórmula actualmente se transmiten tres programas de espectáculos, éstos son “Todo para la mujer”, “Dimes y diretes” y “Hablar por hablar”, a continuación se expondrán las características de cada uno de ellos, para así poder hacer un análisis de los recursos y de las carencias de cada una de estas emisiones, así como de los factores que influyen en el éxito y popularidad de ellas.

a. "Todo para la mujer"

Casi sin temor a equivocarnos podríamos asegurar que uno de los programas que caracterizan a Radio Fórmula es "Todo para la mujer", ya que es el programa que más tiempo lleva en la empresa con el mismo nombre, la misma conductora titular y muchísimo éxito aunque también algunos ajustes.

"Todo para la mujer" nace el 16 de Octubre de 1989 conducido por Maxine Woodside*, Rebeca López y Raymundo Díaz González (Raydigon), inicialmente era un programa que hablaba de diversos tópicos concernientes a la mujer como salud, belleza, cultura, espectáculos, sociales y otros más, poco a poco se va enfocando hacia la información y el chisme del espectáculo.

Actualmente se transmite por la primera cadena nacional de Radio Fórmula (970 AM y 103.3 FM) de lunes a viernes de 11:00 a 13:30 horas en vivo y los sábados y domingos grabado de 13:00 a 15:00 horas.

"Todo para la mujer" es un programa fresco, sin guión, que se dedica a comentar todo lo que sucede en el mundo de la farándula con un toque crítico y picante que además incluye variedad de opiniones y de puntos de vista, incluyendo el de los protagonistas de la nota, ya que en el programa están los teléfonos a la disposición de los actores y cantantes para que se puedan defender y aclarar o comentar cualquier cosa que se haya dicho de ellos.

En "Todo para la mujer", además del cotilleo, habitualmente se habla de temas de la vida cotidiana, sobre todo, aquellos que afectan a la mujer.

Por esta emisión han desfilado personalidades del ámbito musical, telenoveler, teatral, cinematográfico e incluso político, de los que algunos ya han fallecido, pero sus pensamientos y valores han quedado plasmados en los archivos de "Todo para la mujer".

Para Maxine Woodside, la tarea principal que debe de cumplir el programa del que ella es titular consiste, más que en buscar la nota

* Remitirse a ilustración número 5, Barra femenina de 970 AM-103.3 FM.

BARRA FEMENINA



**HECTOR MARTINEZ
SERRANO**
"BUENOS DIAS"
5:30 A 7:00 HRS (104.1 FM)
5:30 A 9:30 hrs. (970 AM)



ALFREDO PALACIOS
"SALUDY BELLEZA"
9:30 A 11:00 hrs. (970 AM)
10:00 A 11:00 hrs. (103.3 FM)



MAXINE WOODSIDE
"TODOPARA LA MUJER"
11:00 A 13:30 hrs.

que impacte tendenciosamente, en servir de compañía placentera a sus radioescuchas.

La estructura del programa es simple: la primera hora y media los colaboradores del programa comentan y discuten acerca de la información que se haya generado en el espectáculo, dos días a la semana el programa incluye una sección de horóscopos que pasa después de la primera hora del programa y en la última hora hay un invitado en el estudio que es generalmente el actor de alguna telenovela o de una obra de teatro en cartelera o algún cantante.

Las fuentes de las que “Todo para la mujer” obtiene su información son: cables de agencias, periódicos, reporteros, boletines de prensa, y toda información que llega a los oídos de los “chismosos” del programa pero que antes de pasar al aire “generalmente” se verifica.

“Todo para la mujer” es un programa conducido por Maxine Woodside y cuenta con la colaboración de: Ana María Alvarado, Fabián Lavalle, Verónica Gallardo que son los co-conductores principales del programa y con más antigüedad, además de ellos están:

- *Alma Elena Quintana (conductora)*
- *Moisés Castañeda (conductor y especialista en música popular)
- *Giovanna Flores (astróloga)
- *Héctor Carrillo (conductor y especialista en opera y música clásica)
- *Guillermo Ocaña (conductor)*
- *Gabriela Albarán (conductora y reportera que cubre la información de Televisa)*
- *Alex Kaffie (especialista en museos y reportero en Televisión Azteca)*
- *Patrick Ollivier (conductor y especialista en cine)*
- *Mario Discua (reportero en la fuente de teatro)
- *Fredo Cassini (maquillista con algunos libros escritos sobre el tema)*

* Ver foto número 3; De arriba hacia abajo, izquierda a derecha: Alex Kaffie, Alma Elena Quintana, Fredo Cassini, Patrick Ollivier, Gabriela Albarrán, Maxine Woodside, Gabriela Pérez Casas y Guillermo Ocaña, parte del equipo de “Todo para la mujer”.



Como se puede observar son muchos los colaboradores del programa, por lo que cada uno de ellos tiene asignado uno o más días de la semana en que están al aire, así, cada día hay una combinación diferente de opiniones.

“Todo para la mujer” en un principio fue pensado para que lo escucharan las amas de casa, sin embargo se ha vuelto muy popular y ahora cuenta con público de todas las edades y sexos, además es el programa mas escuchado por los protagonistas de la información, es decir, por los artistas, quienes usualmente, si se perdieron alguna emisión en la que se haya hablado de ellos, rápidamente son avisados por sus colegas, por lo que es muy común tener la llamada de los actores reclamando o agradeciendo algo que se dijo de ellos y estas intervenciones son las que dan más credibilidad al programa, pues las figuras principales de las historias se pueden defender y estar en contacto con el auditorio.

En “Todo para la mujer” se acostumbra dar pases al público para conciertos, espectáculos y funciones de teatro, además se organizan premieres de películas y se regalan objetos alusivos a los filmes de estreno como playeras y posters, además siempre que el invitado es un cantante o grupo musical se obsequian discos, éste es un atractivo extra del programa que al auditorio le gusta.

El programa no siempre se transmite desde la Ciudad de México, periódicamente los conductores viajan a diferentes puntos de la República Mexicana a los que llega Radio Fórmula para estar en contacto con los escuchas de todo el país.

Estas son algunas de las características de “Todo para la mujer” que han logrado mantener al programa en el gusto del público por ya nueve años a pesar de que en ese tiempo han aparecido muchas emisiones del mismo tipo tanto el radio como en televisión.

A continuación, hablaremos de las características del programa “Dimes y diretes” que es otra de las emisiones de Radio Fórmula dedicada al mundo de los espectáculos.

b. “Dimes y diretes”

Este programa nació en Radio Fórmula un 19 de septiembre de 1986 con la conducción de El Reportero Cor y la periodista de espectáculos Alma Elena Quintana que iniciaba su carrera en los medios electrónicos, hasta 1990 la emisión permaneció en la empresa y del 25 de mayo de 1990 hasta septiembre de 1996 se transmitió en Radio Red.

“Dimes y Diretes” regreso a Radio Fórmula en octubre de 1997 cuando Maxine Woodside invitó a Alma Elena Quintana a integrarse al equipo de “Todo para la Mujer” y al desaparecido programa de televisión “De Boca en Boca”. Alma Elena acepto bajo la condición de que se le diera un espacio propio*.

“Dimes y Diretes” se transmite de lunes a viernes por la Cadena Radio Uno AM (1500) de 17:00 a 18:00 horas.

Alma Elena Quintana define su programa como “una emisión juvenil que siempre tiene las notas del día, es un programa informado, divertido y entretenido, “Sí te quedas te enteras”. Ella es la conductora titular del programa aunque cuenta con algunos reporteros que pasan su información ya sea vía telefónica o grabada con anterioridad.

“Dimes y Diretes” tiene varias secciones como: “Minuto super Sue”, que es un comentario preparado por su hermana Susana Quintana quien es una de las reporteras del programa, “Reflexión del SR. O.” que es un personaje anónimo del programa que da puntos de vista críticos con un tono irónico y mordaz y “La reportera de la fascinación descubre...” que son pequeños reportajes que hace Alma Elena Quintana, además generalmente el programa cuenta con la presencia de un invitado.

La estructura de esta emisión se rige por la pauta comercial, es un programa de una hora de duración con cinco cortes comerciales, aunque estos pueden variar según las necesidades del departamento de continuidad. La información se jerarquiza y se reparte según su importancia en cada uno de los bloques del programa; en el caso de

* Ver ilustración número 6, Alma Elena Quintana pertenece a la barra femenina de 1500 AM, Radio Fórmula



**DR. LAMMOGLIA
PATRICIA KELLY**
"KELLY LAMMOGLIA
Y LA FAMILIA"

9:30 a 12:00 hrs.



**ALMA ELENA
QUINTANA**
"DÍMES Y
DIRETES"

16:00 a 17:00 hrs.



**JUAN JOSE
ORIGEL**
"HABLAR POR
HABLAR"

12:00 a 13:00 hrs.



**CRISTINA
PACHECO**
"LOSAMOS DE LA
NOCHE"

21:00 a 22:00 hrs.



**FLOR
BERENGUER**
"EN VOZ ALTA"

13:00 a 14:00 hrs.



**PATRICIA
KELLY**
"SEPTIMO
SENTIDO"

22:00 a 23:00 hrs.

las secciones existentes, no cuentan con un horario fijo, cada día se define cuales se incluirán y en que segmento.

Las fuentes de información en las que “Dimes y Diretes” se nutren, según nos comenta la conductora del programa, reporteros, cables de agencias informativas e Internet.

“Dimes y Diretes” se distingue de otros programas de espectáculos en que su conductora es una joven periodista muy audaz, dinámica, explosiva, atrevida, agresiva y polémica –según ella misma se define y en lo que sus compañeros de la estación están de acuerdo- por lo que muchas veces los actores prefieren no acudir al programa pues saben que Alma Elena no hace preguntas fáciles ni se conforma con respuestas vagas, es muy directa en sus entrevistas y esto pone incómodos a algunos artistas. Por algo Maxine Woodside bautizo a Alma Elena Quintana como “la intensidad”.

“Dimes y diretes” se incorporó a Radio Fórmula para ser parte de la segunda cadena nacional de la empresa **Cadena Radio Uno**, otra de las emisiones que la integran es “Hablar por hablar”, programa de espectáculos conducido por Juan José Origel del que enseguida expondremos sus características.

c. “Hablar por hablar”

Este título no pudo haber sido mejor para el programa que desde agosto de 1997 conduce Juan José Origel en la XEDF Cadena Radio Uno (1500 AM) de las 12:00 a las 13:00 horas de lunes a viernes*.

La carrera de Juan José Origel ha sido muy polémica, él se tituló como abogado, pero siempre se dedicó a las relaciones públicas por lo que su tránsito a los medios de comunicación se dio casi de manera natural, se inició como reportero de la fuente de sociales, colaboró en “Todo para la mujer” en 1994 y poco a poco fue dando un giro hasta convertirse en crítico de espectáculos; en el medio artístico tiene amigos, pero también muchos enemigos que no

* Remitirse a ilustración número 6, Juan José Origel forma parte de la Cadena Radio Uno 1500.

aceptan sus opiniones y sus cambios de empresa (de TV Azteca a Televisa y Radio Fórmula), sus comentarios tanto en radio como en televisión no siempre son fundamentados por lo que constantemente recibe reclamos de los aludidos.

“Hablar por Hablar” es conducido por Juan José y por la periodista Daniela Toledano, más que informar critican lo que sucede en el ámbito de los espectáculos, eventualmente cuenta con la información de un reportero que por teléfono comenta qué telenovela se estrena o qué cantante tiene nuevo disco.

Básicamente esta emisión está dedicada a “hablar por hablar” de quien se deje es un programa entretenido, simpático y polémico.

El titular del programa define “Hablar por hablar” como un programa en el que los radioescuchas se pueden enterar de los últimos chismes de la farándula, los aspectos personales de las estrellas del espectáculo, las más controvertidas anécdotas, los romances de los artistas y de algunos escándalos. Su objetivo es decir lo que a muchos no les gusta y lo que otros no quieren que se sepa, dando los últimos cotilleos de la farándula antes que otros medios.

A Juan José Origel el público lo odia o lo ama pero casi nunca tiene puntos intermedios.

El formato del programa es una hora de chismes, sin secciones, en ocasiones tiene invitados, que dependiendo de su popularidad intervienen en el programa desde diez minutos hasta toda la hora y el entrevistado se une a la crítica de Juan José Origel para hablar de sus colegas artistas.

Al igual que “Dimes y diretes”, la estructura del programa que conduce Origel se define por los cortes comerciales que marca la pauta de continuidad; es decir dividen su información en cinco bloques de programas iniciando con un teaser.

“Hablar por Hablar” no siempre es en vivo, pues el conductor divide su tiempo entre atender su programa de radio y el de televisión “La Botana”, por lo que en los casos en que la emisión es grabada no hay retroalimentación del público.

Hasta aquí, hemos señalado las características de los programas de espectáculos de ORF, sin embargo, para que estas emisiones salgan al aire, se requiere del trabajo de conductores, operadores, técnicos, reporteros, y productores, dado que el objeto de este trabajo es sugerir lineamientos para la producción de programas de espectáculos, consideramos pertinente que a continuación expliquemos en que consiste la actividad profesional de nuestro objeto de estudio, es decir, la producción y en dónde se encuentra ubicado en el organigrama de la empresa.

C. Perfil de la actividad Profesional

El hacer posible que un programa de radio salga al aire depende en gran medida del productor, éste cumple con una serie de funciones que aunadas a las de los conductores, técnicos, reporteros y demás personal involucrado, logran que se genere lo que el radioescucha recibe en su aparato receptor.

El productor en Radio Fórmula forma parte de un engrane que hace posible el funcionamiento de la empresa, y para ello se interrelaciona con otros departamentos de la misma, además cuenta con ciertos recursos para llevar a cabo su trabajo; es por ello que este apartado lo dedicaremos a explicar la ubicación del productor dentro de ORF, así como a definir las labores que realiza y los elementos con los que cuenta para lograr su actividad.

1. Ubicación del productor de programas de espectáculos en Radio Fórmula

Todos los productores de los programas hablados en Radio Fórmula dependen directamente del vicepresidente operativo de la empresa quien se encarga de asignar programas a los productores, sin embargo no hay una dirección o coordinación de producción que esté al pendiente del trabajo, evolución o necesidades de cada uno.

Los productores de los programas de espectáculos están relacionados con el departamento técnico que provee del equipo necesario para la realización de las transmisiones como consolas, micrófonos, dats, grabadoras, mini disc, elementos de los que se hablará de manera más específica en otro apartado de este mismo capítulo.

También existe una coordinación con el departamento de continuidad el cual marca las pautas comerciales y los patrocinios a seguir.

El departamento de redacción por su parte provee al productor de espectáculos de la información generada por las agencias noticiosas (UPI, Notimex, Reuters).

El productor mantiene una estrecha interrelación con el conductor del programa, juntos definen el contenido y las necesidades del programa y dan forma a la emisión de cada día, es el productor el encargado de indicar al operador de cabina las acciones a seguir para dar estructura al programa, es decir, cuando meter música, cuando fondear algún segmento, en que momento insertar cierto reportaje, cortinilla o promocional y hasta cuando dar fin al programa.

El productor también coordina a los colaboradores y reporteros del programa.

Dentro de la empresa el productor es el responsable de que la emisión salga al aire.

El productor dentro de sus actividades organiza la agenda de trabajo para los reporteros, coordina el calendario de invitados para el programa, realiza las grabaciones, ediciones, programas especiales, promocionales, coordina los controles remotos, contacta entrevistas telefónicas de última hora con el personaje o nota del día, coordina a los comentaristas del programa, vigila que aparezca en prensa publicidad del programa.

Para la producción de programas de espectáculos es necesario que el productor mantenga una estrecha comunicación con aquellos organismos que constantemente están generando la información que compete a la emisión como son: Televisa, Televisión Azteca, Canal 11, productores y empresarios de teatro, productores y empresarios

de espectáculos (Rac, Ocesa, The Entertainment Group, Showtime y otros), compañías cinematográficas (Buena Vista Pictures, Paramount Pictures, Imcine, Televisine, etc.) el Instituto Nacional de Bellas Artes, Difusión Cultural UNAM, museos, disqueras (Sony, Fonovisa, WEA, BMG Ariola, Polygram, Universal, IM Discos, Musart, y otras más), Cineteca Nacional, entre otros.

El productor es responsable de dar formato y estructura a la emisión, definir secciones y musicalizar el programa, en el siguiente apartado se hablará más detalladamente de qué manera y cuales son los elementos con que cuenta para realizar la producción de un programa.

2. Elementos para la producción de un programa de espectáculos

Para llevar a cabo su tarea el productor de programas de espectáculos cuenta con recursos técnicos y musicales, a continuación explicaremos en que consisten y cual es la utilidad de cada uno de ellos, estos elementos son muy importantes en la realización de cada emisión pues son los que hacen posible darle variedad al programa, así como mantener un equilibrio entre las voces, los silencios y la música, permiten nutrir a nuestro producto a fin de hacerlo más agradable e interesante para el radioescucha.

a. Recursos técnicos

Actualmente en Radio Fórmula opera el DALET, que es un sistema para grabación y emisión en disco duro, en él, se graban los comerciales, música y programas que después se transmiten al aire. En el DALET es posible grabar, editar y musicalizar cualquier material.

Las cabinas de transmisión y grabación de Radio Fórmula también cuentan con grabadoras de cintas de audio de tres tipos: de carrete

abierto, de cartucho y de casete, éstas son similares en cuanto a que almacenan impulsos eléctricos que pueden ser transformados en sonido, pero son diferentes en su construcción y modo de operación ya que graban de manera análoga.

La grabadora de carrete abierto desarrollada a mediados de los años treinta era hasta hace poco tiempo el caballo de batalla de las estaciones de radio, ahora su uso ha quedado muy limitado por la aparición de sistemas de grabación más modernos como la grabadora de cinta de audio digital (DAT) que tiene como ventajas una calidad en sus grabaciones igual o superior que la de un compact disc, además de que el material que contiene puede ser duplicado casi ilimitadamente sin degradar su calidad y la capacidad de un casete audio digital es de dos horas aproximadamente, el doble que un compact disc en un tamaño inferior a un casete de tipo análogo.

Por otra parte Radio Fórmula utiliza para la producción el Mini Disc (MD) que es un sistema portátil que fue desarrollado por la compañía SONY en el que se puede grabar, editar y reproducir, utiliza un disco similar al de las computadoras de 2.5 pulgadas que puede almacenar hasta 74 minutos de música o voz con una excelente calidad de audio, una de las mayores ventajas del Mini Disc es que es portátil y muy pequeño lo que lo hace una excelente opción para realizar grabaciones fuera de las instalaciones de la estación o para efectuar controles remotos además, su operación es muy sencilla.

Las ventajas de las grabadoras digitales en la producción son que se puede editar sin utilizar navajas y tener que cortar físicamente las cintas de audio; este método también permite escuchar previamente los cortes o regresar el sonido a su forma original si la edición no se logra de manera correcta, otra ventaja operacional es el rápido acceso a cualquier punto del material lo que ahorra tiempo de búsqueda.

El equipo digital ofrece una función de rotulación, que es más conveniente que las etiquetas de papel, ya que la identificación u otro tipo de información puede ser codificada dentro del medio digital. Un índice del contenido digital puede proporcionar nombres,

tiempos y demás información a través de la ventana frontal del equipo.

Además de este equipo para grabación, Radio Fórmula utiliza para la producción, reproductores de disco compactos, de casetes y distorsionadores de voz que permiten crear efectos de sonido y matizar voces, todo este equipo va conectado en cada cabina a una consola a la que también están integrados los micrófonos y teléfonos.

El productor tiene la obligación de conocer el funcionamiento de cada uno de los aparatos que se utilizan para su trabajo y de actualizarse, ya que constantemente surgen nuevas tecnologías que se adaptan a Radio Fórmula y que logran que la producción se realice cada vez con mejor calidad, más elementos y ahorro de tiempo.

A continuación realizaremos un recuento de los recursos musicales que se emplean en los programas de espectáculos de ORF.

b. Elementos musicales

Un programa de radio se crea a través de dos elementos básicamente, la voz y la música; es muy importante la voz, pues en ella van impresos los conceptos, el talento y el estilo de cada conductor, es el contenido del programa que llega al radioescucha y lo cautiva, sin embargo esa voz va aderezada con música que el productor puede utilizar de diferentes maneras para dar ritmo y estilo al programa, la música y los efectos de sonido dan a cada programa su toque característico. A continuación mencionaremos las principales técnicas y elementos de producción, así como la manera en que son empleados en cada una de las emisiones de las que hemos estado hablando.

Tema Musical

Así como “chica material” identifica inmediatamente a Madonna o “Billy Jean” evoca inmediatamente a Michael Jackson, el tema musical de un programa tiene como objetivo que en cuanto se

escuche el público identifique de que programa se trata, este tema, que generalmente es instrumental debe ser música original creada o utilizada únicamente por ese programa ya que es la personalidad del mismo.

Este tema puede ser utilizado para comenzar y terminar el programa así como en la transición de cada corte comercial.

En el caso de “Todo para la mujer”, el tema musical fue elegido desde el nacimiento de la emisión, y durante los nueve años que lleva al aire no ha sido modificado, por lo que el público que habitualmente escucha la emisión, lo identifica plenamente.

El tema musical de “Todo para la mujer” se utiliza para presentar y despedir el programa así como para ir a corte comercial y regresar de él.

“Dimes y diretes” emplea su tema musical únicamente para la entrada y la salida de la emisión.

Mientras que en el programa de Juan José Origel el tema musical que se utiliza como entrada, salida y para dar paso así como regreso al corte comercial, fue creado exclusivamente para la emisión, y en él además de las notas musicales se integro un “jingle”, es decir un juego de voces en armonía que cantan el nombre del programa.

Puente Musical

Este puente musical que generalmente dura sólo algunas notas se utiliza para crear la transición de un segmento a otro del programa, el puente musical se puede utilizar también para dar pase a cortes comerciales.

El programa “Todo para la mujer”, sólo utiliza el puente musical cuando está por comenzar la entrevista con el invitado del día y no existe un corte comercial para dar paso a esa transición.

En “Dimes y diretes” el puente musical se emplea para dar paso a los cortes comerciales y para regresar de ellos en tanto que en “Hablar por hablar” casi no se utiliza este recurso.

Música de Fondo

Esta música se utiliza para ilustrar los temas de los que se está hablando, por ejemplo, si se está entrevistando a algún cantante se usará como música de fondo el disco del mismo, o cuando se habla de algún estado de la República se puede fondear con la música típica de ese lugar.

Así mismo la música de fondo sirve para crear una atmósfera ya sea romántica, relajante o alegre entre otras. Esta música en ningún caso debe distraer del elemento principal de la producción.

“Todo para la mujer” emplea la música de fondo para ambientar la entrevista con algún cantante, para la musicalización de reportajes o cápsulas, o bien, cuando se llevan a cabo controles remotos desde diversos puntos de la república se hace uso de la música de la región a fin de que el radioescucha se sienta más identificado con el sitio desde donde se está realizando el programa.

En el caso de los programas que conducen Alma Elena Quintana y Juan José Origel respectivamente, la música de fondo se utiliza para ambientar sus reportajes y cuando se lleva a cabo alguna entrevista con cantantes o grupos musicales.

Efectos de sonido

En el caso de los programas de espectáculos los efectos de sonido se pueden utilizar para ilustrar reportajes o como elementos aislados, por ejemplo dentro del programa se pueden utilizar aplausos o rechiflas al hablar del trabajo de algún actor.

En los tres casos de las emisiones a las que nos estamos refiriendo, los efectos de sonido se usan dentro de los reportajes, y en algunas ocasiones como parte de una cortinilla.

Cortinilla

La cortinilla se utiliza para hacer la presentación de alguna de las secciones del programa, puede combinar música, efectos de sonido y voz. Por ejemplo la presentación de algún patrocinio o de la sección de teatro o de cine.

El programa “Dimes y diretes” utiliza cortinillas para presentar cada una de sus secciones, así como para dar a conocer los teléfonos, fax,

dirección e e-mail a los que el radioescucha puede remitirse para hacer contacto con el programa.

Las emisiones “Todo para la mujer” y “Hablar por hablar” únicamente emplean las cortinillas cuando existe algún segmento del programa que esté patrocinado.

Por ejemplo:

Entra música baja y fondea.

Locutor: Champiñones Monteblanco presenta unos minutos de “Todo para la mujer”.

Sube música y baja hasta desaparecer.

Para la realización de cortinillas, promocionales o reportajes se utilizan diversas técnicas para combinar la música, los efectos de sonido y la voz, entre ellas..

“Fade in” y “Fade out”

Es cuando el volumen de la música sube (fade in) o baja (fade out), se utiliza muy frecuentemente para comenzar con una música o sección o para darle fin.

Segué

Consiste en crear una transición rápida de un sonido al siguiente, se utiliza en particular para pasar de una música a otra cuando una hace un “fade out” (baja su nivel hasta desaparecer) y siguiente entra en “fade in” (entra desde un nivel bajo hasta uno normal). Este elemento musical generalmente se utiliza en promocionales.

Cross Fade

Es la disolución de una música a otra cuando una entra y la otra desaparece sin utilizar el ségué para separarlas.

Mezclar

Mezclar o “Blending” es lo que se hace al combinar dos o más elementos que se escuchan al aire simultáneamente, el “blending” puede incluir voz, música y efectos de sonido a la vez.

Todos estos son elementos que sirven para la producción de un programa de espectáculos, aunque no se debe de abusar de ellos porque finalmente el contenido del programa es lo más importante, estos tienen la capacidad de “vestir” al programa y hacerlo más atractivo al oído además de resaltar cada parte del programa.

El productor debe de ser creativo y hacer uso de todas las herramientas con las que cuenta porque la radio da al público la capacidad de imaginar de crear fantasías en su mente basándose en sonidos que deben de transmitir sensaciones y mensajes que capten su atención.

En éste capítulo hemos expuesto un contexto para conocer, por una parte a la empresa en la que nos desarrollamos (Radio Fórmula) y por otro la actividad profesional que ejecutamos, la producción de programas de espectáculos pasando por la historia de las emisiones de éste género en la radio mexicana.

Consideramos que ha sido importante conocer éstos datos para así comprender el porqué de la situación actual de las emisiones de espectáculos que analizaremos en ésta investigación.

Debido a que el objetivo de este trabajo es el elaborar lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula, en el siguiente capítulo haremos un diagnóstico de los problemas que se presentan en la producción de los programas “Todo para la mujer”, “Dimes y diretes” y “Hablar por hablar” a partir de nuestra experiencia profesional y realizando investigaciones con las personas que intervienen en éstas emisiones.

Capítulo II

El Diagnóstico

II. EL DIAGNÓSTICO

El Objetivo de esta investigación es elaborar lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula a partir del análisis de tres de estos programas, "Todo para la mujer", "Hablar por hablar" y "Dimes y directes", sin embargo para obtener esos resultados no basta con la observación y la experiencia particular, hace falta el punto de vista y los conocimientos de los directamente involucrados en estas emisiones por tal motivo, el presente capítulo se ocupará de plantear los problemas detectados por la experiencia profesional, una vez expuestos estos, se elegirá la muestra y las técnicas en las que se basará la investigación, se diseñarán los instrumentos que se utilizarán, se aplicarán los mismos y una vez vaciados los resultados se procederá a hacer una preinterpretación de los datos obtenidos, para así obtener referencias sólidas que nos lleven hacia nuestro objetivo fundamental.

A. Los problemas en la producción de programas de espectáculos

En este punto señalaremos los problemas que detectamos en la producción de programas de espectáculos dividiéndolos en dos niveles: estructural y coyuntural; los estructurales son aquellos que sólo pueden ser resueltos por la institución, mientras que los coyunturales pueden ser resueltos por la actividad profesional. Este segmento de la investigación nos parece muy importante, pues es en él que detectaremos las carencias, fallas y recursos de cada una de las emisiones según nuestra propia percepción, para a partir de ello y sumándolo a los resultados que arrojen las opiniones de los conductores y productores poder sugerir lineamientos para la producción de programas de espectáculos.

1. Problemas a nivel estructural

A partir de nuestra experiencia como productora en Radio Fórmula desde hace nueve años y en programas de espectáculos por dos, hemos podido observar una serie de problemas que van mas allá de nuestra práctica profesional, es decir surgen desde otras áreas de la empresa o a partir de la organización de la institución, pero inciden en nuestra actividad, a estos problemas los definiremos como: a nivel estructural, a continuación los enumeraremos.

Falta de un departamento o persona que coordine a los productores; dentro del organigrama de la empresa los productores de programas hablados dependen directamente de la vicepresidencia operativa, misma que también se ocupa de coordinar a los conductores y de definir toda la programación de las estaciones XERFR AM y FM, entre otras funciones por lo que hemos detectado que no existe una supervisión de las actividades de producción, cada uno de los productores realiza su trabajo según sus propios lineamientos, crea sus mecánicas de trabajo y se relaciona con el resto de los departamentos de la empresa de manera individual.

Otro de los problemas que enfrentan los productores de los programas de espectáculos es que no cuentan con una área de trabajo en la que puedan desarrollar sus actividades.

Los redactores cuentan con la oficina de noticias en donde se encuentran sus herramientas de trabajo, los continuistas tienen un espacio en el que realizan sus funciones y así sucesivamente los vendedores, técnicos y demás personal de la empresa.

Consideramos que resulta necesario en cualquier trabajo contar con una área de trabajo provista de herramientas para cada actividad, en el caso de los productores de Radio Fórmula no existe un espacio que les dé cabida; a la hora de sus programas, realizan sus funciones desde las cabinas de operación, y fuera de los horarios de transmisión de las emisiones a su cargo utilizan los estudios de grabación para armar promocionales, programas u otros materiales, sin embargo estas cabinas están saturadas de trabajo por lo que es limitado el tiempo en que se puede disponer de ellas.

Una de las labores de los programas de espectáculos es informar de lo que sucede en el ambiente artístico, para ello, el productor y los conductores se valen de diversas fuentes de información, una de ellas son las notas que llegan por medio de las agencias noticiosas al departamento de redacción, sin embargo el acceso a esta información es limitado ya que la prioridad de este departamento es proporcionar información para los noticiarios de Radio Fórmula y los informativos de cada hora, por lo que al resto de los programas (deportes, finanzas, espectáculos) se les da poco apoyo.

Por otra parte a los productores de programas no se les permite acceder a las computadoras que reciben la información de agencias porque esta es función de los redactores y es un trabajo sindicalizado que nadie puede realizar más que ellos por indicaciones de su gremio, así es que por un lado noticias no proporciona la información porque los redactores tienen mucho trabajo y por otro lado si no se es redactor no se pueden utilizar las computadoras a las que llega la información, de tal manera que para obtener cables de agencias hay que apelar a la buena voluntad de alguno de los redactores que tenga tiempo para revisar la información.

Como evidente consecuencia hay deficiencias en la información que sirve para los programas de espectáculos..

Entre los problemas que afectan a la producción es la falta de canales oficiales de comunicación con el departamento de continuidad que es el encargado de programar los cortes comerciales y patrocinios, este departamento cambia horarios de algunos segmentos, aumenta los tiempos comerciales e inserta nuevos patrocinios sin avisar a los productores, esto crea dificultades ya que en ocasiones se graban programas tomando en cuenta ciertos segmentos y tiempos comerciales pero al pasarlos al aire quedan cortos o largos porque continuidad hizo cambios de última hora..

Otro problema en el ámbito estructural que consideramos pertinente mencionar es que no existe una librería musical disponible para los productores de programas.

Cada programa de radio requiere de música original en cortinillas, promocionales, tema musical, realización de reportajes y otros

elementos que se integran al mismo, en muchos casos se utiliza la introducción o la parte instrumental de alguna canción no muy conocida para armar este tipo de material, sin embargo no es muy recomendable, pues, por un lado las leyes de derecho de autor que exigen cierta paga por la utilización de materiales registrados y por otro porque la música de cada programa debe de cumplir con la función de identificarlo, por esto existen las librerías musicales, que son colecciones de pistas, remates y efectos de sonido creados para musicalizar, al comprar estas librerías se adquiere la posibilidad de utilizar su contenido para reproducirlo al aire sin tener que pagar más derechos que el costo la misma.

En Radio Fórmula no existen librerías musicales a disposición de los productores, algunos programas, sobretodo noticiarios han contado con la fortuna de que se les compre su material, pero la mayoría de los programas incluyendo a los de espectáculos no cuentan con esta ventaja, por lo que en muchos casos, operadores o grabadores han comprado sus librerías, que no son baratas (promedio de mil a diez mil dólares) para vender algunas pistas a los programas y así recuperar su inversión.

En general los productores deben de conseguir por sus propios medios como musicalizar sus programas, ya sea pidiendo alguna pista a quienes cuentan con este tipo de material, utilizando la introducción de alguna música comercial o reciclando música que ya se había utilizado.

Otra limitante para la producción de emisiones dedicadas a los espectáculos es que no existe una fonoteca apropiada en Radio Fórmula.

Cualquier tipo de programa de radio y más aún uno de espectáculos requiere de ilustrar los temas de los que se está hablando, por ejemplo, si se comenta una noticia acerca de Emmanuel o de José José uno de los recursos que se utiliza es fondear la información con las canciones del artista, pero, la fonoteca que existe en Radio Fórmula se limita a la música que se toca en las estaciones de la compañía, que son de corte grupero, tropical y Rock'n Roll, por lo

que cada productor va creando su propio archivo musical que es en general limitado.

Dentro de los problemas técnicos que se observan que limitan el trabajo de la producción y que afectan a las emisiones al aire es la falla en el equipo y la falta de mantenimiento del mismo, no es raro que fallen desde las consolas hasta los micrófonos.

Por otra parte al estar Radio Fórmula operando con el sistema DALET, existe el riesgo de que como cualquier otra computadora falle afectando la señal al aire.

Este tipo de problemas afectan el trabajo de un productor, sin embargo no está en sus manos resolverlos, aunque parte fundamental de este trabajo es señalar que existen y que poniendo un poco de atención en ellos la producción de los programas de espectáculos que se transmiten en Radio Fórmula podría mejorar substancialmente.

A continuación señalaremos los problemas que pueden ser resueltos desde nuestra práctica profesional o al interior de nuestro departamento.

2. Problemas a nivel coyuntural

Como problemas coyunturales mencionaremos a aquellos que surgen desde nuestro departamento y que son susceptibles de ser resueltos mediante nuestra práctica profesional.

La falta de comunicación entre productores y conductores es una de las dificultades que más afectan al programa, pues esto incide en una falta de planeación de los mismos, en una empresa de comunicación esta debería de ser eficaz, sin embargo, en general deficiente, así los productores no saben que necesitan los conductores y los estos no están enterados de los problemas que surgen en la producción de los programas.

Por otra parte, una fuente de información importante para los programas de espectáculos es las compañías disqueras, las cuales regularmente tienen actividades con sus artistas, sin embargo estas no consideran a los programas hablados de espectáculos como un

trampolín para sus cantantes y al hacer promociones se enfocan más a las estaciones musicales ya que en las estaciones habladas no se toca la música de sus artistas, en este punto hemos observado que hace falta reforzar la comunicación que los productores de programas de espectáculos mantienen con los promotores de las disqueras para así estar enterado de los nuevos lanzamientos de artistas, cuales son los cantantes que presentan nuevos materiales y que conferencias de prensa están programadas.

Uno de los problemas que se ha observado tanto en "Todo para la mujer" como en "Dimes y diretes" y en "Hablar por hablar" es que ninguno de estos programas tienen bien definido sus formatos y secciones por lo que no hay una buena organización del tiempo que se le da a cada información o colaboración, además de que no hay una continuidad de los temas ya que a veces se habla de cine, teatro o música y en ocasiones todo el programa se ocupa de hablar de telenovelas, es decir no hay equilibrio en la información que se maneja además a veces hay invitados y otras no, en ocasiones al invitado se le da diez minutos de programa y en otras una hora.

En general no existe una organización previa a la emisión de los programas al aire, y si la hay no se respeta, por lo que se desperdicia mucho tiempo que consideramos se podría optimizar si para cada programa se utilizara una orden edición que asignara tiempos y espacios para cada tema o sección sin perder la frescura y espontaneidad de cada programa.

Hasta aquí hemos señalado los problemas que detectamos mediante la experiencia profesional, en el transcurso de esta investigación, a través de los instrumentos que se aplicaran, seguramente encontraremos otros que hasta el momento habían escapado a nuestra percepción.

A continuación indicaremos la muestra que se eligió para nuestra investigación, explicando por que cada unidad de la muestra resulta importante para este trabajo.

B. Selección de la muestra

Para efectos de esta investigación se utilizarán dos tipos de muestra: la aleatoria simple que Ander-Egg, define como "La base de todo muestreo probabilístico; consistente en que todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos directamente como parte de la muestra"¹, y la muestra razonada o intencionada que según explica el mismo autor: "Este tipo de muestra supone o exige un cierto conocimiento del universo a estudiar; su técnica consiste en que el investigador escoge - intencionadamente y no al azar- algunas categorías que él considera típicas o representativas del fenómeno a estudiar."².

Las tres muestras que se estudiarán son los productores de los programas de espectáculos, los conductores de los mismos y el público radioescucha, a continuación se describirá cada una de las muestras.

1. La muestra de productores

A efectos de esta investigación se tomara como primera muestra de tipo razonada a los productores de los programas de espectáculos de Radio Fórmula, específicamente a Jorge Carbajal productor de "Hablar por hablar", Conty González Baez, productora de "Dimes y diretes" y Sofia de la Luz López, productora del programa "Todo para la mujer" ya que estas tres personas son las responsables de las emisiones al aire y quienes según sus puntos de vista y experiencias personales hablarán de los problemas que enfrentan al realizar sus funciones, así como las fallas y complicaciones que detectan tanto en la organización como en cada uno de sus programas, también a estos tres entrevistados se les pedirá que expresen sus propuestas para mejorar la producción de los programas de espectáculos de Radio Fórmula.

¹ ANDER-EGG. Técnicas de investigación social. Ed. Hvmánitas, Buenos Aires, 1970.p.183

² Idem. p. 186

2. La muestra de conductores

La segunda muestra de la que se ocupará este trabajo y que se seleccionará de manera racionada o intencionada son los conductores titulares de los programas "Todo para la mujer", "Hablar por hablar" y "Dimes y diretes", es decir, Maxine Woodside, Juan José Origel y Alma Elena Quintana pues ellos son la imagen central de estas emisiones y quienes ponen de por medio su buen nombre y reputación cada vez que los programas salen al aire, finalmente ellos son los más interesados en que estas emisiones gocen de prestigio, credibilidad y aceptación por parte del público y ellos son en gran medida responsables del contenido.

A estas tres personas se les pedirá su punto de vista acerca de como consideran que en este momento está funcionando la producción en sus programas, así como que modificaciones harían.

3. La muestra de radioescuchas

La tercera muestra que se tomara en cuenta para analizar la producción de los programas de espectáculos de Radio Fórmula será el público. Se utilizará una muestra aleatoria simple bajo la condición de que se elegirá al azar de diez a quince radioescuchas que vayan en un día a recoger premios de cualquier programa de Radio Formula.

Al formar la muestra de esta manera, nos aseguramos que todas los cuestionados sean personas que escuchan alguna de las estaciones de ORF, pero no necesariamente seguidores de alguno de los programas en los que estamos basando nuestra investigación.

Es importante lo que esta muestra puede aportar a la investigación pues es al público hacia quienes van dirigidas estas emisiones de espectáculos, son ellos quienes hacen de los programas un éxito o un fracaso y consideramos que deberían ser mas tomados en cuenta a la hora de definir el estilo, secciones y contenidos de los programas.

C. Técnicas a emplear

Una vez seleccionada la muestra se aplicarán las técnicas, en esta investigación se utilizarán dos tipos de técnicas, la entrevista para los productores y conductores y el cuestionario para los radioescuchas a continuación se explicará porque se eligió cada una de estas técnicas con cada muestra y de que manera se llevarán a cabo.

1. La Entrevista

Se entiende por entrevista "Una conversación entre dos personas por lo menos, en la cual uno es el entrevistador y otro u otros son los entrevistados; estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional."³

Estas entrevistas se aplicaran tanto a los productores de los programas de espectáculos de Radio Fórmula como a los conductores de los mismos y serán entrevistas estructuradas "Esta forma de entrevista se realiza sobre la base de un formulario previamente preparado y estrictamente normalizado, a través de una lista de preguntas establecidas con anterioridad."⁴

Se eligió la técnica de entrevista en estos casos porque buscamos obtener información precisa acerca de cómo perciben y qué problemas detectan tanto los productores como los conductores en la producción de los programas de espectáculos de Radio Fórmula; aunque el tipo de entrevista a utilizar será estructurada, se pretende que cada una de ellas dé a los entrevistados la oportunidad de exponer problemas que tal vez hasta ese momento no habían sido detectados para efectos de esta investigación que pretende elaborar lineamientos para la producción de programas de espectáculos, así

³ ANDER-EGG. Técnicas de investigación social. Ed. Hvmánitas, Buenos Aires, 1970, p.226

⁴ Idem. p.227

como aportar sugerencias para resolver los conflictos que los entrevistados detectan.

Además la experiencia de los entrevistados (tanto conductores como productores) será fundamental para poder llegar a nuestro objetivo.

2. El Cuestionario

Para la tercera muestra, los radioescuchas, se utilizará como técnica el cuestionario que Ander-Egg define como "Un instrumento de recopilación de datos, rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación. Esta operacionalización se realiza mediante la formulación escrita de una serie de preguntas que, respondidas por los sujetos de la encuesta, permiten estudiar el hecho propuesto en la investigación o verificar hipótesis formuladas."⁵

El tipo de cuestionario que se aplicará a los radioescuchas será de preguntas abiertas, es decir, "aquellas en las que el interrogado construye la respuesta con su propio vocabulario, diciendo cuanto desea sobre la cuestión planteada y sin tener ningún límite alternativo para su respuesta."⁶

Con esta técnica se pretende definir cual es la opinión del público en cuanto a los programas "Todo para la mujer", "Hablar por hablar" y "Dimes y diretes", qué les gusta y qué no de estos programas y cuáles temas o secciones desearían escuchar.

Al público se le preguntarán sus preferencias en los programas de espectáculos, porqué les gusta escucharlos y cuál es su favorito de los programas que conocen, además, cómo sugieren que deben de ser en su opinión los conductores.

Estas opiniones son importantes pues finalmente el público es el que consume los programas y los sintoniza o cambia de estación.

El criterio para la utilización del cuestionario es que permitirá conocer la opinión del auditorio de manera concreta y ordenada,

⁵ Ibidem. p.273

⁶ Idem. p.275

sobre una base de preguntas formuladas previamente que podrá ser sistematizada para su interpretación.

D. Elaboración de los instrumentos

Para diseñar los instrumentos: tanto los cuestionarios como las entrevistas se hará en base a tablas de especificaciones, que permitirán formular preguntas que arrojen la información que buscamos con base en nuestro objeto de trabajo.

A continuación se describirá en que consisten estas tablas de especificaciones, cuáles son los elementos que las integran y su utilidad, además se diseñara una tabla para cada una de las muestras.

1. Tablas de especificaciones

La tabla de especificaciones es un instrumento que nos permite la construcción de los items (o preguntas) que se van a utilizar en el proceso de investigación.

Las preguntas a realizar se diseñan con base a tres categorías preliminares:

Objeto de trabajo: indica la actividad, el tema o el producto que se va a desarrollar para cubrir la necesidad profesional que se desea resolver.

Dimensiones: Son los contenidos generales de que se trata el objeto de trabajo.

Indicadores: Son los tópicos específicos que se derivan de las dimensiones: asuntos a tratar o subtemas.

Preguntas: Se formulan en función de cada tópico y responden a un tema en particular.

La tabla de especificaciones se presenta en forma de cuadro como lo indica la siguiente figura:

Objeto de trabajo	de	Dimensiones	Indicadores	Preguntas

Se elaboraran tres tablas de especificaciones las primeras dos para las entrevistas a productores y conductores de programas de espectáculos y la tercera para el cuestionario que se aplicará a la muestra de los radioescuchas.

A continuación se muestran las tres tablas de especificaciones y los cuestionarios que se aplicarán.

2. La elaboración de entrevistas a conductores

Aquí presentaremos la tabla de especificaciones para la obtención del cuestionario que se aplicará en la entrevista a los conductores de los programas de espectáculos de Radio Fórmula, es decir a Maxine Woodside, Alma Elena Quintana y Juan José Origel, después de la tabla de especificaciones en donde sólo aparecerán las preguntas enumeradas, se presentara el cuestionario que se utilizará ya jerarquizado.

Tabla de especificaciones

Objeto de trabajo	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	
Producción de programas de espectáculos	Perfil del programa	Público	1,6,7	
		Temática	2,11	
		Colaboradores	4	
		Horario	8	
	Formato	Estructura	13	
		Pre-Producción	12	
		Secciones	3	
		Guion	14	
		Invitados	5	
		Recursos	Apoyo publicitario	15
			Apoyo Financiero	16
			Recursos Humanos	17
	Factores Externos		Competencia	19
	Contenido	Fuentes de información	9,10	
Autocensura		18		

Cuestionario para la entrevista dirigida a los conductores de programas de espectáculos

1. ¿Hacia qué público está dirigido el programa “Todo para la mujer” / “Hablar por hablar”/ “Dimes y diretes”?
2. ¿Qué temas aborda el programa?
3. ¿Qué secciones integran la emisión?
4. ¿Quiénes colaboran en el programa?
5. ¿Cómo participan los artistas en la emisión?
6. ¿Cómo participa el público en el programa?
7. ¿Cuál considera que es el principal atractivo del programa para el radioescucha?
8. ¿Cuál es el horario, la duración y el rating promedio del programa?
9. ¿De dónde surge la información que nutre al programa?
10. ¿Esta información se corrobora?
11. ¿Cómo se eligen los temas para cada emisión?
12. ¿Existe una organización previa de la salida al aire en cada emisión?
13. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?
14. ¿Se utiliza guión en el programa “Todo para la mujer”/ “Dimes y diretes”/ “Hablar por hablar”?

15. ¿Qué recursos se emplean para publicitar el programa?
(espectaculares, promocionales, anuncios en prensa)
16. ¿De qué recursos materiales se carece, que puedan limitar y afectar a la emisión?
17. ¿De qué recursos humanos se carece, que puedan afectar o limitar al programa?
18. ¿Aplica algún tipo de autocensura?
19. ¿Cómo afecta a su programa la competencia generada por otras emisiones de espectáculos?

3. La elaboración de entrevista a los productores

En éste espacio se presentará la tabla de especificaciones que se realizó para obtener las preguntas del cuestionario que se aplicará para la entrevista a los productores de los programas “Todo para la mujer”, “Dimes y Diretes” y “Hablar por Hablar”, a continuación se mostrará el cuestionario con las preguntas ya jerarquizadas.

Tabla de especificaciones

Objeto de trabajo	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Producción de programas de espectáculos	Perfil del programa	Perfil del productor	14
		Perfil del conductor	8
		Colaboradores	9
		Público	1,10,12
		Horario	13
	Contenido	Fuentes de Información	3
		Responsables del contenido	4
		Temas	2
		Artistas	11
	Estructura	Guión	16
Secciones		5	
Orden de edición		17	
Elementos musicales		18	
Estructura		6,7	
Organización del trabajo	Relación con otras áreas de la empresa	19	
	Pre-producción	15	
Recursos	Recursos Técnicos y materiales	20,21	
	Apoyo de la empresa	22,23	
Factores externos	Competencia	24	

Cuestionario dirigido para entrevistar a la muestra de los productores

1. ¿Hacia qué público está dirigido el programa “Todo para la mujer”/ “Hablar por hablar”/ “Dimes y diretes”?
2. ¿Qué temas aborda la emisión?
3. ¿De qué fuentes obtiene información el programa?
4. ¿Quién o quiénes son los responsables del contenido del programa?
5. ¿Qué secciones integran la emisión?
6. ¿Cuál es la estructura del programa? ¿Se respeta?
7. ¿Consideras que es importante llevar una estructura en un programa de espectáculos, por qué?
8. ¿Cómo es la personalidad del conductor titular del programa “Todo para la mujer”/ “Hablar por hablar” / “Dimes y diretes”?
9. Además del titular ¿Quiénes intervienen al aire en el programa?
10. ¿Cómo participa el público en el programa?
11. ¿Cómo participan los artistas en la emisión?
12. ¿Cuál o cuáles considera que son los principales atractivos del programa para el público?
13. ¿Cuál es el horario del programa, su duración y su rating?

14. ¿Cuáles son sus funciones como productor de programa de espectáculos?
15. ¿Existe una organización previa a la emisión del programa al aire, en qué consiste?
16. ¿Se utiliza guión en el programa, considera útil el uso del mismo?
17. ¿Se utiliza una orden de edición en la emisión, considera pertinente utilizarla?
18. ¿Qué elementos musicales utiliza en el programa?
19. ¿Con qué áreas de la empresa se relaciona para la producción del programa?
20. ¿Con qué elementos técnicos cuenta para la producción del programa? y ¿De cuáles carece?
21. ¿Con qué elementos materiales cuenta para la producción de la emisión y de cuáles carece?
22. ¿Considera que la empresa (Radio Fórmula) lo apoya en la producción del programa?
23. ¿Cómo productor de un programa de espectáculos, cuáles son los problemas que enfrenta cotidianamente?
24. ¿Cómo considera que afecta al programa la competencia generada por otros programas de espectáculos de la radio?

4. La elaboración del cuestionario para los radioescuchas

A continuación se mostrará la tabla de especificaciones que se generó para obtener las preguntas que integran el cuestionario que se aplicará a los radioescuchas, posteriormente se presentarán las preguntas ya jerarquizadas.

La elaboración del cuestionario para los radioescuchas

Objeto de trabajo	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Producción de programas de espectáculos	El programa	Cuál escucha	Pregunta 1
		Razones para escucharlo	Pregunta 2
		Preferencias	Pregunta 3
		Horario	Pregunta 4
		Duración	Pregunta 5
		Características generales	Pregunta 6
	El conductor	Características	Pregunta 7
		Sugerencias	Pregunta 8
	El contenido	Temas	Pregunta 9

Cuestionario que se aplicará a la muestra de radioescuchas

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?
2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?
3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y porqué?
4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?
5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?
6. ¿Qué características desea escuchar en un programa de espectáculos en radio?
7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión para que le guste escucharlo?
8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?
9. ¿Si usted fuera el conductor de un programa de espectáculos cómo lo haría?

E. Aplicación de las entrevistas y los cuestionarios

Las entrevistas y los cuestionarios se realizaron entre el 11 de noviembre de 1998 y el 20 de diciembre del mismo año, en la sección de anexos de este trabajo se encuentran las transcripciones de cada uno de los instrumentos aplicados tanto a los conductores, productores y radioescuchas.

A continuación presentaremos las tablas de especificaciones de cada una de las muestras, así como la preinterpretación de los resultados obtenidos.

F. Vaciado de los datos y preinterpretación de los resultados

Enseguida mostraremos el vaciado de datos de los instrumentos que se aplicaron a las muestras, en primer lugar, la tabla de las entrevistas a los productores, así como la preinterpretación de los resultados arrojados por la misma, a continuación, se presentara el vaciado de datos de la muestra de los conductores y su preinterpretación, y por último se hará el mismo procedimiento con los cuestionarios que los radioescuchas contestaron.

Las tablas de vaciado de datos sirven para poder visualizar las respuestas de los entrevistados y hacer un cruce de datos a fin de encontrar coincidencias y diferencias, además, estas nos permiten realizar una síntesis de lo más importante de cada una de las respuestas obtenidas.

En este caso las tablas correspondientes de las muestras de los productores y conductores constan de cuatro columnas, en la primera esta la pregunta y en las otras tres las respuestas de cada uno de los entrevistados, en el caso de la tabla de los cuestionarios, se utilizó el mismo sistema, pero son once columnas, ya que diez corresponden a los individuos de la muestra y una (la primera) a las preguntas del cuestionario.

1. Vaciado de los datos Entrevista a productores

PREGUNTA	TODO PARA LA MUJER SUSANA LOPEZ	DIMES Y DIRETES CONTI GONZALEZ	HABLAR POR HABLAR
1.- ¿Hacia qué público esta dirigido el programa?	Amas de casa de más de 30 años.	Mujeres y hombres de entre 18 años y 45 años.	Amas de casa con más de 25 años.
2.- ¿Qué temas aborda el programa?	Teatro, telenovelas, cine, museos, cultura, música, chismes de los artistas, noticias del espectáculo.	Música, teatro, cine, televisión.	Teatro, conciertos, artistas, chismes de los artistas.
3.- ¿De qué fuentes obtiene la información del programa?	Cables de agencias, reporteros, informadores, contactos con artistas y productores, invitados en el estudio, efemérides, Boletines de prensa, periódicos, revistas.	Cables de agencias, contacto directo con los artistas, productores de teatro, disqueras, observar telenovelas, entrevistas en eventos.	Periódicos, revistas, Internet y eventos que se cubren.

4.- ¿Quiénes son los responsables del contenido?	La titular, los co-titulares, los reporteros y la producción.	La titular, los co-titulares y la producción.	El productor y los reporteros.
5.- ¿Qué secciones integran el programa?	Museos, horóscopos, cine, entrevistas e información general.	Recomendaciones, la nota del día, reportajes grabados, la pregunta del día, la reportera de la fascinación.	No hay secciones
6.- ¿Cuál es la estructura del programa?	La primera hora y media es chisme, la última hora entrevista.	La estructura se determina por bloques y la jerarquización de las notas, al final la entrevista cuando hay.	Notas divididas y jerarquizadas en 5 bloques decretados por los comerciales y un teasser de entrada.
7.- ¿Cuál consideras que es la importancia de la estructura del programa?	Es muy importante porque logra la organización de los temas y la información y el mejor aprovechamiento del tiempo, además el público se acostumbra	Es básica ya que el tiempo es muy limitado y al tener claro que va en cada bloque da un orden de pensamiento y mejor concentración.	No es importante.

	a escuchar ciertas secciones en ciertos horarios.			
8.-¿Cómo es la personalidad del conductor titular del programa?	Maxine Woodside goza de prestigio y veracidad, además es respetado por los artistas, tiene credibilidad.	Ana Elena Quintana es una fan de los artistas, disfruta de los espectáculos, el cine, la música, el teatro, y por eso el público se identifica con ella.	Dinámico, ocurrente, alegre, Juan José Origel tiene un estilo muy particular de dar la información	
9.- Además del titular ¿Quiénes intervienen al aire en el programa?	Los co-titulares, los reporteros de diversas fuentes, en total 13 personas que van en diferentes días.	Susana Quintana (reportera), Cesar Hernández (reportero).	La co-conductora Daniela Toledano	
PREGUNTA	TODO P/ LA MUJER SUSANA LOPEZ	DIMES Y DIRETES CONTI GONZALEZ	HABLAR POR HABLAR	
10.-¿Cómo participa el público en el programa?	Por medio de llamadas para dar su opinión, E-mails, correspondencia y visitas a la estación.	Vía telefónica, E-mail y visitas a la estación.	A través de llamadas para dar su opinión y sugerir temas.	

11.-¿Cómo participan los artistas en el programa?	En entrevistas en el estudio, vía telefónica, entrevistas en eventos, además pueden llamar cuando quieren para aclarar o abundar en alguna información.	Invitados en vivo, entrevistados en algún evento o llaman para aclarar o agradecer algún comentario.	Diario hay un artista invitado.
12.-¿Cuál o cuáles consideras que son los principales atractivos del programa?	El chisme, la variedad de opiniones, las notas del día, la personalidad de los conductores, la veracidad de la información y la participación de los artistas	La personalidad de Alma Elena Quintana y el dinamismo y frescura del programa.	El conductor y la información actual.
13.- ¿Cuál es el horario del programa, frecuencia y rating?	Lunes a domingo de 11 a 13 hrs. 970 AM y 103.3 FM	Lunes a viernes 17 a 18 hrs. 1500 AM, .35 rating.	Lunes a viernes 12 a 13 hrs. 1500 AM.
14.-¿Cuáles son tus funciones como productor de programa?	Coordinar a los invitados, checar la información, grabar, editar promocionales,	Poner orden en el programa, organizar a los conductores y la información, vigilar	Contactar a los invitados, hacer el enlace de las llamadas telefónicas, preparar la

	reportajes, programas especiales, coordinar a los conductores, coordinar estudio y equipo para grabar, estar en contacto con disqueras, productores de teatro, cine y televisión.	que se siga la orden de edición y la continuidad, coordinar estudio, grabaciones.	información, localizar eventos.
15.- ¿Hay una organización previa a la emisión del programa? ¿En que consiste?	Se revisa la información de agencias, se prepara un teasser, con las notas de los periódicos, se contacten entrevistas telefónicas de última hora, se prepara la música.	Una hora antes hay una junta con los conductores y para producción que decidir información va en el programa, que sonidos, que música y en que orden.	Localizar la información, tener jerarquizarla, listos los enlaces telefónicos y la música que se va a utilizar.
16.- ¿Se utiliza guión en el programa? ¿Consideras necesario el uso del guión en	No se usa guión pues es un programa de opinión.	No se usa guión, pero si una orden de producción.	No se usa guión, los comentarios son espontáneos.

<p><i>este tipo de emisiones?</i></p> <p>17.- <i>¿Se utiliza una orden de edición? ¿Consideras pertinente utilizarla en el programa?</i></p>	<p>No se utiliza, sería bueno utilizarla para tener un orden en el programa y así aprovechar mejor el tiempo.</p>	<p>Si se utiliza, sirve para que tanto el productor, conductores y operador sepa que tema sigue, cuando meter música y así tener menos errores.</p>	<p>Si se utiliza, sirve para saber el orden de cada nota.</p>
<p>PREGUNTA</p>	<p>TODO P/ LA MUJER SUSANA LOPEZ</p>	<p>DIMES Y DIRETES CONTI GONZALEZ</p>	<p>HABLAR POR HABLAR</p>
<p>18.- <i>¿Qué elementos musicales se utilizan en el programa?</i></p>	<p>Tema musical del programa para entrada, salida y pase a corte y música para fondear las notas de algún cantante y/o las entrevistas.</p>	<p>Tema musical del programa para entrada, salida y pase a corte, cortinillas para presentar secciones, fondo musical o música de fondo para hablar de algún cantante.</p>	<p>Tema musical para identificar el programa, música de fondo para algunas notas.</p>
<p>19.- <i>¿Con qué áreas de la empresa se</i></p>	<p>Continuidad.- marca los cortes.</p>	<p>Continuidad.- comerciales.</p>	<p>Continuidad. Técnicos.</p>

<p><i>relaciona para la producción del programa?</i></p>	<p>Noticias.- proporciona cables de agencias. Técnicos y grabaciones.- proporcionan el equipo técnico. Directores musicales de las otras estaciones.</p>	<p>Noticias.- cables de agencias. Ingeniería, técnicos y grabaciones Estaciones musicales de la empresa para que presten discos.</p>	<p>Noticias. Grabaciones.</p>
<p><i>20.- De qué elementos técnicos o materiales carece para la producción del programa y que son necesarios</i></p>	<p>Area de producción con islas para escuchar música o grabaciones, acceso a computadoras para revisar la información de agencias o escribir algún texto, fonoteca y librería musical.</p>	<p>No hay una oficina, ni un espacio para los productores, para escuchar el material que se va a editar o la música que se va a utilizar, fonoteca, librería de efectos y sonidos.</p>	<p>Acceso a las computadoras a las que llega la información de agencias, fonoteca, librería musical.</p>
<p><i>22.-¿ Considera que Radio Fórmula lo apoya en la producción del programa?</i></p>	<p>Hace falta apoyo a los productores, como un área de producción, apoyos publicitarios.</p>	<p>El principal apoyo es la plena libertad para realizar el programa en cuanto a contenido, pero hace falta</p>	<p>Hace falta apoyo para que los productores tengan un área de trabajo y los elementos técnicos.</p>

		<p>facilidades para los productores (estudios, oficinas, fax, teléfonos, archiveros, etc.).</p>	
<p>23.-Cómo productor de un programa de espectáculos ¿Cuáles son los problemas a los que se enfrenta constantemente?</p>	<p>Tratar de ordenar a los conductores ya que son muchos y hay que apurarlos con los tiempos, lograr que respeten la pauta comercial, cancelación de entrevistas.</p>	<p>Es difícil lidiar con los con los artistas ya que constantemente cancelan entrevistas y son difíciles de localizar y conseguir música para el programa ya que no hay fonoteca.</p>	<p>Cambios constantes y sin ninguna notificación de la continuidad, falta de reporteros, cancelaciones de los invitados.</p>
<p>24.- ¿Cómo afecta al programa la competencia generada por otros programas de espectáculos?</p>	<p>El programa debe de mantenerse actualizado y tener credibilidad, ya que hay muchas opciones en la radio.</p>	<p>No afecta, ya que es el único programa de espectáculos por la tarde.</p>	<p>Hay que mantener el programa ágil y actualizado, ya que es tanta la competencia que el público puede sencillamente cambiar al día.</p>

Preinterpretación de las entrevistas a los productores de programas

A través de las entrevistas que se realizaron a los productores de los programas de espectáculos “Dimes y diretes”, “Todo para la mujer” y “Hablar por hablar”, podemos llegar a las siguientes pre interpretaciones:

*Los productores apuntan que los programas van dirigidos principalmente a las amas de casa.

*Los temas que abordan son teatro, televisión, música, cine, los programas “Hablar por hablar” y “Todo para la mujer” utiliza el chisme en sus programas, mientras que “Dimes y diretes” prefiere informar.

*Respecto a las fuentes de información de los programas los tres productores señalaron que se basan en información generada en eventos que se reportean, “Hablar por hablar” además utiliza información publicada en periódicos y revistas y “Dimes y diretes” y “Todo para la mujer” mencionaron el contacto directo con televisoras, disqueras, actores y productores de teatro y televisión e información de agencias, “Todo para la mujer” además cuenta como fuentes con reporteros, boletines de prensa, efemérides, informadores e invitados en el estudio.

*En cuanto a los responsables del contenido del programa “Todo para la mujer” y “Dimes y diretes” coinciden en que es un trabajo conjunto de conductores y productores, mientras que en “Hablar por hablar” únicamente la producción y los reporteros son responsables del contenido.

*Respecto a las secciones que integran los programas los productores señalaron que en “Hablar por hablar” no hay secciones, en tanto que los programas “Dimes y diretes” y “Todo para la mujer” si tienen algunas secciones.

En el caso de “Dimes y diretes” cuenta con las secciones: la reportera de la fascinación, recomendaciones de espectáculos y planean integrar nuevas, en tanto que “Todo para la mujer” tiene como secciones: cine, horóscopos, museos y entrevista.

*En cuanto a la estructura de los programas los entrevistados señalaron que en “Dimes y diretes” y “Hablar por hablar” ésta se construye por notas jerarquizadas divididas en 5 bloques de programa marcados por la pauta comercial, en tanto que en “Todo para la mujer” la estructura consiste en la primera hora y media de chismes e información mezcladas y la última hora se dedica al invitado en el estudio.

*Los productores de “Dimes y diretes” y “Todo para la mujer” coinciden en que la estructura del programa es importante para organizar y jerarquizar la información y así aprovechar mejor el tiempo, mientras que el productor de “Hablar por hablar” piensa que la estructura no es importante.

*Al respecto de la personalidad de los conductores, los productores señalaron características muy diferentes en cada uno de ellos: Maxine Woodside de “Todo para la mujer”, es según su productor una mujer que goza de prestigio y veracidad, Alma Elena Quintana de “Dimes y diretes” es una fan de los artistas apasionada de su trabajo, mientras que Juan José Origel conductor de “Hablar por hablar” es dinámico, ocurrente y alegre.

*En los tres programas además del conductor titular hay co-conductores y colaboradores, desde uno en “Hablar por hablar” hasta trece en “Todo para la mujer”.

*Los tres productores coinciden en señalar que la opinión del público es muy importante y participan mediante llamadas telefónicas y visitas a las instalaciones.

*En cuanto a los artistas los entrevistados señalaron que en los tres casos, los artistas acuden al programa, mientras que en “Todo para la mujer” y “Dimes y diretes” los actores también llaman por teléfono al programa para hacer aclaraciones y son entrevistados en los eventos.

*Cuando se les preguntó cuál era a su juicio el principal atractivo del programa los tres productores señalaron la personalidad de los conductores titulares y la actualidad en la información, en “Todo para la mujer” también se mencionó la participación de los artistas, la veracidad en la información y la variedad de opiniones.

*Según mencionan los entrevistados las funciones de un productor de programas de espectáculos son en general preparar la información, contactar a los invitados, hacer enlaces telefónicos, localizar los eventos a cubrir y organizar el programa en su orden y estructura, además la producción de "Todo para la mujer" mencionó grabar y editar promocionales, reportajes, programas especiales y estar en contacto con las fuentes de información.

*Al respecto a la organización previa a la emisión del programa al aire los tres productores señalaron que si hay una pre-producción, aunque ésta es más exhaustiva en "Dimes y diretes", seguido por "Hablar por hablar" y el programa con menos organización es "Todo para la mujer".

*Cuando se les preguntó a los productores sobre el uso del guión para los programas de espectáculos los tres coincidieron en señalar que no se utiliza ya que no es útil para este tipo de programas porque los comentarios son más espontáneos.

*Los productores de "Dimes y diretes" y "Hablar por hablar" señalaron que utilizan una orden de edición que guía el seguimiento y la organización de los programas, la productora de "Todo para la mujer" comentó que aunque no se utiliza si es conveniente una orden de edición para tener el programa en orden y aprovechar mejor el tiempo.

*Al respecto de los elementos musicales que se utilizan en los programas, los tres productores mencionaron el tema musical del programa para identificar entrada, salida y pase a corte comercial y música de fondo para ambientar alguna entrevista o nota; "Dimes y diretes" además emplea música para cortinillas y puentes musicales.

*Los productores de los programas de espectáculos de Radio Fórmula señalaron que se relacionan con las áreas de continuidad, que define la pauta comercial; noticias, que provee a los programas de información, técnicos e ingeniería que dotan a la estación de equipo y mantenimiento; grabaciones, que coordina los tiempos de cabina, además la producción de "Todo para la mujer" y "Dimes y diretes" mencionaron a los directores artísticos de las estaciones musicales de la empresa para conseguir música para los programas.

*Respecto a los elementos técnicos y materiales de los que se carece los productores coincidieron en señalar que hace falta una área de producción con computadoras y acceso a agencias e Internet además de reproductoras para escuchar lo que se va a utilizar en el programa y una fonoteca.

*Cuando se les preguntó si Radio Fórmula los apoyaba para realizar su trabajo los productores de "Todo para la mujer" y "Hablar por hablar" señalaron que hace falta espacios equipados para trabajar, mientras que la productora de "Dimes y diretes" dijo que el principal apoyo que se le daba era la libertad total para realizar su trabajo.

*En cuanto a los problemas que cotidianamente resuelve un productor los tres entrevistados coincidieron en señalar que uno de sus problemas consiste en lidiar con los artistas, por su parte la productora de "Todo para la mujer" señaló como conflictos los siguientes: organizar a los conductores y hacer que respeten la pauta comercial.

La productora de "Dimes y diretes" habló en este punto la dificultad de conseguir música para el programa mientras que el productor de "Hablar por hablar" señaló la falta de reporteros y los cambios constantes en la pauta comercial.

*Al respecto de la competencia los productores de "Todo para la mujer" y de "Hablar por hablar" señalaron que hay que mantener los programas actualizados, ágiles y con credibilidad ya que hay demasiadas opciones en la radio, mientras que la productora de "Dimes y diretes" aseguró que la competencia no afecta a su programa ya que es el único de este tipo por la tarde.

Enseguida se presentará la tabla de especificaciones correspondiente a las entrevistas a los conductores de programas de espectáculos de Radio Fórmula y la preinterpretación de los resultados.

2. Vaciado de datos de la entrevista a conductores

PREGUNTA	TODO PARA LA MUJER MAXINE WOODSIDE	DIMES Y DIRETES ALMA ELENA QUINTANA	HABLAR HABLAR JUAN ORIGEL	POR JOSE
1.- Hacia qué público va dirigido el programa	Mujeres, amas de casa entre 18 y 80 años.	Hombres y mujeres entre 18 y 45.	Amas de casa.	
2.- ¿Qué temas aborda el programa?	Espectáculo y frivolidades, temas de interés para la mujer.	Cine, teatro, televisión, telenovelas, artistas.	Televisión, cine, música.	teatro,
3.- ¿Qué secciones integran el programa?	Cine, telenovelas, museos, cultura, chismes.	Recomendaciones de la semana, la reportera de la fascinación, minuto de noticias, entrevistas, club de fans.	No hay secciones.	
4.- ¿Quiénes colaboran en el programa?	3 co-conductores 6 colaboradores 1 astróloga	2 co-conductores.	Una co-conductora.	
5.- ¿Cómo participan los artistas en el programa?	Invitados en el estudio y por teléfono	Invitados en el estudio, entrevistados en	Invitados en la cabina y por teléfono.	

<i>programa?</i>				eventos.	
6.-¿Cómo participa el público?	Por teléfono dan sus opiniones y preguntas a los invitados.		Dan su opinión por teléfono y hay club de fans.		Por teléfono.
7.-¿Cuál consideras que es el principal atractivo del programa?	Variedad de opiniones de los colaboradores.		Noticias que al otro día se van a publicar en los periódicos, se dice la nota no el chisme.		Se dice lo que no se ve en la televisión.
8.-¿Cuál es el horario, duración y rating del programa?	Lunes a viernes, 11 a 13:30 Sábado y domingo 13 a 15 Rating 1.40		De 17 a 18 de lunes a viernes Rating .15		12 a 13 de lunes a viernes .58
9.- De dónde surge la información	Cada colaborador la trae, cables, periódicos, la nota del día.		Cine, teatro, televisión, disqueras, eventos.		Revista, periódicos, cables, eventos.
10.-Esta información se corrobora	Casi toda.		Siempre.		A veces sí, otras no.
11.-¿Cómo se eligen los temas para cada	Cada quién trae su tema y lo desarrolla.		Por su actualidad y por su interés para el		Actualidad y artistas de moda.

<i>emisión?</i>				público.	
<i>12.-Existe una organización previa a la salida al aire de cada emisión</i>	No, se musicaliza sobre la marcha.		Una hora antes hay pre-producción, se eligen los temas y se jerarquiza, se graba la semblanza del invitado.	Se revisa la información, y se jerarquiza y se musicaliza.	
<i>13.-¿Cuál es la estructura del programa? ¿Se respeta?</i>	La primera hora y media chisme e información, la última entrevista.		Se rige por la orden de edición del día, se inicia con la nota más importante y se jerarquiza.	La estructura esta marcada por los cuales en los que se divide la información y un teasser de entrada.	
<i>14.-Se utiliza guión en el programa</i>	No.		No, sólo una orden de edición.	No.	
<i>15.-¿Qué recursos se emplean para publicitar el programa?</i>	Promocionales en la estación y periódicos.		Promocionales en la estación, a veces anuncios de periódico.	Promocionales en la estación.	

PREGUNTA	TODO PARA LA MUJER MAXINE WOODSIDE	DIMES Y DIRETES ALMA ELENA QUINTANA	HABLAR HABLAR JUAN ORIGEL	POR JOSE
16.- De qué recursos materiales carece el programa	Falta de publicidad.	Sistemas digitales, adaptarse a tecnología actual.	Más publicidad.	
17.- De qué recursos humanos se carece	Reporteros.	Reporteros.	Reporteros.	
18.- Aplica algún tipo de censura	Ninguna.	Si, no se habla de sexo, morbo ni temas vulgares.	No.	
19.- ¿Cómo afecta a su programa la competencia?	Ha afectado porque hay muchos programas a la misma.	No porque es el único a esa hora a que va dirigido a jóvenes.	Afecta en que hay que mantener el programa actualizado y dinámico.	

Preinterpretación de los resultados en las entrevistas con los conductores

Después de entrevistar a los conductores de los programas de espectáculos de Radio Fórmula "Hablar por hablar" "Dimes y diretes" y "Todo para la mujer", se encontraron muchas coincidencias y algunas divergencias que a continuación señalaremos.

*Los programas "Todo para la mujer" y "Hablar por hablar" están dirigidos hacia amas de casa, mientras que el de "Dimes y diretes" para personas de ambos sexos entre 18 y 45 años de edad.

*Los temas que abordan estos programas son televisión, cine, teatro y música y en "Todo para la mujer" también se habla de museos y música clásica, ocasionalmente se entrevista a escritores.

*Los programas "Todo para la mujer" y "Dimes y diretes" cuentan con algunas secciones aunque algunas no muy definidas, en "Hablar por hablar" no hay secciones. En el caso de "Todo para la mujer" son: cine, telenovelas, museos, cultura y chismes, en "Dimes y diretes": recomendaciones de la semana, la reportera de la fascinación, minuto de noticias y club de fans.

*En los tres programas hay colaboradores además del titular, desde uno en Hablar por hablar, hasta 13 en "Todo para la mujer".

*Los entrevistados apuntaron que los artistas participan en su programa como invitados en el estudio, mediante llamadas telefónicas y entrevistados en eventos.

*El público participa en el programa mediante sus llamadas telefónicas con las que da su punto de vista y hace preguntas para los invitados y los conductores.

*En cuanto al principal atractivo de los programas para el público la conductora de "Todo para la mujer" señaló la variedad de opiniones que le da el tener a varios colaboradores de personalidades muy diferentes, la conductora de "Dimes y diretes" opinó que a la gente le gusta escuchar lo que al día siguiente se va a publicar en los periódicos, además de que en su programa no hay chismes, hay notas, y el titular de "Hablar por hablar" dijo que en su emisión se

dicen cosas que pasan detrás de las cámaras, lo que no se ve en la televisión.

*"Todo para la mujer" se transmite de lunes a viernes de 11 a 13:30 horas y sábado y domingo de 13 a 15 horas por 970 AM y 103.3 FM, su rating promedio es de 1.40; "Hablar por hablar" pasa de lunes a viernes de 12 a 13 horas por 1500 A M, su rating es de .58 y "Dimes y diretes" se escucha de lunes a viernes por 1500 A M con un rating de .15.

*Al respecto de la información de la que surge el programa los entrevistados señalaron periódicos, revistas, cables de agencias, contacto con los artistas y productores de teatro y televisión y el asistir a eventos.

*La conductora de "Dimes y diretes" aseguró que la información siempre se corrobora, la de "Todo para la mujer" dijo que casi siempre y el titular de "Hablar por hablar" dijo que a veces si y otras no.

*Respecto a los temas de cada programa Maxine Woodside dijo que cada colaborador trae entrevistas a comentarios que desarrolla durante el programa, Alma Elena Quintana y Juan José Origel señalaron que se eligen los temas de actualidad y de interés para el público.

* En cuanto a la organización previa al programa Alma Elena Quintana señaló que la pre-producción comienza una hora antes con la selección de los temas y de la música y la jerarquización de los mismos, Juan José Origel dijo que el productor se encargaba de previamente escoger la información y estructurarla y Maxine Woodside apuntó que no existe esta organización, las productoras eligen los temas sobre la marcha y los colaboradores desarrollan sus temas de la misma manera.

*La estructura que se sigue en los programas de "Dimes y diretes" y "Hablar por hablar" se rige mediante la pauta comercial, en "Todo para la mujer" señaló que dentro del orden del programa si existe una estructura, en la primera hora y media se dan las notas y los chismes y la última hora es de entrevista.

*En ninguno de los tres programas se utiliza guión.

*En "Hablar por hablar" y en "Dimes y diretes" se utiliza como publicidad únicamente promocionales en la misma estación en "Todo para la mujer" además hay anuncios en prensa.

*Los entrevistados señalaron en cuanto a las carencias materiales más publicidad en prensa o espectaculares y Alma Elena Quintana además mencionó equipos digitales que ahorren tiempos de producción.

*Los recursos humanos de los que se carece en los tres programas son reporteros.

*Maxine Woodside y Juan José Origel señalaron que no aplican ninguna autocensura, Alma Elena Quintana señaló que en su programa no se habla de morbo ni sexo.

*Al respecto de la competencia Maxine Woodside dijo que aunque hay demasiados programas no ha afectado su rating, Alma Elena Quintana dice que no tiene competencia pues es el único programa de espectáculos por la tarde y Juan José Origel dice que la competencia provoca que el programa tenga que ser ágil y actualizado.

A continuación presentaremos el vaciado de datos arrojados por los cuestionarios aplicados a los radioescuchas, así como la preinterpretación correspondiente.

3. Vaciado de datos de los cuestionarios a los radioescuchas.

	1	2	3	4	5
Pregunta:	¿Que programas de espectáculos escuche en radio habitualmente?	¿Porque le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?	¿Cual es su programa favorito de espectáculos en la radio y porque?	¿A que hora prefería escuchar programas de espectáculos en radio y porque?	¿Qué dirección considera que es la ideal para un programa radiofónico de espectáculos?
Persona 1	Pulsar FM, Stereo 97.7, Radio Formula	Por la música consejos y recomendaciones	Memorias Pulsar	De noche, a esa hora estoy en casa	1 hora
Persona 2	Todo para la mujer, salud y belleza	Entretienen y dan consejos de belleza	Todo para la mujer	9 a 12 hrs	3 horas
Persona 3	Todo para la mujer	Para enterarme de los chismes de los artistas	Todo para la mujer porque dicen la verdad	11 A.M. Mientras hago el que hacer	1 hora
Persona 4	Todo para la mujer	Me entero de todo y estoy al día	Todo para la mujer	7 a 8 A.M. Es la hora en la que escucho radio	1 hora
Persona 5	Todo para la mujer, salud y belleza	Me distraigo y entero de lo que sucede en los espectáculos	Todo para la mujer por ameno, informalivo y horario aceptable	9 a 13 hrs, ese horario lo puedo combinar con la radio	1 a 2 horas
Persona 6	Todo para la mujer	Me entero de los chismes de los artistas	Todo para la mujer	11 a 13:30 pues en la tarde veo telenovelas	1 1/2 horas
Persona 7	Todo para la mujer, Martha Susana y Martinez Serrano.	Son interesantes y nos enteramos de cosas que no se ven en televisión.	Martha Susana y Todo para la mujer porque tienen muy buenos comentarios	En la mañana, pues las amas de casa lo combinamos con nuestras actividades.	2 horas
Persona 8	Todo para la mujer	Me gustan los espectáculos.	Todo para la mujer, porque tienen muchos conductores.	Por la mañana porque me apuro a hacer otras cosas	2 horas
Persona 9	Todo para la mujer	Porque son verdicas	Todo para la mujer, porque informan los chismes del espectáculo	Por las mañanas	2 horas
Persona 10	Todo para la mujer	Son amenas, entretenidos, pero sobrelodo por los comentarios de los periodistas de todo para la mujer	Todo para la mujer, sus comentarios y entrevistas son interesantes y están al día.	En la noche porque trabajo por las mañanas	2 1/2 horas

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

3. Vaciado de datos de los cuestionarios a los radioescuchas.

	1	2	3	4	5
Pregunta:	¿Que programas de espectáculos escucha en radio habitualmente?	¿Porque le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?	¿Cual es su programa favorito de espectáculos en la radio y porque?	¿A que hora preferiría escuchar programas de espectáculos en radio y porque?	¿Qué duración considera que es la ideal para un programa radiofónico de espectáculos?
Persona 1	Pulsar FM, Stereo 97.7, Radio Formula	Por la música consejos y recomendaciones	Memorias Pulsar	De noche, a esa hora estoy en casa	1 hora
Persona 2	Todo para la mujer, salud y belleza	Entretienen y dan consejos de belleza	Todo para la mujer	9 a 12 hrs 18 a 20 hrs	3 horas
Persona 3	Todo para la mujer	Para enterarme de los chismes de los artistas	Todo para la mujer porque dicen la verdad	11 A.M. Mientras hago el que hacer	1 hora
Persona 4	Todo para la mujer	Me entero de todo y estoy al día	Todo para la mujer	7 a 8 A.M. Es la hora en la que escucho radio	1 hora
Persona 5	Todo para la mujer, salud y belleza	Me distraigo y entero de lo que sucede en los espectáculos	Todo para la mujer por ameno, informativo y horario aceptable	9 a 13 hrs, ese horario lo puedo combinar con la radio	1 a 2 horas
Persona 6	Todo para la mujer	Me entero de los chismes de los artistas	Todo para la mujer	11 a 13:30 pues en la tarde veo telenovelas	1 1/2 horas
Persona 7	Todo para la mujer, Martha Susana y Martínez Serrano.	Son interesantes y nos enteramos de cosas que no se ven en televisión.	Martha Susana y Todo para la mujer porque llenen muy buenos comentarios	En la mañana, pues las amas de casa lo combinamos con nuestras actividades.	2 horas
Persona 8	Todo para la mujer	Me gustan los espectáculos.	Todo para la mujer, porque tienen muchos conductores.	Por la mañana porque me apuro a hacer otras cosas	2 horas
Persona 9	Todo para la mujer	Porque son verídicas	Todo para la mujer, porque informa los chismes del espectáculo	Por las mañanas	2 horas
Persona 10	Todo para la mujer	Son amenos, entretenidos, pero sobretodo por los comentarios de los periodistas de todo para la mujer	Todo para la mujer, sus comentarios y entrevistas son interesantes y están al día.	En la noche porque trabajo por las mañanas	2 1/2 horas

	6	7	8	9
Pregunta	¿Que características desearía escuchara en un programa de espectáculos en radio?	¿Que características busca en el conductor de espectáculos para que le guste escucharlo?	¿Que temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?	Si usted fuera el conductor de un programa de espectáculos ¿Como lo haría?
Persona 1	Animados, con preguntas al público	Agradable, dentro y fuera del aire	Belleza, salud y deporte	Con invitados, buenos artículos y bromeando
Persona 2	Que hablen mas de telenovelas	Que sean mas divertidos	Mas consejos para la mujer	Informado, ameno, divertido
Persona 3	Que inviten a más de tres artistas y que sea en vivo	Si es un locutor que hable con voz clara y si son varios que hable uno por uno y que dejen hablar al invitado	De todo	Con entusiasmo y profesionalismo sin caer en la vulgaridad, y siendo imparcial
Persona 4	Comentarios críticos, recomendaciones de teatro y cine	Veracidad	Variados	Agil, ameno e interesante
Persona 5	Objetivo, ameno e informativo	Honestidad aceptable y conozca su oficio	Cine, teatro y eventos culturales	Rodearme de personas que me apoyen, conocer los temas, tener invitados
Persona 6	Que confronten a las partes, que tengan bases	Entusiasta, carismático, honesto, no diga mentiras	Tips de belleza de los artistas, su vida y trayectoria	Seria difícil para mi pues soy tímida.
Persona 7	Un poco de todo	Que sepa hacer su trabajo como Fabián (Lavalle)	Diferentes Todo lo relacionado con los artistas. Actores.	Justo como lo hacen en 970 AM
Persona 8	Muchos chismes	Que sea agradable	Más sobre la vida de los artistas	No sé, me pondría muy nerviosa
Persona 9	(No contesto)	Que verifique lo que informa	Diferentes	Mas entrevistas
Persona 10	Más cine, teatro y entrevistas	Su voz sea agradable, pero sobretudo estén realmente informados de lo que dicen y que no sean chismes	Cine, teatro, televisión, entrevistas, encuestas sobre la preferencia del público.	Yo considero que todo para la mujer es muy bueno, buscaría a una persona que supiera mucho de cine como Fredy Gudiñi.

Preinterpretación de los resultados de los cuestionarios al público

A través de los cuestionarios aplicados a diez escuchas de las estaciones de Radio Fórmula pudimos observar ciertas coincidencias en las respuestas mismas que nos llevan a cierta preinterpretación de las preferencias del público en cuanto programas de espectáculos, a continuación las detallaremos.

* Al respecto de cuales son los programas de espectáculos que escuchan habitualmente, nueve de los cuestionados mencionaron a "Todo para la mujer", además uno mencionó el programa de "Martha Susana", uno apuntó "Salud y Belleza" con Alfredo Palacios (programa que aunque no es de espectáculos, a veces entrevista a artistas) uno señaló la programación de Radio Fórmula, la de Pulsar F. M. y la de Stereo 97.7

* A la pregunta de porque les gusta escuchar programas de espectáculos, los entrevistados mencionaron las siguientes razones:

Por la música.

Por los consejos y las recomendaciones.

Porque se enteran de cosas que no se ven en la televisión.

Por distracción.

Por enterarse de lo que pasa en los espectáculos.

Por amenos y entretenidos.

Para conocer los chismes de los artistas.

Porque son verídicos.

*En la pregunta de cual es su programa favorito de espectáculos ocho entrevistados mencionaron "Todo para la mujer" por ser ameno, informativo, porque informa los chismes, tiene entrevistas interesantes y están actualizados, porque dicen la verdad y no se andan con rodeos, porque tiene variedad de opiniones; uno mencionó "Todo para la mujer" y "Martha Susana" ambos programas por que tienen buenos comentarios y uno señaló "Memorias pulsar" pues da consejos.

*Respecto al horario en que los encuestados prefieren escuchar los programas de espectáculos ocho mencionaron su preferencia de que las emisiones sean transmitidas en la mañana pues les permite hacer otras cosas, uno de ellos prefirió por la tarde, ya que en su trabajo no puede escuchar radio y uno más señaló que los prefiere por la noche pues es cuando está en casa.

*Cuando se les cuestionó acerca de la duración ideal de un programa de espectáculos tres coincidieron en mencionar una hora como tiempo optimo, dos entrevistados señalaron una hora y media, tres más dijeron que dos horas, uno prefirió dos horas y media y uno dijo tres horas.

*Al respecto de las características que quisieran escuchar en los programas de espectáculos los cuestionados mencionaron que les gustaría que inviten a mas artistas, que en los programas recomendaran películas y obras de teatro, dijeron que prefieren que sea en vivo, que sea objetivo ameno e informativo, que confronten a las partes, les gusta que haya chismes, quisieran que se hablara más de telenovelas y que se permita participar al público.

*En cuanto a las características del conductor lo que más se mencionó es que sea divertido, carismático, honesto, profesional, su voz sea clara, este bien informado y que sus comentarios sean veraces.

*Los temas que el público encuestado quiere escuchar en los programas de espectáculos son: cine, teatro, televisión, eventos culturales y la respuesta que fue más recurrente fue que quieren oír información sobre la vida de los artistas.

*Cuando se les pidió a los entrevistados que dijeran como harían ellos un programa de espectáculos mencionaron entre las características más frecuentes, ameno, bien informado, siendo imparcial, ágil, con invitados que le interesen al público.

En este capítulo mediante entrevistas, cuestionarios y reflexiones personales se ha llegado a conocer un poco mejor cuales son los aciertos y las carencias de los programas de espectáculos de Radio Fórmula, así como la opinión de los involucrados en cada una de las emisiones, a continuación y tomando en cuenta los resultados que

nos ha arrojado esta investigación formularemos algunas sugerencias y recomendaciones para la producción de programas de espectáculos en la estación.

Capítulo III
Lineamientos para
la producción de
programas de
espectáculos en
Radio Fórmula

III. LINEAMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS EN RADIO FÓRMULA

El capítulo anterior nos fue útil para definir cuales considerábamos que son los principales problemas y carencias de los programas de espectáculos de Radio Fórmula, así como detectar los aciertos cada uno de ellos.

Mediante entrevistas con los conductores y productores así como cuestionarios con los radioescuchas, ratificamos algunas de las ideas que ya teníamos y descubrimos nuevas ideas que habían escapado a nuestra perspectiva, por lo que en ésta parte de la investigación señalaremos de manera ordenada cuales son en conclusión las sugerencias y recomendaciones que podemos hacer para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula.

Para efectos de este trabajo entenderemos como sugerencias a las enunciaciones que pueden ir dirigidas a la institución, o bien a nuestra práctica laboral en las que responderemos a las interrogantes ¿qué?, ¿porqué? y ¿cómo? resolver cada uno de los problemas a los que hacemos referencia; En tanto que en las recomendaciones únicamente señalaremos cual consideramos que podría ser la solución a cada conflicto referido, así como de quien depende solucionarlo.

En el primer apartado de este capítulo señalaremos de manera jerarquizada los problemas en la práctica profesional y en el ámbito institucional que sugeriríamos resolver a corto, mediano o largo plazo, según sea el caso para mejorar los programas de espectáculos de ORF.

Organización Radio Fórmula es una empresa en la que los cambios son constantes ya que la programación e incluso el formato de las estaciones se ajusta a lo que los ratings marcan, tal vez en cierto momento la moda sean los programas de confrontación o la música grupera, pero, la programación se ve obligada a modificarse cuando deja de tener éxito.

La aceptación del público hacia la programación se refleja en los ratings y en estos últimos las ventas de los programas, por lo que si

un programa o formato musical deja de funcionar desaparece o se modifica. Por esto los tiempos o plazos en radio son muy rápidos.

Corto plazo en una empresa de este tipo se refiere a algo inmediato, es decir no más de una semana, para el mediano plazo se toma como margen máximo dos a tres meses, que es el tiempo en el que el éxito o el fracaso de un programa se ve reflejado en el rating.

Y por último el largo plazo se podría considerar alrededor de seis meses que es el tiempo en el que los programas comienzan a reflejar su aceptación en las finanzas de la empresa.

Esta explicación de como se pueden considerar los plazos en Radio Fórmula, obedece a que a continuación enumeraremos los problemas que captamos en la empresa a través de este trabajo y señalaremos cuales son los plazos en los que consideramos que podrían resolverse.

A. Los problemas en la producción de programas de espectáculos.

Como ya lo habíamos mencionado en este apartado se señalarán de forma jerarquizada, es decir comenzando a partir de los conflictos que nos parece más necesario resolver, los problemas que detectamos en la producción de programas de espectáculos de Radio Fórmula dividiéndolos en dos categorías: los que pueden ser solucionados por nuestra práctica profesional, y los que son competencia de la empresa.

1. Los problemas en la práctica profesional

Tras analizar la información que hemos obtenido hasta éste punto de la investigación hemos llegado a la conclusión de que los problemas más importantes que afectan la producción de los programas de espectáculos de Radio Fórmula están afectados por la falta de organización. A continuación los enumeraremos de manera ordenada.

La pre producción

En la radio es de vital importancia aprovechar el tiempo con el que se cuenta al aire y esto se logra cuando se tiene una idea clara de como se va a utilizar, con qué información se cuenta, cuáles son las entrevistas, quiénes son los invitados en el estudio, si va a haber alguna entrevista por teléfono, como se va a musicalizar, en fin todos los elementos de los que se puede nutrir una emisión, la pre producción consiste pues en tomar todos estos ingredientes que van a conformar el programa y armar el rompecabezas, jerarquizar, musicalizar, editar entrevistas, en una palabra ordenar todos estos elementos y definir cuanto tiempo del programa se va a utilizar en cada uno de los temas, claro ésta que surgen imprevistos como llamadas o noticias de última hora, o la polémica que puede desatar alguna información, sin embargo entre mejor armado esté el programa antes de entrar al aire, mejor se aprovechará el tiempo.

La falta de pre producción es un problema que se detectó de menor a mayor grado en los programas de Radio Fórmula y que se podría resolver a corto plazo ya que únicamente consiste en llegar a un acuerdo entre productores, conductores, colaboradores y reporteros para organizar el programa de esta manera, es decir, haciendo uso de la pre producción.

Uso de la orden de edición o guía

El uso de la orden de edición o guía es otro de los problemas que se observó en los programas "Dimes y diretes", "Hablar por hablar" y "Todo para la mujer", al igual que en el punto anterior en mayor o menor grado en cada uno de los casos, éste también es un problema de organización.

La orden de edición es un elemento en la producción de programas de radio que se adapta muy bien a los programas de opinión como pueden ser los de espectáculos, un guión mutilaría totalmente el ritmo y contenido de este tipo de programas ya que los comentarios que en ellos se expresan son espontáneos con el estilo y la personalidad de quien los expresa.

Sin embargo, aunque un guión no tiene cabida, sería factible el uso de una orden de edición que esquematice de manera ordenada cuales son los temas elegidos entre la producción y los conductores para cada programa así como el orden de los mismos y el tiempo aproximado que se le va a dar a cada uno.

Esta orden de edición surge en la pre producción que se mencionó en el punto anterior y que de igual manera podría ponerse a funcionar a corto plazo.

Definir secciones y estructura

Otro de los problemas detectados en la producción de los programas de espectáculos es que en ninguno de los casos analizados están definidas las secciones ni la estructura aunque tanto los conductores como los productores consideraron este punto como importante para sus programas, una vez más es un problema de organización ya que tanto la estructura como el definir secciones dan orden al programa, este punto se podría adecuar a mediano plazo, pues hay que hacer un estudio de cuáles son los temas que más gustan a los radioescuchas e ir adecuando el programa poco a poco.

Establecer contacto con las fuentes de información

Cada uno de los programas de espectáculos de Radio Fórmula cuenta con sus propias fuentes de información sin embargo éstas no están constantemente nutriendo a los programas ya que no se cuentan con los canales adecuados.

En el caso de las disqueras no siempre toman en cuenta para sus promociones a los programas de radio hablados.

En el caso de las televisoras sus departamentos de prensa envían información de manera intermitente, generalmente la información llega tarde o no llega.

En el caso de los productores teatrales sólo se acercan a los programas de radio cuando requieren de difusión, por otra parte la información que llega vía agencias informativas al departamento de noticias de Radio Fórmula tampoco se obtiene de manera inmediata ya que los productores no tienen ingreso a esa información y deben

pedírsela a los redactores que, como ya habíamos mencionado en el capítulo anterior tienen otras prioridades como grabar los noticieros corporativos.

En suma el acceso a las fuentes de información es deficiente, pero este es un problema que sólo se podría solucionar a largo plazo porque en él no sólo interviene la producción sino también los conflictos que existen dentro de las disqueras y de los departamentos de prensa de las televisoras así como a nivel institucional en Radio Fórmula.

2. Los problemas a nivel institucional

Tras el análisis de las entrevistas con productores y conductores de espectáculos detectamos que existen ciertos problemas en el ámbito institucional que podrían ser resueltos en periodos de corto, mediano o largo plazo, a continuación los enumeramos.

La creación de un área de producción

Este fue un punto en el que los tres productores entrevistados coincidieron, la necesidad de tener un espacio en el que puedan desarrollar su trabajo, en esta área sería pertinente contar con teléfonos, fax, computadora, grabadoras y reproductoras, este es un problema que requiere de cierto presupuesto por lo que se sugiere una solución de mediano a largo plazo.

Establecer canales de comunicación entre las diferentes áreas de la empresa

La producción en Radio Fórmula es una actividad que está ligada a otros departamentos, sin embargo no se han establecido los canales de comunicación entre las distintas áreas, en éste sentido los productores deben de relacionarse con los departamentos de noticias, continuidad, ventas, promociones, mercadotecnia, grabaciones y técnicos entre otros, sin embargo, no existe un flujo en la comunicación que permita una coordinación entre los departamentos, ésta es una tarea que depende de la vicepresidencia

de la empresa y que de solucionarse se lograría a largo plazo ya que se requiere de toda una reorganización del organigrama de la empresa, así como del funcionamiento de cada uno de los departamentos en su interior y en relación con la producción de programas.

Adquirir una librería musical

Este es otro de los puntos de convergencia entre los productores entrevistados, la necesidad de contar con una librería musical para enriquecer los programas, éste es un problema que sólo puede ser solucionado por la empresa y es posible hacerlo a corto plazo, pues aunque se requiere de presupuesto, este no es tan alto.

Definir las funciones del productor

Este punto es importante ya que al definirse cuáles son las actividades que corresponden al productor, este dejará de ser secretario, mensajero o reportero y se dedicará únicamente a sus actividades optimizando así su trabajo.

Esta es una tarea que le corresponde a la vicepresidencia de la empresa y sería posible realizarla a mediano plazo, pues se requiere de analizar las necesidades de cada uno de los programas y delimitar que funciones corresponden al productor y cuales son responsabilidad de otros miembros de la empresa.

Falta de reporteros

En muchas ocasiones en los programas de espectáculos de Radio Fórmula la información se pierde porque no hay quien cubra los eventos, en el mejor de los casos son los mismos conductores quienes se dan a la tarea de asistir a estos y realizar las entrevistas, pero aun así muchas notas se quedan sin cubrir.

Tanto los conductores como los productores señalaron la falta de reporteros como uno de los problemas que afecta a sus programas, éste sólo puede ser resuelto por la empresa, el plazo para poder solucionarlo es largo ya que no sólo se requiere de presupuesto, sino de plazas vacantes y de permisos sindicales.

Cambios constantes en la pauta comercial

Un problema constante para los productores de Radio Fórmula son los constantes cambios en la pauta comercial de las estaciones, los cortes comerciales pasan de dos a tres o cuatro minutos sin notificar a los productores de estos cambios, ésto genera problemas pues los programas que han sido previamente grabados ya sea para los fines de semana o para fechas especiales como Navidad, año nuevo o vacaciones, quedan cortos o largos pues los tiempos comerciales cambiaron y los programas tienen que ser editados para ajustarlos lo que muchas veces hace que se escuchen mal.

Este problema podría ser solucionado a mediano plazo pues se requiere de un trabajo conjunto de la vicepresidencia, los productores y del departamento de continuidad para crear los canales de comunicación adecuados y funcionales.

Falta de publicidad

Los conductores de los programas de espectáculos en Radio Fórmula coincidieron en señalar que hace falta publicitar más sus programas, ésto podría hacerse mediante anuncios en prensa y en revistas o en espectaculares (Billboards).

La publicidad atraería más público a los programas.

Hasta ahora los programas únicamente se promocionan dentro de las mismas estaciones de la empresa, pero no es suficiente ya que la gente que escucha estas estaciones ya sabe que los programas están ahí, pero se necesita captar escuchas que aun no conocen estos programas.

Este problema se podría resolver a corto plazo ya que no se requiere de presupuesto adicional pues existen intercambios con diversos medios impresos en los que se puede incluir la publicidad de los programas.

Modernización del equipo

Este punto aunque fue mencionado por algunos de los entrevistados es un problema menor ya que el equipo de Radio Fórmula se ha ido

actualizando, sin embargo la tecnología avanza rápidamente y es casi imposible estar al día en cuanto a novedades tecnológicas, además, aunque la tecnología es importante en la producción radiofónica es aun más importante el aspecto creativo.

La modernización del equipo técnico de la empresa es un aspecto que se soluciona a corto, mediano y largo plazo, pero de manera constante, ya que en algunos casos el equipo que se necesita es accesible para los presupuestos programados, pero en otros casos son aparatos muy costosos para los cuales se requieren gastos adicionales.

Ya han sido definidos los problemas que afectan a la producción de los programas de espectáculos de Radio Fórmula, en el siguiente apartado se señalara cuales podrían ser las consecuencias de que las deficiencias señaladas no se resuelvan.

B. Justificación

Los problemas que hemos detectado en mayor o menor medida afectan a la producción de los programas de espectáculos de Radio Fórmula, algunos podrían ser resueltos por la actividad profesional, mientras que otros únicamente pueden ser resueltos por la empresa. A continuación se hablará de cada uno de ellos y así como de la importancia de resolverlos.

La pre producción

La pre producción en un programa de espectáculos básicamente se enfoca al mejor aprovechamiento del tiempo al aire.

El productor, antes de iniciar un programa cuenta con cierta cantidad de notas, entrevistas grabadas, invitados en el estudio, secciones y posibles entrevistas vía telefónica; Toda esta información requiere ser organizada para dar a cada nota la importancia debida y destacarla lo mejor posible.

Mediante un trabajo de pre producción, los involucrados se reúnen para definir la jerarquía de las noticias con que se cuenta, ubicar que

secciones de las entrevistas grabadas son esenciales y editarlas además de enriquecer el programa con una acertada musicalización. A partir de este trabajo surge una orden de edición en la que los conductores del programa tienen la información necesaria para armar el programa al aire dándole fluidez, variedad, orden y estructura.

Por ésto el hecho de no utilizar una orden de edición repercute en desperdicio de tiempo al aire, falta de organización y una musicalización realizada sobre la marcha del programa que no lo enriquece, sino lo opaca.

Uso de la orden de edición

Como ya lo mencionamos en el punto anterior, la orden de edición surge a partir de la pre producción, esta es una guía que señala a los conductores con que elementos se cuenta para cada programa, la información de manera jerarquizada, las entrevistas programadas, la música que se utilizará y en qué momento, qué secciones incluirá la emisión, todo esto de manera ordenada y con los tiempos aproximados de los que se puede disponer.

Esta herramienta es parecida a un guión, con la diferencia de que en ésta al conductor únicamente se le da la pauta y él desarrolla el tema. Al igual que en el punto anterior de no utilizarse la orden de edición repercutirá en la falta de coordinación y en desperdicio de los tiempos con los que se cuenta.

Definir secciones y estructura

Las secciones con las que puede contar un programa de espectáculos pueden ser por citar algunas: cine, teatro, recomendaciones de la semana, entrevistas en el estudio, cultura, museos, club de fans, telenovelas y tantas como el productor y los conductores puedan inventar.

Aunque algunos temas no se pueden cortar de tajo pues se mezclan o complementan entre sí, otros requieren ser delimitados en una sección para poder así destacarlos y que el público se identifique con ellos, además en muchos de los casos se cuentan con colaboradores

o especialistas para cada tema, así, aunque los demás conductores pueden opinar e intervenir, el respetar una sección también da al colaborador credibilidad.

El definir secciones en el programa también da la oportunidad de crear una estructura con la que tanto los conductores como el público se familiaricen, dando de nueva cuenta orden al programa y en consecuencia fluidez.

La estructura del programa se refiere a acomodar los temas y secciones con cierta lógica que se respete.

La estructura puede variar, por ejemplo, por día de la semana o ser siempre la misma, pero, bajo la condición de garantizar al público que siempre encontrará cierto contenido en el programa.

Tal vez, en algunos casos el público sólo se interese por las entrevistas en el estudio o sea justo esa la sección que le desagrada, o le fascine únicamente la sección de cine que pasa los viernes; un programa estructurado permite al auditorio escuchar los programas con un conocimiento previo de lo que éste va a contener y le da la opción de cambiar de estación porque no le gusta cierto comentarista, tema o sección, pero volver a la frecuencia porque el que sigue es su favorito.

El hecho de que no existan secciones en un programa, ni una estructura puede repercutir en que el programa no tenga un orden sino sea sólo una lluvia de ideas y comentarios sin lógica alguna que, aunque en algunos casos funciona, no es la mejor manera de hacer radio.

Establecer contacto con las fuentes de información

Algunas de las fuentes de información que pueden servir para nutrir un programa de espectáculos son los reporteros, de los que hablaremos más adelante, las notas que llegan por agencias informativas nacionales e internacionales, lo que se publica en periódicos y revistas, aunque esta información ya es vieja para un programa de radio que debe de tener ante todo actualidad, Internet, asistir a eventos relacionados con el medio del espectáculo,

y el contacto con los departamentos de prensa de las televisoras, productores de teatro, televisión y cine y las compañías disqueras. Como ya se había mencionado, los contactos con estas fuentes de información resultan ineficientes, y ésto trae como consecuencia que los programas de espectáculos de estaciones de radio habladas no cuenten con contenidos que compitan con las emisiones del mismo género que se transmiten por televisión a los que las compañías disqueras llevan a todos sus artistas y dan notas y entrevistas exclusivas.

Ahora mencionaremos los problemas que únicamente pueden ser resueltos por la empresa y señalaremos de que manera afecta el que no sean solucionados.

La creación de una área de producción

El hecho de que no exista un lugar donde los productores puedan realizar su trabajo limita su creatividad y el tiempo que podrían dedicar a cada emisión, pues al no contar él con los espacios y los elementos para realizar su actividad, pudiendo enriquecer aun más cada programa, sólo se cumple con los elementos básicos de los mismos.

Establecer canales de comunicación con las diferentes áreas de la empresa

Dentro de una empresa no es posible comprender el trabajo de un departamento sin relacionarlo con varios más, el caso de Radio Fórmula no es distinto, todas las áreas de la empresa requieren y se relacionan con otras para su funcionamiento, sin embargo no existen los canales adecuados de comunicación lo que incide en falta de coordinación y pérdida de tiempo.

En el caso de la producción si no se mejora la relación con el departamento de noticias, la información seguirá siendo deficiente; de no establecerse una coordinación adecuada con los departamentos de ventas y continuidad, la estructura de los programas se verá afectada con constantes cambios y las grabaciones no se podrán

ajustar a los cortes comerciales pues los responsables de la continuidad no reportan sus cambios a los productores; Y así sucesivamente con cada área de la empresa.

De no establecerse vías adecuadas para el trabajo coordinado continuará la desorganización y la pérdida de tiempo en la empresa.

Adquirir una librería musical y una fonoteca

En la radio se cuenta con tres elementos básicos, la voz, la música y los efectos de sonido, con éstos se va dando ritmo y sentido a cada programa.

Para hablar de espectáculos es importante contar con una fonoteca misma que permita fondear los temas de lo que se habla y las entrevistas de los artistas, por su parte, la librería musical sirve para armar temas de programa, secciones, cortinillas, puentes y demás elementos que son necesarios en cada programa y, al no contar con estas herramientas las emisiones se escuchan planas y la sola voz termina por aburrir.

Definir las funciones de un productor

Este problema surge a partir de que en Radio Fórmula no hay un perfil de productor, a quienes ocupan estos puestos no se les pide que hayan estudiado comunicación, periodismo o algo remotamente relacionado con los medios, como en todas las empresas se contrata en muchas ocasiones a los amigos o a los parientes y así por extrañas razones quienes estudiaron la carrera están como secretarias, telefonistas o vendedores y los productores tienen cualquier otra carrera por lo tanto no siempre cuentan con las nociones necesarias para realizar esta actividad y en muchas ocasiones se limitan a tomar llamadas telefónicas o marcar los cortes comerciales y las labores propias de la producción como armar promocionales, editar o grabar programas queda en manos de los operadores de cuyas funciones no hablaremos pues no es el motivo de este trabajo.

El no delimitar las funciones del productor trae en consecuencia que nadie sepa cual es el trabajo que le corresponde.

Falta de reporteros

Como ya lo habíamos mencionado los reporteros son un punto básico para dotar a los programas de información, Radio Fórmula cuenta con reporteros pero éstos sólo están asignados al departamento de noticias, por lo que las emisiones de espectáculos no cuentan con el personal suficiente y en algunos de los casos no cuentan con nadie para que cubra los eventos que están generando información.

De no solucionarse éste problema influirá en la falta de información fresca y entrevistas para los programas y por lo tanto el contenido de los programas será deficiente.

Cambios constantes en la pauta comercial

Aunque éste problema ya lo habíamos mencionado en el apartado de falta de canales de comunicación con otras áreas de la empresa, aquí, se hace una mención especial de este departamento pues es el que más directamente afecta a la programación de la empresa ya que la mayoría de los programas de Radio Fórmula, incluso los de espectáculos, se transmiten de manera simultánea por dos o más frecuencias de A.M. o de F. M..

“Todo para la Mujer” se escucha al mismo tiempo por XERFR AM, XERFR FM y varias estaciones de provincia, por ello la falta de coordinación del departamento de continuidad provoca que los enlaces entre las estaciones sean deficientes ya que en una estación el corte es de dos minutos y en otras de tres o cuatro, esto provoca que cuando la estación matriz que manda la señal del programa ya terminó de pasar su comercialización, la otra continúa transmitiéndolo por lo que en el momento de enlazarse al programa, éste ya tiene algunos minutos que comenzó y se escucha cortado. De no arreglarse éste problema en el departamento de continuidad que es quién marca las pausas comerciales la señal se continuará escuchando cortada en las estaciones enlazadas en el D. F. y en

provincia siendo esto una muy mala imagen para Radio Fórmula pues la programación pierde calidad.

Falta de Publicidad

La publicidad es para cualquier producto o servicio una ayuda inmensa, pues llega al público que se pretende captar anunciándole que existen ciertos programas radiofónicos que tal vez les gustaría escuchar.

En éste momento la promoción que tienen las emisiones de espectáculos de la empresa es tan sólo en las mismas estaciones de Radio Fórmula, sin embargo existen otros canales que podrían resultar más eficientes pues llegarían a consumidores que aun no conocen los programas.

Estas formas de publicidad podrían ser anuncios en prensa, revistas y espectaculares o Billboards.

De no tomarse en cuenta la posibilidad de hacer más promoción de las estaciones se perderá un público que no sabe que existen estas opciones y podrían ser radioescuchas potenciales.

Modernización del equipo

Este es un punto que en realidad Radio Fórmula ha tratado de solucionar, sin embargo resulta muy difícil estar a la vanguardia en lo que a tecnología se refiere, constantemente nuevos equipos salen al mercado y lo que en un momento era lo más actual pasa a ser obsoleto, sin embargo resulta muy importante tratar de adaptarse a las nuevas tecnologías y de igual forma capacitar al personal para que sepan aprovecharla.

De no hacerlo así se perderán nuevos elementos que la tecnología puede aportar y que por lo general lo que hacen es lograr que el trabajo sea más rápido, más sencillo de realizar y de mejor calidad.

Hasta éste momento se han mencionado cuáles son los problemas que surgen en la producción de un programa de espectáculos así como las consecuencias que podría tener no resolverlos, a continuación trataremos de dar una solución al presentar sugerencias

y recomendaciones a corto, mediano y largo plazo a nivel institucional y en la práctica profesional, entendiendo como *a nivel institucional* a aquellos problemas que afectan la práctica profesional pero que no podemos resolver con nuestra actividad, son problemas de carácter estructural que van más allá de nuestro alcance y sólo la institución les puede dar solución; los problemas *en la práctica profesional* consideramos que son aquellos que se pueden solucionar con nuestro trabajo.

C. Sugerencias para la actividad profesional

Las sugerencias que a continuación daremos surgen a partir de la experiencia profesional misma que se apoya en los resultados obtenidos de las entrevistas y cuestionarios realizados en la parte del diagnóstico de este trabajo, se trata de una serie de ideas que consideramos resultarían útiles en la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula.

Se expondrán punto por punto y se mencionará en que plazo podrían encontrar una solución de acuerdo a las características de la empresa.

1. Sugerencias a corto plazo

La pre-producción

Uno de los puntos en los que más hemos insistido en ésta investigación es en la reproducción, nos parece importante por que es a partir de la planeación de cada emisión como se puede aprovechar mejor los recursos de los que se dispone, es decir, la información ya sea obtenida en cables, por reporteros, o por otras fuentes, la música, las secciones, las entrevistas en el estudio, las entrevistas telefónicas e incluso la personalidad de cada uno de los integrantes del programa, éstos elementos nos pueden dar un sin fin de combinaciones que logran el éxito o el fracaso de cada programa,

la organización es la diferencia entre explotar al máximo cada programa o dejarlo que simplemente sea uno más.

La pre-producción implica la preparación del programa ya sea de manera mensual, planeando que reportajes especiales se pueden realizar según las fechas importantes o simplemente los gustos del público, semanal organizando cuales son los eventos más importantes que se van a cubrir o reportear o diaria, eligiendo los temas y recursos para cada emisión.

La pre-producción incluye el definir el contenido de cada programa al tomar toda la información con la que se cuenta, jerarquizarla y reforzarla con posibles entrevistas telefónicas con los protagonistas las notas o los "chismes" más importantes del día, además a ese cúmulo de notas con las que se cuenta se les asigna tiempos según la importancia de cada una, claro está que es casi imposible ser exactos en este punto, pero se trata de que el programa salga lo más apegado posible a lo planeado.

De igual manera mediante la pre producción se elige la música que se va a incluir en cada programa según los mismos temas con los que se cuenta, se editan y organizan las entrevistas, se graba una semblanza del artista invitado y se adapta el programa a la comercialización de cada día.

Este trabajo, es algo que casi no se hace en los programas de espectáculos de Radio Fórmula porque aun no se ha implantado una dinámica de trabajo entre productores, conductores, colaboradores y reporteros.

Se realiza en menor grado en los programas "Dimes y directes" y "Hablar por hablar", sin embargo consideramos, y también los protagonistas de estas emisiones lo creen así, que hace falta más labor de pre-producción, esto mejoraría la calidad de los programas tanto en su contenido como en su formato.

Este punto podría ser implementado en las estaciones de Radio Formula a corto plazo pues únicamente implica dedicar más organización al trabajo que ya se viene haciendo pero de manera desordenada en cada uno de los programas.

Implementar el uso de la orden de edición

La orden de edición es un elemento que surge a partir de la pre-producción, una vez que se ha planeado el contenido del programa de cada día se plasma en una guía que sirve tanto a los conductores, productores y operadores del programa, en esta se indican los temas, las entrevistas, los cortes comerciales, la música de cada emisión.

En la orden de edición hay instrucciones tanto para el operador, como para los conductores del programa y el productor.

El uso de este recurso es útil porque da a cada uno de los conductores del programa un orden de pensamiento, pues al no estar preocupados por ¿qué sigue en cada bloque? se pueden enfocar mejor en su trabajo y en sus comentarios, de igual manera el operador no está esperando a que el productor le dé indicaciones, porque las tiene ya plasmadas en su guía y se puede concentrar mejor en su trabajo pues sabe de antemano que música o que entrevista va a meter y en que momento.

La orden de edición es un elemento muy útil en los programas radiofónicos de espectáculos porque permite organizar el programa y aprovechar mejor el tiempo.

En Radio Fórmula se utiliza este instrumento sólo en algunos de los programas de espectáculos aunque no de manera muy ordenada, es posible implementar su uso, o en alguno de los casos mejorar la manera en que se utiliza a corto plazo, pues no tiene grandes complicaciones, si se realiza de manera previa la pre producción del programa.

Este punto depende de los productores en colaboración con los reporteros así como redactores, y corresponde a los colaboradores y conductores del programa adecuarse a esta herramienta de trabajo.

2. Sugerencias a mediano plazo

Secciones y estructura del programa

Hay una infinidad de opciones en el espacio radial, existen emisiones musicales, noticieros, programas especializados en medicina, deportes, recetas de cocina, sexualidad y tantas variedades como gustos y preferencias hay en este mundo.

La temática de cada programa define en gran medida la dinámica, secciones y estructura de los mismos. Así un noticiero tiene ciertas necesidades de organización que definen su estructura y ésta es muy distinta a la de un programa de belleza.

En el caso que nos compete, las emisiones de espectáculos, tienen un contenido que exige que la información se adecue de cierta manera apoyándose en una estructura y definiendo secciones.

La estructura de un programa es un formato que se crea a partir de las necesidades del programa y de las secciones que lo integran tomando en cuenta los tiempos de los que se dispone así como la comercialización.

En el caso de las emisiones de espectáculos que tan de moda están últimamente y que mezclan en muchos casos la información con el chisme es difícil aislar un tema de otro pues casi siempre un comentario genera otros y una nota se mezcla o se liga con varias más.

Los tópicos de éste tipo de programas son muy amplios, se habla de telenovelas, cine, teatro, música, presentaciones de los artistas, eventos culturales, y en general de toda la información que genera el trabajo y la vida de los famosos.

Como *sección* de un programa de radio entendemos un cierto espacio en el que se dedica a hablar únicamente de un tema en específico, generalmente corresponde a uno de los colaboradores del programa que es un especialista en la materia, o bien hay secciones muy abiertas en las que pueden intervenir todos los comentaristas del programa.

Un ejemplo de las secciones que puede incluir una emisión de espectáculos es: museos, eventos culturales, cine, recomendaciones

discográficas, de eventos o de literatura, ya que estos son tópicos muy delimitados.

También pueden considerarse secciones aunque éstas son mucho más amplias, música y telenovelas.

Sin embargo no todos los comentarios que integran los programas de espectáculos pueden ser insertados en secciones ya que como hemos mencionado la mayor parte de estas emisiones incluye mucho de chisme y de comentarios que no necesariamente pertenecen a una sola sección.

Además últimamente la gente del espectáculo tiene la tendencia de ser "todólogos" es decir hacen cine, telenovelas, teatro, cantan, dirigen, actúan, encabezan asociaciones caritativas y hasta son dueños de restaurantes, por si fuera poco los cantantes se casan con las actrices, los productores tienen hijos actores, los integrantes de los grupos musicales son primos entre sí y su hermana menor es la protagonista de la telenovela de moda, y no olvidemos mencionar que las actrices y cantantes también suelen casarse con políticos, en fin, ésto provoca que al estar comentando una nota de música se termine hablando de algún ex presidente de la república.

En resumen a lo que queremos llegar es que en los programas de espectáculo hay temas que se prestan para ser catalogados como sección y otros que no se pueden separar entre sí. ¿Cómo hablar de Lucero sin mencionar a Mijares?, por lo que a continuación haremos una sugerencia para la estructura de una emisión dedicada a los espectáculos:

En primer término hay que definir con cuantos bloques se cuenta según la extensión del programa y la comercialización del mismo, determinar cuanto dura cada uno de ellos y con base en esto planear como se va a distribuir el contenido del programa dependiendo de los elementos con los que se cuenta.

Por ejemplo en un programa de dos horas con seis cortes comerciales por hora de dos minutos cada uno la estructura sugerida es la siguiente:

8' Entrada del programa

Tema musical del programa
Saludos y créditos
Teasser

2' Corte comercial

8' Información jerarquizada y comentarios en torno a la misma

2' Corte comercial

8' Información jerarquizada y comentarios al respecto, llamadas del público

2' Corte comercial

8' Información jerarquizada, opiniones

2' Corte comercial

8' Llamadas del público y sección de cine, museos, eventos culturales, una sección distinta cada día de la semana

2' Corte comercial

8' Entrevista telefónica con el o los protagonistas de alguna de las notas del día

2' Corte comercial

8' Llamadas del público, sección de recomendaciones de cine, teatro, discográficas, conciertos, películas en video, literatura, una distinta cada día de la semana

2' Corte comercial

8' Enlace con alguno de los reporteros desde un evento o lugar en vivo

2' Corte comercial

8' Semblanza del invitado, entrevista en el estudio

2' Corte comercial

8' Entrevista en el estudio, preguntas del auditorio

2' Corte comercial

8' Entrevista en el estudio

2' Corte comercial

6' Conclusión de la entrevista, despedida del programa
Salida del programa

Aunque el sentido de la estructura es dar cierto orden y planeación en el que cada día el programa va a seguir el mismo ritmo, esto puede tener ciertas adecuaciones a las condiciones diarias, por ejemplo, en este modelo se sugiere una entrevista diaria en el estudio de cuatro cortes de 8, 8, 8 y 6 minutos pero, en algunos casos la importancia del invitado hará necesario darle más tiempo que se tendrá que tomar de algún otro de los bloques y esto mismo puede pasar en cada una de las secciones.

El definir la estructura y las secciones de cada programa es un problema a resolver a mediano plazo, puesto que se debe analizar el tipo de público con el que se cuenta, sus gustos y preferencias, la personalidad de los conductores, los recursos del programa tanto técnico como humanos, los horarios y la duración de la emisión.

3. Sugerencias a largo plazo

Establecer contacto con las fuentes de información

Un programa de espectáculos se nutre de muchas fuentes de información como son los cables que llegan por agencias informativas nacionales e internacionales, este tipo de notas tienen la ventaja de ser actuales, puesto que llegan a la redacción de Radio Fórmula en el mismo momento en el que las reciben los periódicos, pero éstos las publicarán hasta el siguiente día, sin embargo este tipo de información tiene la desventaja de no ser exclusivas, ya que cualquier estación de radio, canal de televisión o medio impreso puede contar con la misma información. Aun así es material muy útil para los programas por lo que es necesario contar con él.

En el caso de ORF estos cables llegan directamente al departamento de noticias y los productores no tienen acceso a ellos si no están insistiendo para que los redactores les den una copia.

Aunque una solución a nivel institucional para éste problema sería el adquirir computadoras con ingreso de agencias informativas para producción, nosotros proponemos en el terreno de la práctica profesional, establecer dinámicas de trabajo entre el departamento de noticias y los programas de espectáculos para que la información sea entregada a los productores tan pronto va llegando a las computadoras.

Es a largo plazo como se puede solucionar esta problemática, ya que en ella están involucrados la producción, la dirección de noticias, los redactores e inclusive el sindicato de la empresa, quién es el que prohíbe que el personal que no sea sindicalizado (los productores tienen plaza de confianza) tenga acceso a las computadoras que reciben esta información.

Las emisiones de espectáculos también se nutren de la información que se genera en el interior de las empresas de televisión y las compañías discográficas, éstas constantemente emiten boletines y convocan a entrevistas o conferencias de prensa, sin embargo aquí suceden tres fenómenos, el primero es que es imposible acudir a este

tipo de eventos si no se cuenta con reporteros, de los cuales hablaremos más adelante, el segundo es que la información que mandan estas fuentes casi siempre llega tarde, cuando el evento ya paso o la nota ya es historia, este es un problema en el que no podemos ahondar mas ya que es una falla al interior de esas empresas por lo que la solución no está en nuestras manos: y por otra parte tanto los promotores de las disqueras como los jefes de prensa de las televisoras aun no consideran a los programas de radio hablados como un espacio óptimo para la promoción de sus artistas y se enfocan únicamente a los medios impresos, a las estaciones musicales y a la televisión ya que creen que éstos les van a dar mas difusión que las emisiones de espectáculos en la radio hablada.

En este sentido es labor del productor ponerse en contacto con los directores de promoción de las compañías discográficas y los jefes de prensa de las empresas de televisión para hacerles ver el crecimiento que ha tenido en los últimos años la radio hablada, mostrarles los ratings de estos programas que en muchos casos rebasan los de las estaciones musicales y hacer una intensa labor de promoción de los programas de espectáculos en la radio para que sean tomados en cuenta a la par de la prensa escrita o la televisión. Este es un problema a resolver a largo plazo, pues es un trabajo que el productor debe de hacer de manera constante e insistente para lograr que estas fuentes de información se mantengan en contacto con las emisiones de espectáculos.

Hasta aquí hemos hecho sugerencias para la producción de programas radiofónicos de espectáculos hacia la actividad profesional, en el punto siguiente nos ocuparemos de lo que concierne a la institución.

D. Sugerencias a nivel institucional

En este apartado realizaremos sugerencias concernientes a la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula que únicamente pueden ser resueltas desde el ámbito institucional.

En cada una de ellas se mencionará el plazo en el que consideramos que podría llegar a realizarse, y de que manera consideramos que podrían ser resueltas.

1. Sugerencias a corto plazo

Adquirir librerías musicales y crear una fonoteca

Una librería musical es una colección en discos compactos, dats, minidisc o disquete que incluye pistas musicales de diferentes ritmos y duraciones, así como efectos de sonido.

Este material está diseñado especialmente para ser utilizado en la producción de comerciales y programas de radio y televisión, estas colecciones son necesarias en las estaciones de radio, dado que en ellas hay infinidad de elementos que son útiles para grabar comerciales, promocionales, cortinillas, puentes musicales, entradas y salidas de programas y reportajes.

Al adquirir una librería musical se obtiene el derecho de utilizar su contenido para ser transmitido al aire, lo que resuelve el problema de tener que solicitar permisos para utilizar otro tipo de música que tiene registros de autoría.

En la producción de programas de espectáculos éste material resulta básico pues con él se puede musicalizar cualquier segmento del programa dándole así mas ritmo y variedad a la emisión.

Por otra parte en Radio Fórmula, a pesar de ser una empresa que incorpora a cinco estaciones radiales, no hay una fonoteca o colección discográfica adecuada, únicamente se cuenta con material de corte grupero, tropical, y boleros de los años ochentas y setentas pues es el tipo de música que se toca en sus emisoras.

Sin embargo, un programa de espectáculos que habla de todo tipo de artistas y de cantantes de todos los géneros necesita de una fonoteca más amplia para poder musicalizar y fondear los temas de los que se habla.

La adquisición de una fonoteca y una librería musical se puede resolver a corto plazo, pues no es alto el presupuesto que requiere y es mucha la utilidad que se le puede dar a este material, la librería musical tiene un costo que oscila entre los mil y los diez mil dólares, según que tan completa sea, y la fonoteca realmente no requiere de una gran inversión, puesto que una empresa de radio sólo requiere solicitar a las compañías disqueras el material que necesita y este se lo envía sin costo pues a ellos les conviene que su música sea transmitida en las estaciones.

El resolver esta carencia mejoraría la calidad de los programas de espectáculos al hacerlos más sonoros y variados.

2. Sugerencias a mediano plazo

Establecer un perfil del productor

En Radio Fórmula no existe un standard para contratar a los productores, hay mas de 30 productores en la estación, sin embargo pocos de ellos tienen estudios que tengan que ver con los medios de comunicación ya que en la mayoría de los casos cuando hay una plaza disponible se cubre con gente de la misma empresa que se desempeñaba en alguna otra área como relaciones públicas o ventas, o bien se contrata a personas externas sin la preparación necesaria.

Por otra parte, los productores únicamente dependen de la vicepresidencia de la empresa, por lo que no hay realmente una coordinación del trabajo que realiza cada uno, el trabajo se cumple según el sentido común de cada quien pero a ciencia cierta, ninguno sabe con exactitud cuales son sus labores.

A continuación sugerimos cuales son las funciones que consideramos debería realizar un productor de programas de espectáculos en Radio Fórmula.

*Crear la estructura del programa y definir las secciones.

- *Hacer la orden de edición para la emisión de cada día.
- *Vigilar el contenido del programa que debe ser responsabilidad tanto del productor como de los conductores.
- *Estar en contacto con las compañías disqueras, empresas de televisión y productores de cine y teatro.
- *Coordinar a los invitados del programa.
- *Coordinar a los reporteros y a los comentaristas.
- *Grabar todo el material que requiera el programa como promocionales, entradas, salidas, pase a corte, cortinillas, identificaciones de secciones así como vigilar que este material se mantenga en buen estado.
- *Estar al tanto de los eventos que se realizarán para dar orden de trabajo a los reporteros.
- *Grabar y editar el material que así lo requiera como entrevistas, reportajes y programas especiales.
- *Vigilar y dirigir el trabajo que realizan grabadores y operadores para el programa.
- *Contactar con los protagonistas de las notas más importantes de cada día.
- *Mantenerse en coordinación con las demás áreas de la empresa que interfieren en la emisión del programa como son técnicos, grabadores, relaciones públicas, continuidad, vicepresidencia y noticias entre otras.
- *Vigilar que la emisión mantenga su ritmo y fluidez al aire
- *Alentar la participación del público

Como se puede observar el trabajo del productor requiere que tenga preparación en el área de periodismo electrónico, que sea creativo y que se mantenga informado de lo que ocurre en el medio artístico, por lo que nuestra sugerencia para la empresa es en un primer nivel que se definan las funciones de estos profesionistas dentro de la empresa y en un segundo término que exijan a sus productores estudios en este sentido, pues esto tendría beneficios para la empresa en general y por ende mejoraría la calidad de los programas.

Estamos conscientes que este es un problema que sólo puede resolver la institución en un plazo de mediano a largo pues implica el cambiar la forma en que se ha trabajado hasta éste momento en Radio Fórmula.

3. Sugerencias a largo plazo

Creación de una área de producción

El productor de un programa de espectáculos requiere, como cualquier otro profesionista, de ciertos elementos básicos para realizar su trabajo con los que en este momento no se cuenta en Radio Formula.

En éste sentido nuestra propuesta sería la siguiente: Designar un área común donde todos los productores de la empresa de cualquier tipo de programa tengan facilidades para desarrollar sus actividades, se requiere de teléfonos, fax, un espacio en el que se puedan almacenar cintas, discos, dats y en general objetos de operación, reproductoras para escuchar el material que requiere ser editado para que en el momento de estar en el estudio se pueda aprovechar mejor el tiempo al tener ya la noción de como se va a trabajar, además se requiere de computadoras con acceso a agencias informativas para poder revisar el material que llega a ellas, audífonos para escuchar la música que puede ser ocupada en el programa; estos elementos permitirían al productor realizar su trabajo de manera más ordenada y realizar mejor sus funciones.

Este es un problema que únicamente puede resolver la empresa y que requiere de un presupuesto un tanto elevado por lo que lo clasificamos como a largo plazo.

En el siguiente apartado haremos algunas recomendaciones, que al igual que las sugerencias anteriormente emitidas surgen a partir del diagnóstico realizado para este trabajo y de la experiencia profesional.

E. Recomendaciones para la práctica profesional

A continuación haremos recomendaciones concernientes al productor del programa de espectáculos a fin de optimizar su trabajo, éstas se harán mencionando los plazos en los que consideramos posible realizarlas y explicando las razones por las que consideramos estos plazos.

1. Recomendaciones a corto plazo

Vigilar que exista un equilibrio entre chisme e información

Como ya los habíamos mencionado anteriormente la mayor parte de los programas radiofónicos que ocupan su tiempo a hablar de los espectáculos se nutren de información y de chismes, en éste sentido estamos considerando como chisme a toda esa información que involucra la vida personal de los artistas como con quién andan, qué carácter tienen, qué comen, a qué hora duermen y con quién así como todos esos datos que nada tienen que ver con su trabajo, o bien a la noticia que no es fundamentada.

Algunos de los programas de espectáculos se enfocan casi exclusivamente a hablar de estos chismes que la mayoría de las veces ni siquiera corroboran, mientras que otros únicamente transmiten información, definitivamente, el chisme da rating, pero no hay que abusar de él porque se puede perder el sentido del programa y hartar al auditorio.

Hemos observado que uno de los éxitos de un programa de espectáculos es tener un equilibrio entre chismes e información, no hay que cargarse totalmente a ninguno de los lados, sino informar teniendo como aderezo el chisme detrás de la nota.

El encontrar un equilibrio entre "chisme" e información, es posible que el productor lo logre a corto plazo ya que se trata de vigilar los contenidos del programa y lograr que los conductores entiendan este concepto.

2. Recomendaciones a mediano plazo

Calidad y variedad en los invitados

Aunque en un principio los programas de espectáculos estaban pensados en las amas de casa, hoy en día los radioescuchas son de todas las edades, sexos y clases sociales por lo que es necesario mantener una variedad en los invitados que logre abarcar todo tipo de gustos desde actores y actrices de telenovelas, teatro y cine, como músicos y cantantes de todos los géneros musicales siempre tomando en cuenta su fama, trayectoria y popularidad.

Si únicamente se invitan al programa actores de telenovelas o cantantes de boleros pensando en un público femenino de mediana edad, perderemos la posibilidad de acaparar otro tipo de auditorio que también asiste al teatro o gusta de la música pop o grupera.

También resulta importante mantener la calidad de invitados ya que esto da al programa cierto prestigio que es tomado en cuenta tanto por el público como por los mismos actores.

Debe tomarse en cuenta para considerar a un artista como posible invitado para la emisión de espectáculos, su trayectoria, su vigencia y su popularidad es labor del productor hacer un intenso trabajo de relaciones públicas a fin de tener día a día a los invitados que son noticia para así dar al programa actualidad y calidad.

Este problema consideramos que se resuelve a mediano plazo pues requiere de la dedicación diaria del productor para lograr que tanto las compañías disqueras acepten entrevistas con los artistas más importantes de sus elencos como para que los actores y actrices más famosos quieran acudir al programa.

Alentar la participación del público en el programa

Definitivamente quienes más deben de ser tomados en cuenta para la producción de un programa radiofónico de espectáculos es el consumidor final, es decir el público, son ellos quienes hacen de los programas un éxito o un fracaso, si una emisión no tiene el suficiente carisma para acaparar la atención del auditorio, así sea la de mejor contenido y producción, no sirve.

Al público, es necesario escucharlo y sondearlo para saber qué les gusta del programa y qué no, cuáles son los invitados que prefieren así como los temas que son de su interés, ésto se logra con base a una retroalimentación a través de llamadas telefónicas, faxes, e-mails, visitas al estudio, eventos en vivo y transmisiones del programa a control remoto desde diferentes partes de la república para mantener el contacto con esas plazas.

A los radioescuchas les gusta sentirse parte del programa y escuchar sus nombres y comentarios al aire, para ellos, los conductores son los intermediarios entre los fans y sus actores favoritos, además les gusta ser parte de las entrevistas escuchando las preguntas que ellos hacen así como sus comentarios en las voces de los comentaristas.

Finalmente, el programa de radio es un intruso que entra a la casa, al auto o al espacio de trabajo de las personas que desean percibir calidez en las transmisiones, sentirse parte de ellas.

El tomar en cuenta al radioescucha logra una retroalimentación que guía la evolución del programa y al mismo tiempo acerca nuestro producto radiofónico a sus consumidores.

Finalmente es el radioescucha quien se queda en la frecuencia o cambia de estación.

Este punto se logra resolver a mediano plazo pues requiere de estar motivando al público para que participe en el programa y al mismo tiempo alentar a los conductores para que respondan a los mensajes del auditorio.

Investigación acerca del invitado

Ya hemos mencionado la importancia de llevar al estudio invitados de calidad, trayectoria, vigencia y con cierta popularidad, pero también es necesario, una vez que se ha logrado contactar las entrevistas, darle a los entrevistados un trato especial.

No basta con tener un buen entrevistado en el programa, hay que lograr que se saque el mayor provecho posible de su visita, por lo que es necesario realizar una investigación previa acerca de su trabajo para que quien realice la entrevista tenga las armas necesarias que le permitan lograr una conversación interesante,

además es conveniente grabar una breve semblanza para que sea transmitida previo a la entrevista para que también los radioescuchas ubiquen y se familiaricen con el invitado en la cabina.

El realizar una investigación previa del artista satisface por una parte al entrevistado pues siente que ser le da la debida importancia a su presencia, por otra parte aporta a los conductores las bases para llevar a cabo una buena charla y al radioescucha le da una mejor perspectiva de quien y como es el invitado.

Este es un problema que se resuelve a mediano plazo pues se requiere de realizar los contactos adecuados con televisoras, disqueras y asociaciones como la ANDA (Asociación Nacional de Actores) y la ANDI (Asociación Nacional de Intérpretes) que nos proporcionen las semblanzas y curricula de los entrevistados.

Confrontar a las partes

En un programa de espectáculos, así como en uno de política, deportes o en un noticiero es muy importante corroborar cada información que pasa al aire, y de ser posible tener la intervención de él o los afectados, ésto añade al programa credibilidad, además debemos de ir más allá de la nota y continuar con la investigación, en el caso de que se trate de noticias en las que son varios los afectados hay que tomar en cuenta todos los puntos de vista y no limitarnos a una sola opinión.

El tomar en cuenta las opiniones de los involucrados y en un momento dado el permitir que cada uno de ellos exprese su opinión e inclusive lograr una confrontación da al programa objetividad, al no limitarse a un sólo lado de la moneda, y por consiguiente credibilidad ante el auditorio y los propios protagonistas de la nota quienes saben que tienen la posibilidad de intervenir en el programa en el momento que quieran dar su opinión o defender un punto de vista.

Este problema, al igual que los tres anteriores se logra a mediano plazo pues también requiere de un intenso trabajo de relaciones públicas tanto de los conductores como de los productores para

lograr que los involucrados en las noticias acepten hacer declaraciones en el programa.

F. Recomendaciones para la institución

En este apartado nos ocuparemos de realizar recomendaciones dirigidas al ámbito institucional tomando en cuenta los plazos en los que nos parece posible llevarlas a cabo, así como explicando el porqué de considerar estos plazos como viables.

1. Recomendaciones a corto plazo

Horario y Duración del programa

El escoger un horario adecuado para cierto tipo de programa de radio depende del público al que se quiera llegar, en el caso de las emisiones de espectáculos que en un principio fueron pensadas para llegar a las amas de casa, se les ha ubicado preferentemente por la mañana, bajo la lógica de que este es el horario en que ellas realizan sus quehaceres domésticos solas en sus hogares.

Sin embargo aunque el tipo de público que escucha estos programas ha cambiado, este horario continua siendo el acertado, ya que ahora las emisiones de espectáculos se escuchan tanto en los hogares como en las oficinas y en los automóviles y generalmente los radioescuchas que atienden a estas emisiones son personas a las que les gusta consumir programas de televisión.

Por su parte las empresas de televisión enfocan sus mejores opciones tanto de telenovelas como de programas musicales o de concursos al horario vespertino. Por lo tanto si se quiere captar al auditorio que por las tardes ve televisión es necesario transmitir las emisiones de espectáculos en radio por la mañana.

En cuanto a la duración adecuada para este tipo de programas, podemos sugerir dos horas, pues es el promedio que nos arrojaron los cuestionarios aplicados al público en el diagnóstico, además nos parece muy adecuado ya que es el tiempo suficiente para dar

diversas informaciones, opiniones y entrevistas sin llegar a aburrir o fastidiar al auditorio.

Este punto puede ser resuelto a corto plazo por la institución, pues únicamente requiere de ubicar hacia que público quiere dirigir su programa.

Perfil del conductor

A través de esta investigación y mediante el análisis de los programas de espectáculos de Radio Fórmula hemos llegado a la conclusión de que uno de los elementos más importantes en el éxito de un programa de espectáculos es el conductor titular.

El titular es quien da al programa su personalidad y es determinante en el éxito del mismo.

En las entrevistas con los productores de los programas todos coincidieron en señalar que uno de los principales atractivos de sus emisiones era la personalidad del conductor.

Los tres programas que analizamos tienen titulares con personalidades totalmente distintas, pero muy definidas; en este sentido encontramos que el programa de más éxito en Radio Fórmula y de hecho en toda la radio en cuanto a espectáculos es "Todo para la mujer".

La conductora de esta emisión, Maxine Woodside comenzó con su programa hace ocho años y goza de credibilidad ante el auditorio y prestigio en el medio de la farándula, además es carismática y su experiencia en la radio hace que sea una de las periodistas del medio mejor informadas.

Con este ejemplo no queremos decir que todos los conductores deban tener las características de Maxine Woodside, pero si que quien aspire a conducir un programa de espectáculos debe de tener una personalidad con la fuerza suficiente y con el prestigio así como la credibilidad que logre captar auditorio tan sólo con su nombre.

Esta recomendación la hacemos a la institución, ya que es ésta quien define a los titulares de los programas, para ser tomada a corto plazo, pues antes de comenzar con una emisión se debe de tener muy en cuenta quien dará la cara y la personalidad para el programa.

Publicitar los programas

La publicidad da la ventaja de dar a conocer productos a consumidores potenciales.

Los programas de radio son también un producto que requiere de ser publicitado para que el público lo conozca, en el caso de los conductores de espectáculos de Radio Fórmula, los tres que fueron entrevistados señalaron que hace falta que se publiciten sus emisiones.

Hasta el momento la promoción de las emisiones de espectáculos sólo se hace mediante las mismas estaciones de la empresa, sin embargo existe la necesidad de que se dé a conocer de manera más amplia la existencia de los programas, de igual manera podría resultar de gran ayuda publicitar cuales son los invitados que visitan los programas.

Nosotros proponemos dar a conocer los programas y mantenerlos en la memoria de la gente mediante anuncios espectaculares o Billboards así como espacios en revistas y periódicos.

Este es un problema que se puede resolver a corto plazo dado que Radio Fórmula cuenta con intercambios (es decir publicidad que se paga con productos, en este caso también con publicidad) en revistas, periódicos e inclusive en canales de televisión, por lo que podría aprovechar estos espacios para los programas de espectáculos.

2. Recomendaciones a mediano plazo

Variedad en los colaboradores

Hemos mencionado que el conductor titular es quien da la personalidad y el prestigio al programa, sin embargo tampoco es posible el éxito de una emisión si existe un sólo punto de vista de los hechos.

Al público le gusta escuchar varias opiniones de las que sin duda se identificará con alguna, el hecho de tener un sólo conductor en el

programa lo vuelve tendencioso y subjetivo en cambio la variedad en las opiniones le da objetividad y crea polémica.

El escoger quién o quiénes serán los colaboradores del programa, es labor muy importante que corresponde a la empresa, en este sentido sugerimos apoyar el trabajo del titular con colaboradores que estén casi al nivel del conductor para darle una buena replica, pero sin rebasarlo ni opacarlo, es decir, es importante que los colaboradores nutran al programa de diversos puntos de vista y contribuyan a analizar la información desde diferentes perspectivas, los colaboradores deben dar cierto contrapeso al programa, tal vez en algunas ocasiones coincidirán con la opinión del titular, pero en otras estarán en desacuerdo, eso ayuda a dar credibilidad al programa, sin embargo, es necesario que siempre se respete el liderazgo del conductor titular, nunca desacreditarlo ante su público, pues es él de quien depende el prestigio de la emisión y por consiguiente es labor de todos los integrantes del programa cuidar la imagen del titular ante el radioescucha.

Por otra parte es útil que los colaboradores del programa sean periodistas especializados en algún tema, ya sea teatro, música, telenovelas o cualquier género pero que estén empapados del tema para que cada integrante del programa sea líder de opinión en determinado tópico y así se enriquezca el programa.

El escoger a los colaboradores correctos para un programa de espectáculos es labor de la empresa que se resuelve a mediano plazo, ya que es importante hacer un análisis de quien puede funcionar como integrante del programa tomando en cuenta la personalidad del titular y el estilo de la emisión.

Orden en la pauta comercial

La estructura de un programa puede ser afectada con los constantes cambios en la pauta comercial, de la misma forma se interfiere cuando el programa se transmite enlazado por varias estaciones radiales o a diferentes plazas de la república.

involucrados al ahorrar tiempos y permitir que cada quien se dedique a su trabajo.

Este problema corresponde a la empresa resolverlo dado que es ésta quien establece los organigramas y el funcionamiento en general de la misma, sólo es posible resolverlo a largo plazo ya que requiere el solucionar una serie de vicios y formas de trabajo con las que cada departamento viene realizando sus actividades.

Contratar más reporteros

Los programas de espectáculos se nutren de información que es proporcionada por diversas fuentes, una de ellas, es lo que acontece en los eventos relativos al medio artístico, de este tipo de actos surgen muchas notas que llenan las páginas de las secciones de espectáculos de los periódicos así como los espacios de los medios electrónicos.

En muchas ocasiones en un solo día hay eventos de cine, teatro, conciertos, presentaciones de algún disco o de alguna novela, en promedio hay cinco eventos diarios a los que son invitados los reporteros del medio, sin tomar en cuenta las notas a las que cada medio da seguimiento en busca de exclusivas.

Hasta el momento en los programas de espectáculos de Radio Fórmula, la asistencia a los eventos la realizan los propios conductores a falta de reporteros, sin embargo, siempre hay actos a los que no se asiste siendo éstos de gran importancia por falta de reporteros.

Por otra parte, aunque los conductores tienen cierta formación periodística, no realizan el trabajo de reporteros pues no es el área que dominan, el reportero observa, pero también realiza entrevistas, reportajes y busca noticias mas allá de lo evidente.

La carencia de reporteros hasta el momento se ha solucionado comentando lo que publican los periódicos acerca de los eventos o lo que llega por agencias informativas, sin embargo esto cae en repetir lo que alguien más ya dijo o publicó, sin tener un punto de vista propio del programa o algún dato en el que nadie mas haya reparado.

Sabemos que el contratar reporteros sólo puede ser solucionado a largo plazo por la empresa ya que se requiere de presupuesto y plazas que pertenecen al sindicato, sin embargo lo señalamos porque es un problema que afecta a los programas de espectáculos y que limita su contenido.

Modernización del equipo y capacitación

La tecnología en los medios de comunicación colectiva avanza de manera acelerada, las novedades permiten realizar trabajos de mejor calidad en menos tiempo.

Para las estaciones de radio el estar a la vanguardia en cuanto a equipo se refiere las mantiene en un nivel competitivo.

Hoy en día el trabajo que se hace en las radiodifusoras es casi al cien por ciento por computadora, difícilmente se encuentran todavía cintas de carrete abierto o cartuchos, pues todas las grabaciones que se requieren se hacen directamente en los sistemas de cómputo de la estación y estos mismos sistemas se encargan de la transmisión.

De la misma manera programación musical se realiza mediante programas de cómputo y lo mismo pasa con la comercialización.

Las transmisiones vía satélite son cada vez más sofisticadas y las transmisiones a control remoto se hacen cada día de lugares más distantes con mejor calidad de señal gracias a la tecnología.

Como ya lo hemos mencionado, el adaptarse a nuevas tecnologías y el adquirir equipos cada vez más sofisticados no sólo para la producción de programas de espectáculos, sino para todo el funcionamiento de las estaciones de radio Fórmula, es algo que se soluciona a corto, mediano y largo plazo, pues la empresa se adapta todos los días a estos avances, a veces con pasos pequeños y en otras con grandes saltos, sin embargo aquí lo que es importante recalcar es que no basta con la adquisición de estos nuevos aparatos, resulta vital la constante capacitación del personal para que se puedan explotar estos avances de la mejor manera posible añadiendo el toque humano: la creatividad, que es lo que da vida a los programas de radio.

Hemos señalado las sugerencias y recomendaciones que hacemos tanto para la práctica profesional como para la institución, a continuación haremos un breve resumen de lo que consideramos debe de ser la producción de programas de espectáculos en una empresa como Radio Fórmula.

G. Conclusión

Como ya hemos mencionado los programas de espectáculos en la radio hablada están en auge, aunque desde los inicios de la radiodifusión en México, los acontecimientos de la farándula han sido un tema recurrente, es en el año de 1990 cuando surge el programa de espectáculos en la radio que hasta el momento ha sido el más exitoso y duradero de este medio de comunicación, "Todo para la mujer" conducido por Maxine Woodside.

A partir de éste han aparecido un sinnúmero de emisiones similares, algunas sin trascendencia y otras más que ahora son una dura competencia por ganar al auditorio que se ocupa de este tipo de programas.

Las razones para que al público le guste este tipo de programas son muchas, entretiene, resulta una grata compañía, informa, divierte, anima y a la gente, seamos sinceros, nos encanta el "chisme", al auditorio le gusta enterarse de la información de los espectáculos y sus entretelones, de la programación de la televisión y de lo que sucede detrás de cámaras, de las presentaciones de sus artistas favoritos y de sus romances e intimidades.

Al escuchar este tipo de emisiones, el auditorio se siente más cerca de los hombres y mujeres a los que admira, siente que los conoce y se convierte en su amigo y cómplice al saber sus gustos y necesidades.

Por otro lado, el público se identifica con los conductores de las emisiones de espectáculos ya que ellos hacen lo que muchos de nosotros quisiéramos hacer, no solo alabar y comentar el trabajo de los artistas, sino también criticarlos hasta hacerlos trizas.

Sin lugar a duda, el programa "Todo para la mujer" ha marcado una pauta a la que los radiodifusores han puesto atención al darse cuenta

que un programa de este tipo atrae a un auditorio muy numeroso y además es fácilmente vendible.

El rating de la emisión que conduce Maxine Woodside es de los más altos de las cinco estaciones de Radio Fórmula y en consecuencia el costo de un minuto comercial dentro de este programa es de los que más alto se cotizan.

En resumen los programas de espectáculos cuando son exitosos dan a las estaciones de radio altos ratings y ventas.

Pero, qué elementos requieren estas emisiones para lograr el éxito. La producción de un programa de espectáculos es la suma de elementos humanos y técnicos que se conjuntan para lograr un concepto interesante a los oídos de los consumidores.

Existen dos elementos básicos que crean el programa: Formato y Contenido.

En realidad el formato es el orden que se le da al contenido mediante una buena planeación y aportando elementos sonoros (música y efectos de sonido) que dan a la emisión su ritmo.

En el contenido del programa intervienen muchos factores como la personalidad de cada uno de los conductores y colaboradores, pues no sólo se trata de qué se dice, sino de como se dice.

Ellos deben de ser carismáticos, bien informados, deben de gozar de prestigio, es decir ser líderes de opinión en los tópicos de los que comenta, trayectoria dentro de los medios de comunicación a fin de ser voces y rostros ya conocidos para el auditorio, credibilidad que significa que el público confíe en la honestidad de esa persona al dirigirse ante un micrófono y ante todo deben de tener la audacia de ver mas allá de la noticia, aportar un toque personal a cada información que hará la diferencia entre un programa de espectáculos y otro.

Sin lugar a dudas el conductor y los colaboradores del programa son parte fundamental del buen funcionamiento del programa, ya que es con ellos con quien el público se identifica, toca pues a los productores darles las armas suficientes para que exploten su talento. El contenido también se basa en la información, ésta debe de ser veraz, oportuna, y de interés.

La información que nutre al programa surge a partir del trabajo de los reporteros, de los contactos con las empresas que constantemente están generando información como disqueras y televisoras, también de los cables que llegan por agencias informativas, así como de las entrevistas que se hacen en el estudio y del trabajo de observación e investigación que hacen los conductores y colaboradores.

Otro ingrediente básico en el contenido son los invitados en el estudio, éste también es un elemento que hace la diferencia en un programa de esta índole, hay que mantener un nivel en la calidad de los entrevistados que deben de ser gente con amplia trayectoria, vigencia y popularidad.

En un programa de espectáculos en radio también intervienen varios componentes que corresponden a la institución como son: elegir un horario adecuado para la emisión, la duración ideal, transmitirlo por una estación que sea la indicada para el tipo de público al que deseamos llegar y elementos técnicos como buenos equipos de grabación y transmisión.

La suma correcta de estos elementos aunados a una buena comunicación entre producción y conducción en la que entre todos manifiesten sus ideas e inquietudes para lograr un programa creativo y diferente logran el éxito de un programa de espectáculos.

En el caso de los programas de espectáculos que hemos analizado: "Todo para la mujer", "Dimes y diretes" y "Hablar por hablar", consideramos después de analizar los resultados arrojados por nuestro diagnóstico que la mayoría de los problemas que interfieren en la producción de los programas son de carácter institucional y estructural, por una parte, la falta de organización entre los departamentos de la empresa, el carecer de una área en la que los productores puedan realizar su trabajo y el no existir un perfil del productor y por otra parte la falta de recursos humanos, entre ellos reporteros y materiales como la falta de equipo técnico moderno y en buen estado así como de una fonoteca, librería musical, y falta de publicidad.

Los lineamientos que hemos sugerido para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula pueden ser tomados en

cuenta por quienes realizan ésta práctica profesional en la empresa, sin embargo, los logros a los que se llegará serán limitados mientras no se hagan las adecuaciones que se requieren por parte de la compañía.

Hemos llegado hasta este punto de la investigación a dar una serie de lineamientos para la producción de un programa de espectáculos en Radio Fórmula, esto lo hemos desarrollado a partir de la investigación y análisis aquí realizado así como por la experiencia profesional adquirida en nuestros años de trabajo en los medios de comunicación.

El ingresar a estos medios y mantenernos en cierto nivel dentro de Radio Fórmula ha sido gracias a una formación académica adquirida en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales, Campus Acatlán, por lo que el próximo capítulo lo dedicaremos a hacer un balance de esta educación.

Hablaremos de como ha sido útil nuestra formación profesional en nuestra práctica profesional, además realizaremos algunas sugerencias de cómo, según nuestro punto de vista adquirido en nuestro desarrollo en los medios de comunicación podrían hacerse algunas modificaciones en el plan de estudios para la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

Capítulo IV
Consideraciones
Finales

Un programa radiofónico se nutre de notas informativas, entrevistas, reportajes, artículos, editoriales, crónicas y columnas el productor es en ocasiones el encargado de realizarlos y en otras de dirigir a los reporteros y a los redactores para que hagan estos trabajos.

En cuanto a las materias teóricas nos gustaría destacar que tanto Introducción a las Ciencias de la Comunicación como Desarrollo de los Medios de Comunicación Colectiva en México I y II, nos dieron las bases para comprender la situación actual de los medios de comunicación en nuestro país, sin embargo, en nuestro caso muy personal, las Teorías de Comunicación Colectiva (funcionalismo, estructuralismo y marxismo) no nos han sido de utilidad pues tal vez el enfoque que se les dio en los cursos a los que asistimos no nos permitió encontrar una utilidad real de estas teorías dentro de la práctica profesional que desarrollamos.

Al respecto de las materias de carácter metodológico nos gustaría resaltar que los Métodos de Investigación en Comunicación Colectiva (I, II y III), así como los Seminarios de Tesis, nos dieron las bases para realizar investigaciones, así como capacidad de interpretación, análisis, reflexión y abstracción, pero por otro lado señalaremos que el incluir las materias de Introducción a las Matemáticas y Estadística Descriptiva como parte de la formación de Periodismo y Comunicación Colectiva nos parece poco práctico, es cierto que son materias necesarias para cualquier profesionista, pero debemos suponer que el haber cursado estudios de secundaria y bachillerato previo a la carrera nos debió de haber dado ya estas herramientas.

Las asignaturas comprendidas por el área contextual (Área económico, político, social) resultaron útiles en nuestra práctica profesional al aportarnos elementos que permiten comprender la sociedad actual, la Historia Mundial del Siglo XX y la Historia de América Latina son materias además de entretenidas e interesantes, básicas entre los conocimientos que debe poseer aquel que se dedique a los medios de comunicación, lo mismo sucede con las materias referentes a Derecho y Economía son teorías que para quien se dedique a los medios de comunicación colectiva debe

dominar de manera firme, sin embargo, el área contextual es la que incluye un mayor número de materias dentro del plan de estudios, creemos que poseer cultura general es muy importante para el periodista, pero algunas de estas materias podrían condensarse en menos semestres.

Acerca de las materias correspondientes a la pre especialidad nos gustaría destacar que lo aprendido en la asignatura de Producción y programación radiofónica resultó una base muy firme para nuestra práctica profesional nos dotó no sólo de los conocimientos básicos de esta actividad, sino también de elementos de comprensión, análisis y percepción.

En la materia de agencias informativas entendimos la utilidad de las mismas, adquirimos conocimientos generales acerca de las características, historia, así como el funcionamiento de las agencias nacionales e internacionales más importantes y aprendimos como aprovechar las ventajas que nos brindan éstas.

En las asignaturas de adaptación de textos aprendimos a realizar guiones para radio, cine y televisión que resultaron obsoletos pues los modelos a los que nos acercaron son demasiado rebuscados, en los medios de comunicación, uno de los elementos más preciados es el tiempo, por lo que el tipo de guiones que se utilizan son mucho más sencillos y concretos que aquellos que aprendimos en esta materia, aun así, esta asignatura nos dio algo mucho más importante que las instrucciones para algún formato, impulsó nuestra imaginación y creatividad, algo que en la vida profesional ha sido de vital importancia.

En general podríamos concluir que la formación profesional que obtuvimos al cursar la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva fue bastante acertada para la práctica profesional que ahora realizamos dotándonos de los conocimientos y las habilidades necesarias, sin embargo nuestro desarrollo en los medios también nos ha dado nuevas perspectivas a partir de las cuales quisiéramos hacer algunas sugerencias para el plan de estudios que enunciaremos más adelante en este mismo capítulo, a continuación haremos un análisis de los factores socioculturales y económicos que imperaban

partido Luis H. Alvarez en las que reconocía que Acción Nacional había legitimado el triunfo de Salinas después de varias negociaciones a cambio de una promesa de democratización que en un inicio se cumplió con el reconocimiento del triunfo de su candidato al gobierno de Baja California, Ernesto Ruffo Appel, pero que después ocurrió un cambio de rumbo.

Por su parte el Frente Democrático Nacional encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas al quedar solo en la lucha, opta finalmente por la desmovilización, al respecto varios años después, el 17 de octubre de 1993 Cárdenas declara que después de varias jornadas por la defensa del voto y con base en un análisis de la situación del país se llega a esta decisión como la mejor solución a la conflictiva que vivía el movimiento democrático en aquel momento, añade que fue una decisión delicada tomada después de revisar otras posibles alternativas, todas dentro de los marcos de la acción cívica.

Lo cierto es que Salinas de Gortari una vez asegurado en apoyo panista y deshecho el Frente Democrático Nacional se dispuso a legitimar su poder con un acto espectacular: el primero de octubre de 1989 encarcela a un "Intocable" el líder petrolero Joaquín Hernández Galicia "La Quina" ganándose así el reconocimiento por parte de un amplio sector de la ciudadanía mexicana.

Pero, ¿Qué sucedía mientras tanto en los medios de comunicación?, el gobierno decide callarlos para no causar más alborotos, se asesina la libertad de expresión y el gobierno amenaza a los periodistas y a los medios de comunicación con tomar medidas para lograr su silencio, en el caso concreto de los medios electrónicos, existe el riesgo de perder cartas de tránsito, licencias de locución e incluso las estaciones de radio y cadenas televisivas se ven amenazadas con el riesgo de perder sus concesiones.

Así, varios periodistas quedan vetados durante todo ese sexenio por hacer comentarios fuera de lo permitido.

Caso concreto podríamos señalar el de Guillermo Ochoa quien después de proyectar en su programa un vídeo en el que aparecía Salinas de Gortari abrazado de Joaquín Hernández Galicia poco antes de que lo mandara arrestar pierde su carrera en Televisa.

De esta manera los medios de comunicación quedan al servicio del sistema no por convicción, sino porque no les queda más alternativa. Todo esta contextualización de lo sucedido en nuestro país entre los años 88 a 92 en que nos tocó cursar la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, viene a colación para mencionar que así como el país se encontraba politizado, los estudiantes nos encontrábamos con el mismo ánimo, los profesores nos inculcaban la importancia de utilizar los medios de comunicación para manifestar nuestras ideas y criticar al sistema, los alumnos aprendíamos en la escuela que los medios masivos estaban al servicio del pueblo y en el se podían manifestar cualquier tipo de corrientes políticas e ideológicas.

Sin embargo en la vida real pasaba todo lo contrario, los pocos periodistas que se atrevían a hacerlo quedaban relegados, vetados y por lo menos durante el sexenio su carrera estaba terminada, sin embargo, ese espíritu de lucha y denuncia aprendido dentro de las instalaciones de la universidad no fue del todo inútil, pues hoy se viven otros tiempos en los medios de comunicación y aunque aún no es posible hablar de libertad de expresión, ni de prensa y parece que todavía se encuentra muy lejana la fecha en que esta teoría se pueda convertir en realidad, lo cierto es que existe mucha más apertura en los medios, actualmente cualquier tema es susceptible de ser difundido, ya no existen intocables, bueno...CASI...(sólo dos o tres). Al respecto el periodista Joaquín López Dóriga nos platica: "Si comparamos lo que sucedía en los medios de comunicación en 1988, con lo que ocurre actualmente, estaremos hablando de dos planetas diferentes; El mejor testimonio de esto lo ha dado Cuauhtémoc Cárdenas quién ha dicho que la gran diferencia entre el proceso electoral del 88 y el que estamos viviendo actualmente son los medios de comunicación, el tener acceso a ellos como partidos de oposición."

Y continúa López Dóriga: "En 1988 ni Cárdenas, ni Manuel Clouthier tuvieron acceso a los medios, vamos, los dueños de los medios electrónicos ni siquiera aceptaban su publicidad pagada, los spots, no los permitieron, no los pasaron; Sólo al final (de las

campañas electorales), después de no haber existido para los medios electrónicos, Cárdenas obtuvo una entrevista que le hizo Guillermo Ortega en el noticiero matutino que conducía, y otra Manuel Clouthier. Esa es la gran diferencia hablando de libertad de prensa entre 1988 y esta nueva etapa de los medios de comunicación.”

Continuando con la evaluación de las condiciones de nuestra formación profesional, consideramos que nos tocó una muy buena época de la ENEP campus Acatlán, contrario a la mala reputación con la que cuenta la UNAM en este sentido, había una muy buena asistencia de los profesores y fuimos testigos de tan sólo algunos paros de pocos días.

En cuanto a facilidades, pudimos hacer uso de una biblioteca funcional y de instalaciones dignas.

Consideramos que en general los académicos que guiaron nuestra formación fueron muy competentes, conservamos recuerdos muy gratos de varios de ellos que nos aportaron elementos más allá de las teorías, abrieron nuestros ojos hacia nuevos horizontes y despertaron en nosotros el espíritu de lucha y competitividad.

Técnicamente podríamos hacer una crítica de lo rudimentario del taller de radio en comparación con las cabinas de las radiodifusoras comerciales o de universidades particulares, sin embargo consideramos que la formación académica va mucho más allá de preparar técnicos de radio, el funcionamiento de los aparatos que conforman una cabina de radio desde los análogos hasta los digitales y ahora los cibernéticos, se aprende en la práctica profesional, así se cuenta con talleres que estén a la par con la tecnología que se maneja en los medios de comunicación, esa misma tecnología será obsoleta en muy poco tiempo, por lo que aún contando con el mejor equipo dentro de la universidad, al salir será necesario aprender el funcionamiento de nuevos sistemas, en realidad la importancia de la formación académica en este sentido es dotar al alumno de creatividad, imaginación, capacidad de análisis, abstracción y reflexión, además de un buen nivel de información y comprensión.

Hemos hecho un análisis de las condiciones socioeconómicas que rigieron nuestra formación profesional mismas que nos permitieron

Entonces, ¿cuál es el secreto para lograr un lugar y mantenerse en él?, sin lugar a dudas la formación profesional combinada con esfuerzo y talento.

En nuestro caso particular, consideramos que el haber podido cursar la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva nos dio los conocimientos del funcionamiento de la radio como un medio de difusión de una infinita capacidad gracias al cual se producen mensajes susceptibles de ser transmitidos y en el que se puede obtener una retroalimentación por parte del radioescucha.

Aprendimos la responsabilidad de los líderes de opinión, cuyos discursos producen efectos en miles de radioescuchas.

Entendimos el enorme alcance de los medios electrónicos y su utilidad para informar, educar, entretener, divertir, y servir de compañía a su enorme auditorio y lo importante que resultan en el desarrollo de toda una nación.

Gracias a la formación profesional comprendemos el momento que actualmente viven los medios electrónicos de nuestro país, a través de conocer la historia de su nacimiento y su desarrollo.

Los años en la universidad nos dieron bases de cultura general gracias a las cuales nos hemos podido desempeñar lo mismo en la producción de noticieros que en programas de confrontación política, como en las áreas de deportes, finanzas, espectáculos y revista femenina, así mismo en la conducción de emisiones dedicadas al entretenimiento infantil, y espacios de orientación médica.

Obtuvimos el conocimiento de los elementos básicos para la producción con los que se diseña un programa radiofónico y las características particulares de emisiones especializadas.

Aprendimos a realizar entrevistas, reportajes, crónicas, columnas y a redactar notas informativas, distinguiendo los ingredientes de cada uno de estos géneros y de que manera se utilizan para nutrir programas radiofónicos.

Como consecuencia de nuestra formación académica entendemos el funcionamiento técnico de la radiodifusión.

Además de estos conocimientos adquiridos gracias a la carrera de Periodismo desarrollamos sensibilidad, creatividad, capacidad de análisis, percepción, reflexión y abstracción.

Definitivamente estamos seguros que la formación profesional nos dio las herramientas para ser parte de los medios electrónicos de comunicación y lograr un desarrollo exitoso en diferentes áreas tanto de la radio como en la televisión.

El aprendizaje académico nos ha dado muchas posibilidades que aquí hemos descrito, enseguida haremos una reflexión en torno al plan de estudios de la carrera a fin de que garantice una mejor calidad en la práctica profesional.

D. Reflexiones en torno a la formación profesional hacia la práctica profesional

Como ya lo hemos señalado, una acertada formación profesional es la base para un buen desarrollo en la práctica profesional, en nuestro caso, consideramos que la preparación académica que obtuvimos fue adecuada y nos dotó de bases firmes para desarrollar una buena labor en los medios de difusión.

Sin embargo, quisiéramos hacer algunas sugerencias en torno al plan de estudios a fin de acercar a los estudiantes de la carrera de periodismo a la realidad que se vive en las empresas de comunicación.

Consideramos que el programa académico de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva que se imparte en la ENEP campus Acatlán está demasiado cargado hacia el área económico, político, social o contextual que agrupa a once asignaturas, por ejemplo se dedican dos semestres a estudiar Historia Mundial del siglo XX, tal vez este curso se podría condensar en sólo uno tomando en cuenta que materias relacionadas con la historia las hemos tomado desde la primaria y a nivel licenciatura deberíamos de dominar ya estos conocimientos.

De la misma manera hay dos semestres dedicados al estudio del Derecho, no cuestionamos la importancia de esta materia en la

introdutorias sino dedicar un curso completo para acercar al estudiante a cada una de las pre especialidades que la carrera ofrece. En otro orden de ideas, aunque a lo largo de nuestra formación profesional, los académicos nos aseguraron que la carrera de periodismo no era para preparar locutores, consideramos que sería una muy buena herramienta para quienes cursan la licenciatura, y en especial para los que eligen la pre-especialidad de medios electrónicos ofrecerles un taller de la voz como materia optativa en el que se le inculque al alumno a utilizar su fonación como instrumento de transmisión de mensajes, en este curso se podría enseñar locución para programas informativos, locución comercial y doblaje de voz.

Creemos que este tipo de talleres resultaría para el egresado de la carrera de periodismo una herramienta muy útil para su vida profesional.

Nuestra sugerencia hacia la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP campus Acatlán desde la perspectiva de nuestro desarrollo profesional es el acercar más a los alumnos a los medios de difusión ya sea mediante visitas, prácticas, servicio social, o investigaciones en torno a las mismas.

En lo personal, tal vez estemos de acuerdo o no con las materias que se imparten en la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, sin embargo, consideramos que todas ellas en mayor o menor medida son herramientas que debemos de tratar de aprovechar, cada una de las materias que cursamos es un recurso más con el que contamos como profesionistas.

Al respecto, platicamos con el periodista Joaquín López Dóriga, quien como ya lo habíamos señalado, estudió la carrera de Derecho y le preguntamos ¿En caso de haber estudiado Periodismo que herramientas cree que le hubieran sido más útiles para su profesión? a lo que nos contestó:

“Todas las herramientas, desde escribir con los diez dedos de las manos, porque yo como reportero escribo con dos dedos, muy rápido, tal vez más rápido que muchas secretarias que escriben con los diez; pero lo que te quiero decir con esta figura es que todas las

herramientas son maravillosas, es fundamental la capacitación, pero más que la capacitación es esencial el esfuerzo”. Y Continua: “Yo no entiendo la capacitación sin el esfuerzo, no sirve para nada es un desperdicio; no entiendo el talento sin el esfuerzo, es un desperdicio, no entiendo capacitación y talento sin el esfuerzo, sigue siendo un desperdicio. Yo lo que entiendo es la cultura del esfuerzo”. Finaliza diciendo López Dóriga.

Con las palabras de este excelente periodista cerramos este apartado en el que a partir de lo que hemos vivido en el ámbito laboral intentamos hacer algunas sugerencias hacia el programa de estudios de la carrera que cursamos. En el siguiente apartado hablaremos de como el egresado puede apoyar a las nuevas generaciones en su formación.

E. Reflexión en torno a como la práctica profesional puede apoyar a la formación profesional

Indudablemente, el egresado de cualquier universidad tiene con su casa de estudios una deuda muy importante que saldar, la educación profesional es en cualquiera de los casos nuestra carta de presentación en los mercados de trabajo y quienes tenemos la fortuna de contar con un espacio dentro de estos debemos de buscar alguna manera para apoyar a la institución que nos formo.

Ha sido un tema recurrente en la historia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) el referente a las cuotas, la mayoría de las generaciones que estudiamos en ella, prácticamente obtuvimos una educación gratuita de la que ahora vemos muchos beneficios, al respecto, consideramos que una manera de agradecer a la UNAM la enseñanza que nos brindó sería dedicando algunas horas de servicio a nuestra Universidad.

En el caso de quienes contamos con un espacio en los medios de difusión podríamos contribuir dando pláticas a los estudiantes de la carrera de periodismo a fin de acercarlos a la práctica profesional.

Cada profesionista desde su perspectiva tiene sin duda algo que aportar a las nuevas generaciones, por ello consideramos pertinente que se organicen talleres, cursos, pláticas, ciclos de conferencias en donde los ex alumnos de Periodismo se acerquen a las nuevas generaciones para compartir su experiencia, inclusive, los egresados en coordinación con los profesores podrían participar en la impartición de algunas partes del plan de estudios de la carrera dependiendo de la experiencia profesional de cada uno.

Mucho nos quejamos de que las empresas prefieren a estudiantes de escuelas particulares por encima de egresados de la UNAM, sin embargo, cuando tenemos la posibilidad de influir en la elección del personal o inclusive realizarlo caemos en la misma práctica, por eso queremos señalar que es compromiso de quienes adquirimos una formación académica en la ENEP Acatlán fomentar la contratación de quienes como nosotros cursaron su instrucción profesional en esta casa de estudios.

En resumen consideramos que quienes ya contamos con un desarrollo profesional tenemos el deber de apoyar a nuestra institución de enseñanza profesional así como a los estudiantes de la carrera.

Hemos hablado de cómo los egresados de la carrera de comunicación que afortunadamente hemos encontrado un espacio dentro de los medios podemos contribuir en la formación de los nuevos estudiantes, así mismo queremos destacar la importancia y la pertinencia de contar con la Memoria de desempeño profesional como opción para aquellos que hemos podido desarrollarnos en torno a nuestra carrera, es por ello que a continuación hablaremos de esta opción de titulación.

F. La importancia de la memoria de desempeño profesional como opción de titulación

Es un tema recurrente el bajo índice de titulación de los egresados de la UNAM, en la mayoría de los casos esto se debe a que quienes terminan una carrera e ingresan a la vida profesional cuentan con

poco tiempo para realizar trabajos de titulación, además muchos adquieren compromisos personales y cada vez resulta más difícil poder acceder a la titulación.

Por otra parte, entre más tiempo dejamos pasar después de nuestra graduación, nos vamos separando de nuestras actividades académicas y nos resulta aun más complicado volver a los libros así como a la investigación.

En este sentido, la oportunidad de presentar una memoria de desempeño profesional resulta para quienes hemos logrado un desarrollo en torno a nuestra formación académica una excelente opción de titulación.

La memoria de desempeño permite al profesional aprovechar su experiencia laboral para presentar un trabajo de investigación.

Es común que las tesis y tesinas una vez concluidas no vuelven a ser leídas en ocasiones ni siquiera por quien las realizó, así pues, la memoria de desempeño no sólo sirve al egresado para buscar su titulación, sino que pueden resultar de utilidad para la Universidad ya que realiza un análisis de los planes de estudio y los compara con la práctica profesional.

A la vez, la memoria de desempeño profesional, puede resultar de interés para la propia empresa en la que nos desarrollamos al ser éste un trabajo que presenta los problemas que ocurren en ella, así como las posibles soluciones o mejoras para la institución, que han sido encontradas a través de un trabajo de investigación.

La memoria de desempeño profesional da al egresado la posibilidad de evaluar su propia formación, así como utilizar su desarrollo personal para presentar un trabajo de titulación de utilidad para sí mismo, la Universidad y la empresa en la que labora.

Por otra parte quisiéramos señalar la pertinencia de los talleres de titulación, ya que dan a los ex alumnos la opción de lograr la culminación de su formación profesional a través de un apoyo académico que nos ayuda a acercarnos una vez más a los libros, nos señala la metodología a seguir al realizar la investigación y nos apoya a fin de organizarnos en tiempos, además, nos brinda la orientación necesaria para lograr terminar el trabajo de la mejor

manera posible y con el compromiso de entregarlo en un periodo pactado.

A continuación quisiéramos hacer una reflexión acerca de la importancia de la comunicación y los medios masivos de difusión.

G. Reflexión acerca de la importancia de la comunicación

Manuel Martín Serrano en su libro: Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia, explica que la comunicación, por ser una forma de interacción, supone la participación de al menos dos actores: Ego y Alter, quienes en el proceso comunicativo ocupan diferentes posiciones y en el transcurso de esta situación desempeñan funciones distintas; Ego, a fin de que la comunicación sea posible se vale de una "Substancia expresiva" que es una materia orgánica o inorgánica a la que modifica mediante un "trabajo expresivo" para producir una expresión, misma que envía a Alter mediante un canal.

Para que el proceso comunicativo sea completado es indispensable que el trabajo expresivo que Ego realiza se corresponda con el trabajo perceptivo que debe llevar a cabo Alter para captar las señales, es decir que los órganos biológicos y/o tecnológicos de los que se sirve el primer actor para producir y transmitir expresiones puedan acoplarse con los órganos de los que Alter se sirve para captarlas.

Hasta este nivel queda entendido que el proceso comunicativo no es exclusivo de la especie humana, sino es una aptitud de todo ser vivo capaz de comunicarse con otro ser vivo.

Sin embargo, el mismo autor señala que "La especie humana dispone de instrumentos biológicos de comunicación equivalentes a los que poseen otras especies, pero ha logrado multiplicar su capacidad, sirviéndose de amplificadores tecnológicos como el telégrafo, la radio o la televisión."⁶

⁶ Martín Serrano, Manuel, Teoría de la comunicación, p. 24.

Y añade “Solo el hombre ha conseguido transformar, recurriendo a la técnica, unas formas de energía en otras para generar señales más rápidas, de mayor alcance o más distinguibles entre ellas.”⁷

La Comunicación es en resumen la interacción que existe entre dos o más seres vivos para intercambiar información mediante un proceso de producción, distribución y consumo de mensajes.

En nuestro caso, nuestra práctica profesional se ubica en el nivel de producción de expresiones ya que realizamos operaciones de recolección, procesamiento, y transmisión de datos en forma de productos comunicativos.

Como productores de un programa radiofónico, nuestra actividad comunicativa se sitúa en el momento de la gestión de mensajes, ya que define los contenidos, los organiza, y define las estrategias comunicativas que se van a utilizar para la transmisión de los mismos.

Consideramos que para realizar esta actividad comunicativa es necesario contar con una formación académica en el área de Periodismo y Comunicación Colectiva ya que nosotros somos los responsables de los mensajes que se les están mandando a miles de radioescuchas que son, en términos comunicativos los consumidores de mensajes o Alter.

Es a través de los medios masivos de comunicación que los mensajes o expresiones llegan a un mayor número de receptores, en menor tiempo y de manera eficaz.

La radio es en este sentido, un medio de información que transmite mensajes con rapidez y oportunidad ya que su señal llega a los receptores casi al mismo tiempo en que es emitida, por lo que tiene la capacidad de llevar a los escuchas la información en el momento justo que ésta acontece y desde cualquier lugar.

La televisión por su parte no es tan rápida como la radio, sin embargo cuenta con el apoyo de las imágenes.

Y la prensa, es el medio periodístico en el que el receptor tiene la posibilidad de seleccionar sólo las notas que juzgue de interés,

⁷ Idem p.24

determinar el momento de su lectura y remitirse a ésta cuantas veces lo desee.

Los medios de comunicación tienen entre sus propósitos informar, entretener, orientar, divertir y educar, sin embargo, existen varios factores que provocan que estos objetivos no sean llevados a cabo de una manera satisfactoria.

Una de las causas por la que la radio, la televisión y la prensa no cumplen con la finalidad de informar y educar es la desmedida comercialización de los medios, en particular los medios electrónicos se han enfocado a ser vendedores de productos sin importar el contenido de la programación, en su mayoría, las emisiones en radio y televisión carecen de contenidos educativos sin embargo alcanzan grandes niveles de audiencia por lo que son altamente rentables.

En el plano de la información periodística, cabe recordar que tanto la radio como la televisión están sujetas a concesiones debido a que el espacio aéreo en que se difunden es propiedad de la nación, por lo tanto, es el gobierno quien determina la amplitud de la libertad de expresión.

Consideramos que los medios electrónicos de difusión podrían contribuir a la educación de nuestra sociedad mediante campañas de orientación hacia la salud y la seguridad.

Es cierto que a menudo escuchamos en los medios información acerca del SIDA y del cáncer ginecológico lo cual es muy importante pues éstos son padecimientos mortales y de evolución corta, pero sólo aquejan a un sector minoritario de la población.

Por otro lado hay enfermedades como la diabetes, la gastritis (que puede evolucionar en cáncer gástrico), la presión alta, la arteriosclerosis o el tabaquismo que son padecimientos de evolución lenta pero que afectan a un porcentaje mucho más amplio de nuestra sociedad y que ocasionan un deterioro cada vez mayor en su calidad de vida, sin embargo, acerca de estas enfermedades, no existen campañas de orientación y prevención en los medios de comunicación.

Es cierto que existen programas en radio y televisión enfocados a la salud, sin embargo, son pocos los espacios que se les asigna, y generalmente sus horarios de transmisión son extremos, ya sea a media noche o en las madrugadas por lo tanto es poco el público que tiene acceso a ellos.

Además, es un hecho que los radioescuchas, en su mayoría, prefieren escuchar programas de entretenimiento que educativos, por lo que consideramos que además de los programas especializados en estos temas, las campañas deberían insertarse dentro de la programación general de los canales de televisión y frecuencias radiofónicas para que sirvan de orientación a un mayor número de personas.

De igual manera, en vista del alto índice de inseguridad que se vive en nuestro país, creemos que los medios masivos deberían difundir información acerca de temas como: de qué manera evitar asaltos en nuestras casas, negocios, automóviles y a nuestra persona, a que instancias acudir en caso de incidentes de este tipo y en general mensajes que orienten a la población general en como protegerse de la delincuencia.

Creemos que de esta manera las empresas de difusión podrían contribuir a superar la crisis que enfrenta nuestra sociedad.

Hasta aquí hemos llegado al final de las reflexiones en torno a la comunicación y los medios masivos así como al término de este trabajo de investigación, a continuación plantearemos las conclusiones a las que hemos llegado a partir de este trabajo haciendo una evaluación de cada uno de los capítulos además de una reflexión en torno a sí esta investigación cumplió con su objetivo general y con sus objetivos particulares.

CONCLUSIONES

“Contarle a la gente lo que pasa tras bambalinas, decirle al radioescucha el chisme que ellos no ven, pero que se mueren por saber”, es según Maxine Woodside el objetivo de los programas de espectáculos en la radio.

¿Acaso se trata de una moda?, Posiblemente, el caso es que hoy por hoy, el chisme electrónico ha tomado tanto auge que la fórmula de crítica mordaz y comentarios agudos en torno a los protagonistas de la farándula ha traspasado los límites de la radio para ser retomada por la televisión, así surgen emisiones como “Ventaneando”, “Válvula de escape” y “La Botana” programas en los que se ha retomado la fórmula de “Todo para la mujer” y únicamente se les ha agregado el elemento de la imagen.

Y la misma corriente se ha apoderado del periodismo escrito, basta revisar una revista TV y Novelas de hace 20 años y una actual para darse cuenta que la forma de informar ha cambiado, antes esta revista se nutria de entrevistas y reportajes, hoy esta plagada de fotografías tomadas por los famosos “Paparazzi” con las que descubren los secretos mejor guardados de los protagonistas de la farándula⁸.

Pero ¿Cuál es el factor que permite la existencia de los programas de espectáculos en la radio?.

Como ya lo hemos mencionado, desde los inicios de la radiodifusión en México la vida de los artistas fue un tema recurrente, sin embargo, en ese entonces quienes llenaban las pantallas de cine y televisión eran verdaderas divas que se sabían comportar como tal.

¿Cuándo nos hubiéramos imaginado ver a Elsa Aguirre o a Silvia Pinal en pants comprando cosas en el mercado?, Estas divas

⁸ Véase la revista TV y Novelas año XXI núm. 15 publicada el 13 de abril de 1999, las notas que publica son: “Se descubre el secreto de Thalía: Está enamorada de un hombre poderoso y maduro.”, “Luismi y Mariah Carey exhiben su amor: ¡Así los captamos en Los Cabos, Baja California.” Y compárela con el número de la misma revista publicada el 7 de mayo de 1980, contiene artículos como: “¿Qué tiene Erick Estrada que enloquece a las mexicanas? ¡Ellas opinan!”; “¡No soy tan fiero como me pintan...pero si me tocan, muerdo!”, Dice Andrés García.

logrado provoca que cada vez aparezcan más competidores por ganarse la atención del radioescucha, así, como en todos los aspectos de la vida, sólo los mejores permanecerán.

Por ello en este trabajo de memoria de desempeño profesional nuestro objetivo fue sugerir lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula a fin de aportar elementos que ayuden a mejorar la calidad de las emisiones de este tipo que se transmiten por la empresa en la que hemos realizado nuestro desarrollo profesional.

A continuación haremos una evaluación de cuáles fueron las metas que logramos cumplir a través de esta investigación y cuales quedaron inconclusas.

El primer capítulo del trabajo estuvo dedicado a la contextualización de nuestro objeto de estudio: La producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula, en él se expuso la historia de ORF, el nacimiento y evolución de este tipo de emisiones en la radio mexicana, así como en la empresa en la que realizamos nuestra investigación, además se explicó el perfil del productor de los programas de espectáculos y se habló de los elementos con los que cuenta para realizar su labor.

Consideramos que en el primer capítulo cumplimos con la tarea que nos propusimos gracias a quienes nos brindaron su tiempo, conocimientos y experiencia.

Logramos recabar información que no existía en ORF de manera ordenada, como la historia de la empresa, por lo que consideramos que estos datos pueden resultar de utilidad para Radio Fórmula.

El segundo capítulo de la investigación lo dedicamos al diagnóstico, en éste expusimos los problemas que mediante nuestra experiencia profesional habíamos detectado en la producción de programas de espectáculos y los complementamos con la información que obtuvimos a través de la aplicación de entrevistas a los conductores y productores de éstas emisiones, así como cuestionarios aplicados al público.

En este punto consideramos que la información aportada por los productores y conductores fue muy valiosa, sin embargo, en la

aplicación de los cuestionarios a los radioescuchas, notamos una apatía por parte de ellos para sugerir lo que prefieren escuchar en la radio. Notamos que las respuestas de éstos eran vagas y consistían de tan sólo una o dos palabras.

En todos los casos a los radioescuchas se les explicó que se trataba de un cuestionario que era parte de una investigación para un trabajo de titulación, ellos aceptaron de manera gustosa contestarlos, sin embargo, al momento de realizarlos notamos poco interés de su parte, tal vez por falta de tiempo o probablemente por que al no tratarse de un sondeo hecho por la empresa, consideraron poco probable que los resultados logran cambios en el contenido de los programas.

Especulamos que tal vez aplicar una dinámica de focus group con la muestra de los radioescuchas, en lugar de cuestionarios, habría aportado más elementos a la investigación.

En el tercer capítulo de nuestro trabajo expusimos nuestra propuesta de lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Radio Fórmula.

En él separamos los problemas que consideramos corresponden a la práctica profesional de aquellos cuya solución depende de la empresa y ofrecimos sugerencias y recomendaciones a corto mediano y largo plazos tanto para la institución como para la producción.

Así, en este tercer capítulo logramos detectar que en la mayoría de los problemas que afectan a la producción de programas de espectáculos la solución no depende de la producción, sino de la empresa, por lo que son limitados los avances que podamos lograr mediante nuestra práctica profesional.

El capítulo cuatro de nuestro trabajo de investigación estuvo dedicado a reflexionar en torno a nuestra formación profesional y nuestra práctica profesional, en él llegamos a la conclusión de que nuestra formación académica fue determinante para el desarrollo de nuestra vida laboral, sin embargo nos encontramos con que las materias contenidas en el plan de estudios vigente entre 1988 y 1992

se impartían aislándolas de su utilidad dentro de la comunicación y los medios de difusión.

Así materias como Derecho, Economía o Matemáticas eran impartidas sin buscarles un enfoque hacia la comunicación.

Por otra parte las prácticas en los medios eran muy escasas o nulas.

Sin embargo, al hacer una revisión del nuevo plan de estudios de la carrera nos encontramos con que ahora las materias están más focalizadas, así por ejemplo, Introducción a la Epistemología ahora es Epistemología de la Comunicación e Introducción al Derecho ha cambiado por Legislación de la Comunicación.

Así mismo dentro de los cambios positivos que encontramos en el nuevo plan de estudios cabe destacar que existe más acercamiento con los medios de comunicación, se ha incluido Computación y desde el primer semestre nos encontramos con materias enfocadas hacia los medios de comunicación como es la Redacción.

También dentro de las asignaturas optativas aumentaron las alternativas y son mucho más útiles e interesantes.

Consideramos que el plan de estudios vigente es mucho más adecuado y ofrece al estudiante una visión mucho más cercana de lo que se va a encontrar cuando ingrese a la vida laboral.

En conclusión creemos que el presente trabajo de memoria de desempeño profesional cumplió con su objetivo de sugerir lineamientos para la producción de programas de espectáculos en radio Fórmula, así como el de reflexionar en torno a la formación profesional y su utilidad dentro de la práctica profesional.

Queremos terminar agradeciendo a quienes hicieron posible el presente trabajo al aportarnos su tiempo, experiencia y conocimientos mediante las entrevistas que les realizamos, ellos son: Joaquín López Dóriga, Maxine Woodside, Alma Elena Quintana, Juan José Origel, Conty González, Sofía de la Luz "Susy" López (q.e.p.d.), Jorge Carbajal, Guillermo Jiménez, Salvador Alcántara, Guillermo Flores, Don Gabriel Nuñez, Adán Montes de Oca y Don Luis Cáceres. ¡GRACIAS!

BIBLIOGRAFÍA

- ANDER-EGG, Introducción a las técnicas de investigación social. Ed. Hvmantitas, Buenos Aires, 1970.
- CORELLA, De la Rosa. Perfiles del cuadrante. Ed. Trillas, México, 1989.
- CORRAL, F. La investigación de la comunicación en México. Ed. Trillas, México, 1989.
- DE LA ROSA, Alva Alma. Radio e Ideología. Ed. Caballito, México, 2a edición, 1982.
- DORNBIERER, Manú. El Prinosaurio: La bestia política mexicana. Ed. Grijalbo, México, 1994.
- ECO, Humberto. ¿Cómo se hace una tesis?. Ed. Gedisa, Barcelona, 1984.
- FESTINGER, L y Katz, D. Los métodos de investigación en las ciencias sociales. Ed. Paidos, Buenos Aires, 1992.
- GARZA MERCADO, A. Técnicas de investigación social. Ed. Colegio de México, México, 1988.
- GRAHAM, Scott Gini. Can We Talk?: The Power and influence of talk shows. Ed. Inside Books, Plenum press, Washington, 1993.
- GROSS, S. Lynee, Reese E. David. Manual de producción radiofónica, estudio y equipo. Ed. Alhambra, México, 1997.

LINTON, M. Métodos actuales de investigación social. Ed. Akal, Madrid, 1979.

MARTIN SERRANO, M. Métodos actuales de investigación social. Ed Trillas, México, 1978.

MARTIN SERRANO, M. Teoría de la comunicación, Epistemología y análisis de la referencia. Ed. ENEP Acatlán, Naucalpan, 1991.

NEWMAN, John F. Periodismo Radiofónico. Ed. Limusa-Wiley, México, 1996.

RODRIGUEZ, M. La enseñanza de la comunicación en México. Tesis. ENEP Acatlán, Naucalpan, 1997.

ORTIZ, Miguel Ángel. Técnicas de comunicación en radio. Ed. Paidós, Barcelona, 1994.

ANEXOS

ENTREVISTAS A LOS PRODUCTORES DE PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS

A continuación se presentarán las entrevistas realizadas a Conty González Baez, Jorge Carbajal y Sofía de la Luz "Susy" López

Entrevista a la productora de "Dimes y diretes"

A continuación presentaremos la transcripción de la entrevista realizada a la productora del programa "Dimes y diretes", Conty González Báez que se llevo a cabo el 11 de noviembre de 1998 dentro de las instalaciones de Radio Fórmula.

1. ¿Hacia qué público va dirigido el programa "Dimes y diretes"?

A un público de clase media-alta, adultos, hombres y mujeres, principalmente automovilistas.

2. ¿Qué temas aborda la emisión?

Música, teatro, cine y televisión

3. ¿De qué fuentes obtiene información el programa?

Cables de agencias, contacto directo con los productores de teatro, cine y televisión, entrevistas con los artistas y la observación de las telenovelas.

4. ¿Quién o quiénes son los responsables del contenido del programa?

Es un equipo conformado por los tres conductores y la productora quienes definen el contenido diario del programa.

5. ¿Qué secciones integran la emisión?

Reportajes grabados, comentarios en vivo, invitados en la cabina, la pregunta del día y se pretende incluir una sección de recomendaciones discográficas y cinematográficas.

6. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?

Son seis bloques, ya que así lo designa la continuidad de la estación y en estos se reparten las notas de manera jerarquizada, pero no hay una estructura fija al invitado se le da generalmente medio programa, pero se le puede dedicar todo el programa dependiendo de su importancia.

7. ¿Consideras que es importante llevar una estructura en un programa de espectáculos?

Es básica ya que el tiempo es muy limitado y hay que tener muy claro lo que se va a hacer en cada sección y con que se va a continuar ya que esto nos da un orden de pensamiento que permite a los conductores concentrarse en lo que quieren decir y no estar pensando en que sigue.

8. ¿Cómo es la personalidad del conductor titular del programa “Dimes y diretes”, Alma Elena Quintana?

Es una fan de los artistas, una mujer que disfruta de los espectáculos, le gusta relacionarse con los artistas y acudir al cine, teatro, shows y ver las telenovelas, no lo hace sólo por ser su trabajo, sino porque le gusta, es una fan de los artistas y por eso representa muy bien al público porque les pregunta lo que sus seguidores quieren saber.

9. ¿Además de la titular quiénes intervienen al aire en el programa?

Susana Quintana, hermana de Alma Elena y Cesar Hernández, los tres conducen el programa y reportean en los eventos, Los tres estudiaron periodismo, han trabajado en las secciones de espectáculos de los periódicos y cuentan con una formación y experiencia que no todos los que intervienen en la radio la tienen. También interviene el locutor de cabina quien presenta las secciones.

10. ¿Cómo participa el público en el programa?

Vía telefónica, e-mail, y acudiendo a las instalaciones, además en el programa se coordinan club de fans.

11. ¿Cómo participan los artistas en la emisión?

Como invitados en vivo, entrevistados en algún evento, y en ocasiones ellos son quienes llaman al programa para hacer alguna aclaración o comentario.

12. ¿Cuál o cuáles considera que son los principales atractivos del programa para el público?

La personalidad de Alma Elena Quintana, ella tiene entusiasmo, fresca en sus comentarios, es muy apasionada en su trabajo y eso se lo ha contagiado a sus colaboradores, además de que son como cualquier persona del público que disfruta estar en contacto con los artistas.

13. ¿Cuál es el horario del programa, su duración y su rating?

De lunes a viernes, una hora de 17 a 18 horas y su rating promedio es de .15

14. ¿Cuáles son sus funciones como productor de programas de espectáculos?

Ponerlos en orden, creo que tienen mucho talento, pero son muy desorganizados, hay que sacar lo mejor de cada uno, de su personalidad, sus habilidades, eso explotarlo y hacer que se luzcan y tratar de que exista el menor número de errores posibles para que el público sienta el programa muy fluido, el productor también consigue a los invitados, pero sin alguno de los conductores tiene uno hay que coordinarlo y programarlo, vigilar que se cubran los eventos, coordinar la entrega de regalos, pedir estudio, coordinar grabaciones, el productor tiene los ingredientes y le corresponde cocinar el platillo.

15. ¿Existe una organización previa a la emisión del programa al aire, en qué consiste?

Una hora antes del programa hay una junta de pre-producción, cada uno propone los temas que tiene preparados y las entrevistas que hizo y se jerarquiza esa información, se editan o se sacan inserts de las entrevistas, se buscan y preparan los temas musicales. Después del programa también hay una junta para planear el programa del día siguiente.

16. ¿Se utiliza guión en el programa? ¿Considera útil el uso del mismo para este tipo de programas?

No se utiliza guión, pues es un programa de opinión en el que no se puede imponer un diálogo.

17. ¿Se utiliza una orden de edición en la emisión, considera pertinente utilizarla?

Se esta comenzando a utilizar una guía u orden de edición que indica que va en cada bloque tanto de contenido como de inserts y música que ha servido tanto a los conductores como al productor y el operador para aprovechar mejor el tiempo y organizar la información y tener menor errores.

18. ¿Qué elementos musicales utiliza en el programa?

Tema musical para entrada, salida y pase a comerciales, música para cada sección, fondo musical para cuando se habla de algún artista, película, obra de teatro o telenovela.

19. ¿Con qué áreas de la empresa se relaciona para la producción del programa?

Noticias, puesto que necesitamos los cables de agencias, no existe una fonoteca, así es que hay que estar en contacto con las estaciones musicales de la empresa para que nos presten algún material, Ingeniería, para solicitar equipo; Operadores, que su función básica es que el programa salga bien al aire; Continuidad, que marca los cortes comerciales.

20. ¿Con qué elementos técnicos cuenta para la producción del programa y de cuáles carece?

Aunque existe al menos lo básico para hacer el programa, muchas veces el equipo que se requiere de momento, como reproductores de CD's, audífonos, reproductores de DAT, etc., constantemente se descomponen y no hay refacciones para repararlos, por lo que constantemente hace falta ese tipo de equipo.

21. ¿Con qué elementos materiales cuenta para la producción de la emisión y de cuáles carece?

En general contamos con los elementos materiales suficientes, aunque a veces hace falta presupuesto para poder comprar equipo para los reporteros como grabadoras, teléfonos para poder hacer controles remotos o viáticos para transporte de los mismos reporteros.

22. ¿Considera que Radio Fórmula lo apoya en la producción del programa?

El principal apoyo que te dan es plena libertad para hacer el programa como quieras en cuanto contenido, aunque hace falta un espacio para productores con cubículos, teléfonos, fax y otros elementos básicos para realizar nuestro trabajo, un lugar donde poder escuchar los sonidos para llegar al estudio con el material ya revisado y sabiendo que es lo que se va a editar, una computadora donde se pueda revisar la información de agencias y escribir textos etc.

23. ¿Cómo productor de un programa de espectáculos, cuáles son los problemas que enfrenta cotidianamente?

La constante planeación del programa y que estos planes coincidan con la realidad ya que los artistas son difíciles y seguido cancelan entrevistas o son imposibles de ubicar, lidiar con la disponibilidad de los artistas, además entre las dificultades que encuentro esta conseguir música para ilustrar ciertos temas, ya que la estación no cuenta con fonoteca.

24. ¿Cómo considera que afecta al programa la competencia generada por otros programas de espectáculos de la radio?

No afecta ya que cada programa esta ideado para cierto público, además “Dimes y diretes” se transmite por la tarde y a esa hora es el único programa de espectáculos. Considero que no debemos de fijarnos en lo que hacen los demás sino hay que hacer cada cual su trabajo bien y dirigimos hacia el público que nos interesa.

Entrevista a la productora de “Todo para la mujer”

A continuación presentamos la entrevista realizada el 5 de noviembre de 1998 a la productora de “Todo para la mujer”, **Sofía de la Luz “Susy” López** dentro de las instalaciones de Radio Fórmula.

1. ¿Hacia qué público esta dirigido el programa “Todo para la mujer”?

Hacia mujeres amas de casa mayores de 30 años, clase social media, aunque en general lo escucha todo tipo de público.

2. ¿Qué temas aborda la emisión?

Teatro, telenovelas, cine, museos, cultura, música, chismes de los artistas y noticias del espectáculo.

3. ¿De qué fuentes obtiene información el programa?

De boletines de prensa, reporteros, agencias informativas, revistas, periódicos, entrevistas, observación en eventos y chismes proporcionados por los mismos artistas.

4. ¿Quién o quiénes son los responsables del contenido del programa?

La titular del programa, los co-titulares, los reporteros y el equipo de producción.

5. ¿Qué secciones integran la emisión?

Entrevistas en el estudio, museos, horóscopos y cine, el resto de los temas están mezclados en el cuerpo del programa.

6. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?

El programa comienza a las 11 horas, la primera hora y media del programa es de chismes e información del día, martes y jueves hay una sección de horóscopos en la segunda hora del programa y de 12:30 a 13:30 es la entrevista del artista invitado.

7. ¿Considera que es importante llevar una estructura en un programa de espectáculos, por qué?

Es muy importante ya que logra la organización del programa y dosifica los tiempos según la importancia de los temas, además de que el público se acostumbra a escuchar ciertas secciones en ciertos horarios.

8. ¿Cómo es la personalidad de la conductora titular del programa “Todo para la mujer” Maxine Woodside?

Maxine Woodside goza de prestigio y veracidad, además es respetada por los artistas por lo que el programa tiene credibilidad.

9. ¿Además de la titular quiénes intervienen al aire en el programa?

Los co-titulares: Ana María Alvarado(periodista), Fabián Lavalle (ex-actor), Verónica Gallardo (periodista), los colaboradores: Alma Elena Quintana (periodista), Héctor Carrillo (periodista), Giovana Flores (astróloga), Fredo Cassini (maquillista), Guillermo Ocaña; y los reporteros: Gabriela Albarrán, Patrick Ollivier, Mario Discua y Alex Kaffie.

10. ¿Cómo participa el público en el programa?

Por medio de llamadas telefónicas, e-mails, correspondencia, faxes y visitas a la estación.

11. ¿Cómo participan los artistas en la emisión?

Como invitados en el estudio, entrevistas vía telefónica, entrevistas hechas por los reporteros en los eventos, además tienen la opción de llamar al programa si quieren reclamar o dar alguna información.

12. ¿Cuál o cuáles considera que son los principales atractivos del programa para el público?

La veracidad en la información, los diversos puntos de vista de los conductores, la espontaneidad en los comentarios y la participación de los artistas.

13. ¿Cuál es el horario del programa, su duración y su rating promedio?

De lunes a viernes de 11 a 13:30 horas, sábado y domingo de 13 a 15 horas, por la XERFR-AM (970 AM) y XERFR-FM (103.3 FM) enlazadas, el rating promedio es de 1.40.

14. ¿Cuáles son sus funciones como productor de un programa de espectáculos?

Contactar a los artistas para las entrevistas en el estudio, conseguir entrevistas telefónicas con quienes generan la nota del día, checar la información de agencias, coordinar a los reporteros y darles su orden del día, coordinar a los conductores, solicitar estudio y materiales para grabaciones y ediciones, realizar las grabaciones del material para el programa como promocionales y cortinillas, editar entrevistas, musicalizar el programa, estar en contacto con los departamentos de prensa de las empresas televisoras y las disqueras y estar en coordinación con las diferentes áreas de la empresa con las que tiene relación el programa como continuidad, que programa

los cortes comerciales; noticias que provee de información y mercadotecnia que ordena los anuncios en prensa.

15. ¿Existe una organización previa a la emisión del programa al aire, en qué consiste?

Se contactan las entrevistas telefónicas de ultima hora y se revisan los faxes y la información de agencias.

16. ¿Se utiliza guión en el programa, considera útil el uso del mismo?

No se utiliza guión por que es un programa de opinión, no lo considero útil en este tipo de programas.

17. ¿Se utiliza una orden de edición en la emisión, considera pertinente utilizarla?

No se utiliza, pero considero que seria pertinente utilizarla para que los conductores estén enterados de los temas e invitados de cada programa y así se pueda administrar mejor el tiempo.

18. ¿Qué elementos musicales se utilizan en el programa?

Tema musical para entrada, salida y pase a corte, cortinillas, música de fondo para ilustrar algunos temas o dar entrada a los cantantes o grupos que acuden al programa.

19. ¿Con qué áreas de la empresa se relaciona para la producción del programa?

Con continuidad que determina las pausas comerciales, Noticias que aporta la información de agencias, Ventas que meten patrocinios al programa, Técnicos que dotan de equipo a las cabinas, Grabaciones que coordinan los tiempos de estudio.

20. ¿Con qué elementos técnicos cuenta para la producción del programa y de cuáles carece?

Se carece de acceso a computadoras para checar el Internet y los e-mails del programa, así como la información de agencias, grabadoras para los reporteros y una área de producción en la que se puedan escuchar material discográfico y entrevistas entre otras cosas.

21. ¿Con qué elementos materiales cuenta y de cuales carece que sean importantes para la producción de la emisión?

Se cuenta con casi todo lo indispensable para la producción aunque se carece de una fonoteca que es muy importante para este tipo de programa y una librería musical para tener pistas para poder armar entradas, salidas, cortinillas y musicalizar reportajes.

22. ¿Considera que Radio Fórmula lo apoya en la producción del programa?

Hace falta apoyo a los productores sobre todo publicidad para los programas y una área de trabajo.

23. ¿Cómo productor de un programa de espectáculos en Radio Fórmula, cuáles son los problemas que enfrenta cotidianamente?

Es difícil lidiar con los artistas ya que constantemente cancelan entrevistas y son difíciles de localizar, otro problema es conseguir música para el programa, organizar los tiempos para que salga al aire toda la información que hay, organizar a los conductores para que no se encimen ni arrebaten la palabra, dar orden al programa.

24. ¿Cómo considera que afecta al programa la competencia generada por otros programas de espectáculos?

Obliga a que el programa se mantenga bien informado y actualizado ya que hay muchas opciones en la radio y el público puede decidir cambiar de estación.

Entrevista al productor de “Hablar por hablar”

Aquí presentaremos la transcripción de la entrevista que se realizó al productor del programa “Hablar por hablar” **Jorge Carbajal** el 17 de noviembre de 1998.

1. ¿Hacia qué público está dirigido el programa “Hablar por hablar”?

Hacia amas de casa principalmente

2. ¿Qué temas aborda la emisión?

Teatro, conciertos y artistas

3. ¿De qué fuentes obtiene información el programa?

Del Internet, revistas, periódicos y eventos que se cubren.

4. ¿Quién o quiénes son los responsables del contenido del programa?

El productor y los reporteros

5. ¿Qué secciones integran la emisión?

No tiene secciones específicas

6. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?

No hay una estructura, solo el teaser al principio y la información dividida en cinco bloques que es lo que indica la pauta comercial y en esos bloques se reparte la información a la hora de preparar el programa.

7. ¿Consideras que es importante llevar una estructura en un programa de espectáculos, por qué?

No es importante, no necesariamente tiene que estar definido como va a ser diario.

8. ¿Cómo es la personalidad del conductor titular del programa “Hablar por hablar”, Juan José Origel?

Él es dinámico, ocurrente y alegre, tiene un estilo muy peculiar de dar las notas.

9. ¿Además del titular quiénes intervienen al aire en el programa?

La co-conductora, Daniela Toledano

10. ¿Cómo participa el público en el programa?

El público manifiesta por las llamadas telefónicas si están de acuerdo o no con lo que se dice en el programa, además a veces sugieren temas que son muy tomados en cuenta.

11. ¿Cómo participan los artistas en la emisión?

Todos los días hay un artista invitado

12. ¿Cuál o cuáles considera que son los principales atractivos del programa para el público?

La información que se da en el programa y la personalidad del conductor.

13. ¿Cuál es el horario del programa, su duración y su rating?

Es de lunes a viernes de 12 a 13 horas en 1500 A. M. de Radio Fórmula, el rating es de .58.

14. ¿Cuáles son sus funciones como productor de un programa de espectáculos?

Preparar todo el programa, conseguir la información, contactar a los artistas, hacer en enlace de las llamadas, localizar los eventos.

15. ¿Existe una organización previa a la emisión del programa al aire, en que consiste?

Si la hay, consiste en localizar la información, jerarquizarla, tener listos los enlaces con los reporteros y la música que se va a utilizar.

16. ¿Se utiliza guión en el programa, considera útil el uso del mismo?

No se utiliza guión, creo que el guión no es útil para este tipo de programas.

17. ¿Se utiliza una orden de edición en la emisión, considera pertinente utilizarla?

Si se utiliza, sirve para tener una idea de los temas a tratar así como el orden de cada nota.

18. ¿Qué elementos musicales utiliza en el programa?

Tema musical del programa para entrada, salida y pase a corte.

19. ¿Con qué áreas de la empresa se relaciona para la producción del programa?

Con noticias para obtener información, continuidad para conocer la pauta comercial y grabaciones para realizar la pre-producción de los programas.

20. ¿Con qué elementos técnicos cuenta para la producción del programa y de cuáles carece?

La carencia más notable es la de un área de producción donde se pueda pre-producir, escuchar el material que se va a editar y donde se puedan escribir textos.

21. ¿Con qué elementos materiales cuenta para la producción de la emisión y de cuáles carece?

Se carece de presupuesto para viáticos de los reporteros, teléfonos celulares para los mismos y para los productores una fonoteca y una librería musical.

22. ¿Considera que la empresa Radio Fórmula lo apoya como productor de un programa?

Hace falta apoyo para que los productores tengan una área de trabajo así como los elementos técnicos.

23. Como productor de un programa de espectáculos ¿cuáles son los problemas que enfrenta cotidianamente?

Constantemente hay cambios en la continuidad sin ninguna notificación, por lo que programas que ya estaban grabados hay que reeditarlos, falta de reporteros que cubran todos los eventos, y la constante cancelación de los invitados.

24. ¿Cómo afecta al programa la competencia generada por otros programas de espectáculos?

Hay que mantener el programa ágil y actualizado, ya que es tanta la competencia que el público sencillamente puede cambiarle a la frecuencia.

ENTREVISTAS A LOS CONDUCTORES DE PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS

Aquí se presentara la transcripción de las entrevistas realizadas a Alma Elena Quintana conductora del programa “Dimes y diretes”, Maxine Woodside, titular de “Todo para la mujer” y Juan José Origel del programa “Hablar por hablar”.

Entrevista con la conductora de “Dimes y diretes”

A continuación se muestra la entrevista realizada a **Alma Elena Quintana**, titular del programa “Dimes y diretes” que se transmite por 1500 A. M. de Radio Fórmula, misma que se realizó el 11 de noviembre de 1998.

1. ¿Hacia qué público va dirigido el programa “Dimes y diretes”?

Hacia un público entre los 18 y los 45 años de edad

2. ¿Qué temas aborda el programa?

Los artistas que les gusta ver a la gente, abarcando cine, teatro y telenovelas.

3. ¿Qué secciones integran la emisión?

Recomendaciones de la semana, la reportera de la fascinación en la cual ella toma alguna historia o alguna anécdota o reflexiones de eventos importantes; un minuto en el que se dan hasta 16 noticias rápidas, entrevistas en vivo, por teléfono o grabadas en los eventos y la sección de los clubes de fans.

4. ¿Quiénes colaboran en el programa?

Susana Quintana que es periodista, Cesar Hernández, reportero y la productora Conty González.

5. ¿Cómo participan los artistas en el programa?

Invitados en el estudio o entrevistados en algún evento

6. ¿Cómo participa el público en la emisión?

Se les pide su opinión acerca de algunos temas y acerca de estos hablan por teléfono, además hay clubes de fans

7. ¿Cuál consideras que es el principal atractivo del programa para el radioescucha?

Que es programa tiene las noticias que al día siguiente van a estar en los periódicos, esta es la ventaja de que el programa sea por la tarde, es muy periodístico, se dice la nota, rara vez el chisme, es un programa divertido, alegre, positivo.

8. ¿Cuál es el horario, la duración y el rating promedio del programa?

Es de 17 a 18 horas de lunes a viernes por 1500 de A. M. y el rating promedio es de .15.

9. ¿De dónde surge la información que nutre al programa?

Cubriendo las notas de lo que genera el cine, el teatro, la televisión y las disqueras, de estar presentes en los eventos más importantes, además se buscan temas que se puedan desarrollar en algún programa especial, como por ejemplo, la trayectoria de algún artista.

10. ¿Esta información se corrobora?

Siempre se corrobora, en este programa la nota se sabe, se investiga, se corrobora y después se difunde, más vale perder una nota que intentar ganarla y que sea fallida.

11. ¿Cómo se eligen los temas para cada emisión?

Por su actualidad y lo que se va planeando que puede ser de interés para el público.

12. ¿Existe una organización previa a la salida al aire de cada emisión?

Todos los días una hora antes comienza la pre-producción en la que la productora y los colaboradores se reúnen, eligen los temas revisando las notas y entrevistas que trae cada quien, se revisa la semblanza del invitado que va a estar en el programa, se escoge la música y se la da un orden a todo esto.

13. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?

La estructura se rige por la orden de edición del día, se trata de respetar aunque aveces surgen eventualidades. Se inicia con la nota más importante y se jerarquiza, se trata de que la emisión salga lo más limpia posible.

14. ¿Se utiliza guión en el programa "Dimes y diretes"?

No se utiliza un guión como tal, sino una orden de edición

15. ¿Qué recursos se emplean para publicitar la emisión?

Promocionales dentro de Radio Fórmula, a veces anuncios en el periódico, pero hace falta más publicidad.

16. ¿De qué recursos materiales se carece que puedan limitar al programa?

Se carece de sistemas digitales que se utilizan mas en estaciones de F. M., hace falta adaptarse a tecnología más actual para así ahorrar tiempos de producción

17. ¿De qué recursos humanos se carece que puedan afectar o limitar al programa?

De más reporteros pues son muchos los eventos a cubrir

18. ¿Aplica algún tipo de autocensura?

Todos aplicamos cierta autocensura, tratamos de que la información llegue a todo el público sin que se sienta ofendido por lo que se trata de no hablar de sexo, morbo o temas que caigan en lo vulgar.

19. ¿Cómo afecta a su programa la competencia generada por otras emisiones de espectáculos?

No afecta, ya que Dimes y directes es el único programa de espectáculos por radio que se transmite en la tarde y va dirigido hacia los jóvenes.

Entrevista a la conductora del programa “Todo para la mujer”

A continuación se presenta la transcripción de la entrevista que se le hizo a la conductora titular del programa “Todo para la mujer”, **Maxine Woodside** el 20 de enero de 1999 en sus oficinas dentro de las instalaciones de Radio Fórmula.

1. ¿Hacia qué público va dirigido el programa “Todo para la mujer”?

Es un programa dirigido hacia las mujeres, en un principio era para las amas de casa pero nos hemos dado cuenta que nos escuchan también las profesionistas, así es que abarca las edades desde los 18 hasta los 80 años o más.

2. ¿Qué temas se abordan en el programa?

Básicamente espectáculos y cosas frívolas pero aveces también se entrevista algún doctor o algún escritor, cosas que a las mujeres les puede interesar

3. ¿Qué secciones integran la emisión?

Aunque no están muy bien separadas si hay secciones, cine, telenovelas, museos, cultura y chismes del espectáculo.

4. ¿Quiénes colaboran en el programa?

Por orden de antigüedad Verónica Gallardo, Fabián Lavalle y Ana María Alvarado (co-conductores), Héctor Carrillo, Memo Ocaña, Gaby Albarrán, Patrick Ollivier, Alma Elena Quintana, Alex Kaffie (colaboradores) y Giovanna (astróloga)

5. ¿Cómo participan los artistas en el programa?

Participan como invitados en el programa comentando que es lo que están haciendo en ese momento, ya sea teatro o alguna telenovela o a veces se les entrevista por teléfono cuando surge alguna información especial de alguno de ellos y en ocasiones con reclamos por alguna opinión que se dio y que no les pareció.

6. ¿Cómo participa el público en la emisión?

A través de llamadas telefónicas nos dicen que les gusta y que no les gusta, además hacen preguntas a los artistas invitados

7. ¿Cuál consideras que es el principal atractivo del programa para el radioescucha?

Yo pienso que como cada colaborador tiene una opinión diferente y un estilo propio se han conjuntado una serie de estilos que al público le ha gustado

8. ¿Cuál es el horario, la duración y el rating promedio del programa?

Es de lunes a viernes de 11 a 13:30 horas, sábado y domingo de 13 a 15 horas, por XERFR-AM y FM y el rating de los últimos tres meses ha sido de aproximadamente 1.40

9. ¿De dónde surge la información que nutre al programa?

Cada colaborador hace su tarea y trae información de eventos a los que haya asistido o entrevistas que haya hecho, parte lo que llega por cables, parte de los periódicos y la nota del día.

10. ¿Esta información se corrobora?

Casi toda si.

11. ¿Cómo se eligen los temas para cada emisión?

Cada quién trae su tema y cada quién lo desarrolla.

12. ¿Existe una organización previa a la salida al aire de cada emisión?

No hay una organización previa, las productoras se encargan de musicalizar el programa sobre la marcha y los temas cada quién los va desarrollando según su estilo.

13. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?

Dentro del desorden si hay estructura, se inicia el programa saludando a todo el equipo, dando los créditos, la primera hora y media es de chismes e información y la ultima hora es de entrevista.

14. ¿Se utiliza guión es el programa "Todo para la mujer"?

No

15. ¿Qué recursos se emplean para publicitar el programa?

Promocionales dentro de la misma estación de radio y periódicos

16. ¿De qué recursos materiales carece la emisión que puedan limitar o afectar a la misma?

Falta de publicidad, hace falta más publicidad

17. ¿De que recursos humanos se carece que puedan afectar al programa?

No tenemos reporteros, cada uno de los colaboradores son los que cubren los eventos y hacen las entrevistas.

18. ¿Aplica algún tipo de autocensura?

No, ninguna

19. ¿Cómo afecta a “Todo para la mujer” la competencia generada por otras emisiones de espectáculos?

Ha afectado por que cuando comenzó el programa era el único y ahora tenemos ocho programas de espectáculos a la misma hora, sin embargo el rating sigue siendo muy bueno.

Entrevista al conductor de “Hablar por hablar”

Enseguida se presenta la transcripción de la entrevista realizada a **Juan José Origel**, conductor de “Hablar por hablar” el 20 de Diciembre de 1998.

1. ¿Hacia qué público va dirigido el programa “Hablar por hablar”?

Principalmente hacia amas de casa, ya que es el horario en el que ellas escuchan radio en sus casas.

2. ¿Qué temas aborda el programa?

Principalmente se comenta lo que pasa en la televisión, aunque también se habla de teatro, cine y música.

3. ¿Qué secciones integran la emisión?

No hay secciones

4. ¿Quiénes colaboran en el programa?

Al aire estamos Daniela Toledano y Juan José Origel

5. ¿Cómo participan los artistas en el programa?

Participan como invitados en la cabina y mediante llamadas telefónicas

6. ¿Cómo participa el público en la emisión?

A través de llamadas telefónicas

7. ¿Cuál consideras que es el principal atractivo del programa para el radioescucha?

Yo considero que el público nos escucha porque en el programa se dicen cosas que no se ven en la televisión, lo que esta detrás de lo que ellos ven.

8. ¿Cuál es el horario, la duración y el rating promedio del programa?

Es de lunes a viernes por el 1500 de Radio Fórmula de 12 a 13 horas y el rating actual es de .58 puntos

9. ¿De dónde surge la información que nutre al programa?

De las revistas, los periódicos, cables de agencias informativas y de asistir a eventos.

10. ¿Esta información se corrobora?

A veces sí, otras no

11. ¿Cómo se eligen los temas para cada emisión?

Se habla de los temas de actualidad, de los artistas que están de moda

12. ¿Existe una organización previa a la salida al aire de cada emisión?

El productor revisa la información que hay para cada programa, la jerarquiza y busca música para ambientar

13. ¿Cuál es la estructura del programa, se respeta?

La estructura esta marcada por los cortes comerciales entre los que se divide la información y siempre hay un teasser de entrada

14. ¿Se utiliza guión en el programa “Hablar por hablar”?

No

15. ¿Qué recursos se emplean para publicitar el programa?

Promocionales en la misma estación

16. ¿De qué recursos materiales se carece que puedan limitar a la emisión?

Hace falta más publicidad en prensa

17. ¿De qué recursos humanos se carece que puedan limitar al programa?

Hacen falta más reporteros

18. ¿Aplica algún tipo de autocensura?

No

19. ¿Cómo afecta a “Hablar por hablar” la competencia generada por otras emisiones de espectáculos?

En que tenemos que mantenernos actualizados y dinámicos para que la gente no le cambie al programa.

CUESTIONARIOS APLICADOS A LA MUESTRA DE LOS RADIOESCUCHAS

Radioescucha # 1

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Pulsar FM, 90.5, Stereo 97.7 y los de Radio Formula

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Por la música, por los consejos, por todo lo practico que recomiendan

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Memorias Pulsar

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

En la noche por que es la hora en que estoy

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para un programa de espectáculos en radio?

Una hora

6. ¿Qué características desearía escuchar en una emisión dedicada a los de espectáculos en radio?

Animados, con preguntas al público

7. ¿Qué características busca en el conductor del programa de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que sea agradable fuera y dentro del aire

8. ¿Qué temas quiere escuchar en las emisiones de espectáculos?

Belleza, salud, deporte

9. Si usted fuera el conductor de un programa de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Con invitados, con buenos artículos del tema a tratar y bromeando un poco.

Radioescucha # 2

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer, Salud y Belleza

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Entrevistas y dan consejos de belleza

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer con Maxine Woodside

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

9-12 AM, 6-8 PM

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

3 horas

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Que hable mas de telenovelas

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que sean divertidos

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?
Mas consejos para la mujer

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos
¿Cómo lo haría?

Informado, ameno y divertido

Radioescucha # 3

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Solamente Maxine "Todo para la mujer"

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Para enterarme de los chismes de los artistas

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Mi favorito es Todo para la mujer porque no se andan con rodeos y todo lo que dicen es verdad

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

A las 11 de la mañana es un horario muy bueno porque mientras hago mi quehacer los escucho

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

una hora

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Que invitaran mas de 3 artistas al día en el programa y que sea en vivo

7. ¿Qué características busca en el conductor del programa de espectáculos para que le guste escucharlo?

Si es un locutor que hable con legibilidad y si son mas de dos que hablen uno por uno para poderles entender y que dejen hablar al invitado

8. ¿Qué temas quiere escuchar en las emisiones de espectáculos?

De todo, desde aquellos que hagan reír hasta aquellos que hagan llorar

9. Si usted fuera el conductor de un programa de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Con mucho entusiasmo y profesionalismo, sin caer en la vulgaridad, siendo imparcial

Radioescucha # 4

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Por que me entero de todo y estoy al día

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por que?

De 7 AM a 8 AM porque es la hora en que más escucho radio

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

Una hora

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Comentarios, criticas y recomendaciones de obras de teatro y películas

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Veracidad

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?

Variados

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Ágil, ameno e interesante

Radioescucha # 5

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer y Salud y belleza

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Porque a la vez que me distraigo un poco puedo enterarme de los que pasa en los espectáculos

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer por ser ameno muy informativo y tiene un horario aceptable

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por que?

De 9 a 13, porque este horario lo puedo combinar con la radio

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

1 a 2 horas

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Que sea objetivo, ameno y sobre todo informativo

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que tenga una honestidad aceptable y que conozca su oficio

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?
Información de cine y teatro con sus debidos comentarios sobre eventos culturales

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos ¿Cómo lo haría?

1. Rodearme de personas que me apoyen para el mejor logro de este objetivo, 2. Conocer de lo que se va a comentar, 3. Hacer invitaciones a actores y cantantes para que el público conozca mas de ellos.

Radioescucha # 6

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer de Maxine Woodside

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Por estar enterado de los chismes de los artistas del momento

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

El horario que tiene (Todo para la mujer) me parece acertado ya que por la tarde no me pierdo las telenovelas

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

Una hora y media

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Que confronten a las partes, que tengan bases de lo que dicen

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que sean entusiastas, carismáticos, honestos al hablar de los artistas, que no digan mentiras por que les cae mal alguno

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?

Tips de belleza de los artistas...su vida y como han llegado a donde están

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Seria dificil para mí porque soy una persona tímida

Radioescucha # 7

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Maxine Woodside, Martha Susana, Sr. Martínez Serrano

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Son muy interesantes y se entera de cosas que muchas veces no se oyen en televisión

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Martha Susana y Maxine Woodside porque Fabián y todos tienen muy buenos comentarios

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

En la mañana esta muy bien, mientras las amas de casa nos dedicamos a nuestras actividades

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

dos horas

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Un poco de todo

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que sepa hacer su trabajo como Fabián (Lavalle, comentarista de Todo para la mujer)

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?

Todo lo relacionado con los artistas, actores, etc.

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Justo como lo hace el 970 A.M.

Radioescucha # 8

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Me gustan los espectáculos

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer, porque tiene muchos conductores

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

Por la mañana, porque me apuro a hacer otras cosas

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

dos horas

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Muchos chismes

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que sea agradable

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?

Más sobre la vida de los artistas

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos
¿Cómo lo haría?

No sé, pues creo que me pondría muy nerviosa

Radioescucha # 9

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Porque son verídicos

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer porque me informa de todos los chismes del espectáculo

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

Por las mañanas

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

dos horas

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

(No la contesto)

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que verifique lo que informa

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?

Diferentes

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Haría más entrevistas

Radioescucha # 10

1. ¿Qué emisiones dedicadas a comentar los espectáculos escucha en radio habitualmente?

Todo para la mujer

2. ¿Por qué le gusta escuchar programas radiofónicos de espectáculos?

Son amenos y entretenidos, pero sobretodo los comentarios de los periodistas de Todo para la mujer

3. ¿Cuál es su programa favorito de espectáculos y por qué?

Todo para la mujer, sus comentarios y entrevistas son interesantes y siempre están al día del medio del espectáculo

4. ¿A qué hora preferiría escuchar programas de espectáculos? ¿Por qué?

En la noche, porque en muchas ocasiones por mi trabajo no me tiempo de escuchar a Maxine y grabo el programa

5. ¿Qué duración considera que es la ideal para una emisión de espectáculos en radio?

Dos horas y media

6. ¿Qué características desearía escuchar en un programa de espectáculos en radio?

Que se hablara más sobre cine, teatro, pero lo más importante, más entrevistas

7. ¿Qué características busca en el conductor de la emisión de espectáculos para que le guste escucharlo?

Que su voz sea agradable, pero sobretodo estén realmente informados de lo que dicen y no sean chismes como en otros programas

8. ¿Qué temas quiere escuchar en los programas de espectáculos?

Cine, teatro, televisión, entrevistas, encuestas sobre la preferencia del publico

9. Si usted fuera el conductor de una emisión de espectáculos ¿Cómo lo haría?

Yo considero que el programa Todo para la mujer es muy bueno, sólo que si me agradaría que buscaran una persona que sepa mucho de cine, como nuestro querido amigo Alfredo Gudinni