

194



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**SISTEMA DE UNIVERSIDAD
ABIERTA SUA SEMINARIO DE
TITULACION**

**REALIZACION DE UN PROGRAMA RADIOFONICO
DE CORTE**

CRISTIANO:

"EMISION PUNTO RADIO"

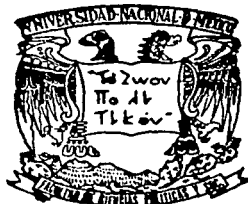
TESINA: PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION**

PRESENTA: VICTOR ROSAS MARTINEZ

ASESORA: VIRGINIA ESTELA REYES CASTRO

MEXICO, D. F. 2002





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.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:

PADRE gracias te doy por todo lo que me has dado: la vida, el perdón, una familia, amigos, trabajo, vestido, alimento físico y espiritual, y ahora la dicha de haber concluido el presente trabajo. Gracias por haberte conocido SEÑOR.

A mis PADRES:

A mi padre por no dejarme nunca a pesar de nuestros caracteres, gracias por tu disciplina y tu apoyo. Nunca te olvidaré.

A mi madre: gracias por ser ese instrumento frágil que Dios usó para venir a esta vida, gracias por tu cobijo y tu gran preocupación que has tenido en mi desarrollo moral, intelectual y laboral.

A mis FAMILIARES:

Gracias por su apoyo, sinceridad, y el hecho de decirme mis errores cuando los he tenido, y así guardar la humildad en mi vida y hacia todos los demás. Gracias por todo, por su ayuda moral y espiritual.

A mis AMIGOS:

Gracias por estar conmigo en las buenas y en las malas, por sus consejos y su gran aliento para poder salir adelante en esos procesos tan difíciles de mi vida, gracias por todo: por su hermandad y amistad, que Dios bendiga sus vidas.

A mis MAESTROS:

Por ser instrumentos dignos de aprender de ellos, por su gran labor inalcanzable y laboriosa que realizan día con día; al formar vidas y almas eternas con su sabiduría y amor a la vida, que con su profesión y ejemplo lo muestran a todos aquellos que pasan por sus manos. Maestros mil gracias por todos los conocimientos adquiridos a través de ustedes. En especial a mis maestros de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales del Sistema de Universidad Abierta (SUA) de la UNAM y a mis Sinodales.

A la UNAM:

Por ser una institución llena de cúmulos de conocimientos y que me facilitó la oportunidad de haber estudiado en sus instalaciones, en este caso en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Sistema de Universidad Abierta (SUA) y posteriormente en el Centro de Educación Continua de la propia Facultad, y que ambas se preocupan por todos aquellos que tenemos poco tiempo para estudiar, brindando ese apoyo y oportunidad para nosotros, quienes por nuestras distintas ocupaciones no podemos estudiar bajo el Sistema Escolarizado. Gracias a Dios que existe una Universidad como la UNAM, en la que se entrelazan una gran diversidad de filosofías, pensamientos, ideas, pero sobre todo vidas humanas, únicas en todo el Universo.

A LVTHL:

A La Verdad Te Hará Libre por ayudarme con todo el material para el presente trabajo, pero sobre todo por el apoyo moral y espiritual, independientemente del laboral. Gracias por toda su comprensión, apoyo, conocimientos y ayuda, no saben cuanto les agradezco, mil gracias a todos aquellos que han formado parte de este Ministerio. Nos vemos pronto.

ÍNDICE

Introducción.	1
Capítulo 1. La función de la radio en México.	5
1.1. Función social de la radio y sus distintos tipos de clasificación.	8
1.2. La radio como medio de comunicación social.	25
1.3. Características más usuales de la radio.	30
Capítulo 2. La realización radiofónica (preproducción, producción y postproducción).	35
2.1. El proyecto del programa.	37
2.2. El guión radiofónico.	52
2.3. Grabación, edición y la promoción del programa radiofónico.	57
Capítulo 3. Los valores difundidos a través de los programas radiofónicos de corte cristiano.	63
3.1. Conceptos e historia breve del cristianismo.	65
3.2. Programas radiofónicos cristianos como difusores de valores.	70
3.3. Principales organismos representantes de la programación radiofónica de corte cristiano.	81

Capítulo 4. Programa radiofónico de "Emisión Punto Radio"

(e-mision. radio).	88
4.1. Elaboración del proyecto radiofónico de Emisión Punto Radio.	89
4.2. Elaboración de guiones de Emisión Punto Radio.	99
4.3. La grabación, la edición y la promoción de Emisión Punto Radio.	126
Conclusiones.	134
Bibliografía.	138

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de tesina se plantea, de manera breve y sencilla, lo que representa la producción de un programa radiofónico de corte cristiano, en este caso, del programa de **Emisión Punto Radio** (e-mision. radio). De éste se hará una presentación concisa y precisa, es decir, se partirá de conceptos generales de lo que es la radio, la producción radiofónica (de manera teórica), para después aterrizar con el ejemplo práctico del programa de **Emisión Punto Radio**.

Debido a que se ha escrito mucho acerca de la programación radiofónica, se planteó la necesidad de abordar el tema del cristianismo y sus valores, para marcar una diferencia en cuanto a la temática se refiere, así como el ser una guía práctica de lo que es la producción de un programa radiofónico de corte cristiano.

La función social que juega la radio en México se da a partir de los parámetros socioculturales, políticos, religiosos y económicos de nuestro país, en base a su papel educativo, informativo y de entretenimiento; pero en especial el uso que les dan aquellos que están detrás de la radio.

La utilidad de la radio para la resolución de algunos problemas en el país, en pro de un mejor bienestar social, es de vital importancia, así como su papel organizacional de la sociedad mexicana, sin importar sexo, edad, creencia política, nivel cultural o religión, para una organización más democrática del país, esto parece una tarea difícil, pero la radio puede influir en ello.

Claro que se debe mencionar; que muchos de los propósitos positivos de la radio no se han logrado por los grandes intereses políticos y económicos de quienes la controlan, y que imponen sus propios conceptos a los distintos grupos sociales, sin respetar su libertad y creencias. Aún así la radio seguirá cumpliendo un papel de servicio para la sociedad: en salud, el combate a la pobreza o desastres naturales, como los Sismos del 85 en la ciudad de México, donde quedó demostrada su efectividad.

La radio es un medio de comunicación social de importancia en nuestro país por su bajo costo de operación, su evolución técnica y humana, sus cualidades de comunicación social ante su público. Pero que muchas veces se cae en la manipulación, la comercialización o la monotonía.

A pesar de que la radio tiene o representa cualidades como: avances tecnológicos, la preparación (cada vez más) de su personal, el ser uno de los medios de comunicación más baratos y por lo tanto con mayor alcance para las masas, la radio ha sido desaprovechada y se ha convertido en una repetidora de música comercial o programas de entretenimiento, que distan mucho de seguir parámetros educativos o sociales, como lo enfatiza Mario Kaplún y lo cual abordaremos en páginas posteriores del presente trabajo.

En el **capítulo 1** de este trabajo se mencionará la función social de la radio de una manera general y sencilla. También, se hablará de la clasificación de la radio de acuerdo a su función social; en legales e ilegales, de estas últimas destacan las siguientes: piratas, insurgentesy fronterizas. Entre las primeras se distinguen: comerciales, culturales, oficiales, universitarias, indígenas, comunitarias y religiosas.

Además la radio puede ser: nacional e internacional, en México se clasifican en las de AM, FM y de onda corta. También se mostrarán algunas características de la radio, tales como: creatividad, sencillez, rapidez, funcionalidad, su papel participativo, social y personal, sus desventajas de instantaneidad y espontaneidad.

En el **capítulo dos** se abordarán cuestiones teóricas de lo que es una producción radiofónica, que va desde la realización del proyecto del programa radiofónico, que abarca: objetivo (s) y público objetivo; selección del nombre o título del programa de radio; duración y horario de transmisión del programa; tipo de grabación (en frío o en vivo); estilo y estructura (secciones, rúbricas, etc.) del programa; estudio de mercado, finanzas, cuestiones legales; equipo material y humano; tipo de programas y formatos. También se verá la realización de guiones (textual, técnico y del demo). Así como la grabación, edición y promoción del programa.

En el **capítulo tres** se presentarán los valores transmitidos a través de los programas radiofónicos de corte cristiano, desde un punto divino de Dios o bíblicos, respetando la creencia de los demás, los derechos humanos o tolerancia religiosa. Se presentarán los conceptos del cristianismo, su historia (de manera breve). Así como el significado e importancia de los valores, ¿qué se entiende por éstos?, sus definiciones y ¿cómo se relacionan con la religión?

Se darán a conocer de manera sencilla algunos de los programas radiofónicos de ministerios cristianos: Ministerios de Amor, Alcance Victoria, Adulam, Presos pero libres por Jesús. Así como los diversos organismos nacionales e internacionales que transmiten o administran programación de corte cristiano en radio, tal es caso de Radio Chapultepec, LVTHL, 14:40, ENICE, ALAS, COICOM, etc.

En el **capítulo cuatro** se presentará la parte práctica de la producción radiofónica a través del programa de radio de corte cristiano "**Emisión Punto Radio**". Se partirá con el proyecto radiofónico, luego se presentará un ejemplo de un guión textual del demo del programa, retomando las partes de mayor relevancia del mismo, para después concisarlo en un guión técnico, ya con esto se analizará la forma de grabación, de editar y promocionar el programa. Para así terminar con una breve evaluación o conclusión del mismo.

CAPÍTULO 1

LA FUNCIÓN DE LA RADIO EN MÉXICO

La radio desde sus inicios ha tenido distintos compromisos consigo misma, que van desde factores técnicos, procesos de comunicación e históricos. Tal es el caso del ámbito político, económico, sociocultural y religioso de cada sociedad, que influyen en la radio y ésta a su vez en éstos.

Sin embargo, ¿cuál ha sido el papel de la radio en México?, quizás ese sea un tema profundo, que llevaría todo un proceso de investigación y el cual no se podría abordar en este trabajo, pero sí se darán a conocer algunos aspectos generales de la radio, tal es el caso de su clasificación de acuerdo a sus funciones, sus características básicas y su papel primordial como medio de comunicación social.

Abordar el papel de la radio, desde ámbitos antes mencionados, es un proceso largo de explicar, algunos de ellos se abordarán conforme transcurra el avance del presente trabajo, ahora sólo hablaremos o nos enfocaremos en la función principal de la radio, que es “informar, educar y entretener” (1), sin dejar de mencionar su papel sociocultural.

Si bien el papel de radio es el educar, informar y entretener, dentro de toda una sociedad o cultura ¿por qué los resultados no concuerdan con los hechos?, sobre todo en nuestro

(1) KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de radio, el guión, la realización*, 2ª ed. Cromocolor. Quito, Ecuador, 1994, p. 19.

país, algo está pasando o simplemente no se está cumpliendo con dicha función. Por ejemplo, si la función de la radio es educar, es decir, ayudar al desarrollo intelectual y moral de los individuos, ¿por qué en la actualidad hay cada vez más familias carentes de juicio, metas y valores?, gobiernos corruptos, más violencia, etc. Son cuestiones que se tienen que abordar más detenidamente, y como se dijo anteriormente, es un proceso de investigación arduo que no se podría tocar aquí.

Será que el papel de la radio no ha cumplido con su función de educar de manera entretenida y amena o sólo ha privilegiado a las clases opulentas de un país determinado, como lo enfatiza Mario Kaplún. Si bien la radio debe de cumplir con una función educativa, ésta no necesariamente tendrá que ser aburrida o como se maneja en las aulas escolares, sino tratar de adaptar los recursos de la radio a las circunstancias y necesidades del público al que transmitimos nuestros mensajes, tampoco debemos caer en parámetros donde manipulemos dichos mensajes radiales hacia nuestro radioescucha, con el fin de alinearnos a las circunstancias económico-políticas de quienes tienen el control de este medio **La Radio**.

Ahora bien ¿cómo está informando y entreteniendo la radio? En nuestro país se ha vuelto un mero entretenimiento, como lo señala De Anda y Ramos: "la radio, como medio, ha sido desperdiciada durante muchos años", ahora se pretende rescatarla con creatividad moderna y dinámica, que se aleje del patrón de disquera. (2)

(2) De ANDA y RAMOS, Francisco. **La radio, el despertar del gigante**. Trillas. México, 1997, p.

Lo que señala De Anda y Ramos, de que la radio se ha convertido en un mero entretenimiento, que en el mayor de los casos toca música grabada y sobre todo de mala calidad o comercial, es debido a un mal uso que le dan algunas personas que dirigen este medio, por que la radio en sí no es mala, por el contrario, es un medio benévolo y con el cual se podrían hacer maravillas.

Por lo tanto se comenzará a abordar algunas de las funciones de la radio en el apartado posterior, así como su clasificación de acuerdo a sus funciones: legales (comercial, cultural, universitaria, oficial, comunitaria, indígena) y no legales (insurgente, pirata, fronteriza).

1.1. FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO Y SUS DISTINTOS TIPOS DE CLASIFICACIÓN.

Como ya se había dicho anteriormente, aquí analizaremos a la radio de acuerdo a sus distintos tipos de funciones y sus formas de clasificación. Para iniciar se debe dejar en claro el factor comunicativo de la radio, en relación con el patrón cultural que juega en nuestro país.

De acuerdo a los conceptos que nos marca Sandra Aliaga; lo que nos debe interesar de la radio (como fenómeno masivo-social) son: las relaciones con aquellas experiencias prácticas hacia las "manifestaciones culturales y comunicativas de corte popular o nacional ... para promover, expresar o transmitir las culturas populares". (3)

El difundir la cultura popular de nuestro país es una de las funciones principales de la radio es ser un enlace entre lo cultural y lo popular, un modo de ver la comunicación que surge de las condiciones reales de los distintos grupos humanos. Creando nuevas alternativas de comunicación en la radio, para así poder resolver conflictos que se generan en nuestra nación.

Estas nuevas formas de comunicación alternativa, en relación con el concepto cultural y el instrumento orgánico popular, es una gran herramienta de participación dentro de un proceso de creación o adecuación de la comunidad mexicana y sus conflictos.

(3) ALIAGA, Sandra y otros. **Radio y democracia en América Latina**. IPAL: Instituto para América Latina. Lima, Perú, 1989. pp. 15-16.

Es preciso prever una nueva visión de la cultura nacional a través de las diferentes identidades: indígenas, rurales, urbanas, folklóricas, populares y masivas, así como sus múltiples relaciones. Saber marcar las diferencias que existen entre los distintos procesos sociales en México, que son de suma importancia, para así la radio reconocer los parámetros por los cuales logrará ejercer un polo de influencia positiva, y establecer la resolución de las necesidades de nuestra gente.

La comunicación que ejerce la radio en la cultura y la sociedad implica todo un estudio de la historia de nuestra nación; que se explica a través de las nuevas formas de comunicación, es decir, experiencias que van surgiendo en la radio a partir de una realidad social, donde las anteriores prácticas comunicativas de la radio no funcionan, por ejemplo, si hablo de la problemática en Chiapas, tendría que investigar más sobre las circunstancias socioculturales, políticas, económicas y religiosas que manifiestan esa realidad actual, y como se podrían crear las herramientas a través de la radio para contribuir al mejoramiento de esa comunidad. Lo que permitiría la alternativa de "legitimar la comunicación como instrumento orgánico de los movimientos populares" y de participación establecida. (4)

Los grandes cambios sociales que se puedan generar en México se lograrían a través del buen uso que se le dé a la radio, la cual deberá tener presente el concepto cultural de la nación englobada en una realidad y de quienes la conforman históricamente, es decir, la sociedad mexicana y sus distintos modos de vida.

(4) ALIAGA, Sandra y otros, ob. cit. p. 18.

Para poder englobar un poco más a la sociedad mexicana se deberá comprender sus: “conocimientos, creencias, fantasías, ideologías, símbolos, normas, valores, así como las actitudes y disposiciones a la acción, que derivan de todas ellas y que se concretizan en esquemas y técnicas de la actividad típica en cada sociedad”. (5)

La cultura: “se concibe a partir de la forma o formas en que se organizan los grupos y en su reacción a ciertas necesidades, estas formas relacionadas entre sí, se comportan como un sistema de expectativas, que permite la previsión de las actitudes asumidas por los individuos pertenecientes a una cierta comunidad”. (6)

Es la misma sociedad que va generando la resolución a sus propias necesidades básicas, es ahí donde la radio tendrá que fungir como mediadora entre las necesidades y la sociedad, sin importar las diferencias culturales de los distintos grupos, sus formas de producción e imaginar nuevas (en consenso), que se fabricarán con la unión de la radio y las distintas culturas del país.

Pero la verdad cultural de nuestro país, su mestizaje y los procesos de comunicación masiva, las migraciones, etc., han generado un discurso y una práctica, que entran en conflicto con su realidad cultural y social, de su identidad y su negación, desde la homogeneización que viene de lo transnacional y de lo nacional, que no se suscribe únicamente a la práctica política de los movimientos de la clase subalterna y la deformación de la pluralidad cultural.

(5) (6) ALIAGA, Sandra y otros, ob. cit. p. 19.

Realmente está la sociedad mexicana identificada consigo misma, o las posibles soluciones a su realidad son sólo sueños y buenos propósitos, donde influyen también los procesos políticos, tanto nacionales como extranjeros, o de una lucha de clases. Cómo podría la radio influir para que las metas que se trazó la sociedad mexicana se puedan alcanzar.

La radio puede ser un factor primordial en la organización de: "cooperativas, centros de educación y de cultura popular, asociaciones de vecinos, grupos de mujeres y de jóvenes, comunidades cristianas de base, organizaciones campesinas, bibliotecas populares, comités de salud, comunidades educativas" y muchas otras formas de organización o medios de expresión e información, para impulsar la participación y la movilización, generar un mejor nivel de conciencia y un canal comunicativo "para el intercambio y el análisis de experiencias" de la acción colectiva. (7)

La radio deberá cumplir una función social, de ayuda para la comunidad y sus distintas necesidades, pero lo cual no se dará sin la organización y la unidad de las propias comunidades sociales de nuestro país, así como su colaboración mutua. El papel que juega la radio en la organización de los distintos grupos sociales es de vital importancia para su participación (de manera analítica y práctica) a través de la experiencia y el intercambio, de forma horizontal, educativa, participativa, alternativa, popular u otro modelo de comunicación.

(7) ALIAGA, Sandra, ob. cit. pp. 33, 36.

Las distintas formas o modelos de comunicación, como la radio popular, no pretende unificar a las mayorías, por el contrario, se prevé un conflicto histórico a causa de la diversidad cultural y sus distintos modos de comunicación. Por eso la radio debe ensanchar su comunicación, a fin de hacer de esta actividad un instrumento de educación, de cultura y de auténtica proyección social.

De acuerdo a la Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE) se llegó a la conclusión de que: (8)

Hay distintos grupos sociales, como es el caso de las comunidades indígenas o rurales, con una gran diversidad cultural. Por ello la radio deberá promover programas para una cultura crítica, encaminada a proporcionar elementos de juicio, orientados al desarrollo de la organización democrática y del cambio social.

La actividad radiofónica constituye un medio fundamental para la cultura y la educación, con el fin de crear espacios más justos y democráticos para una sociedad más crítica. Para esto la radio deberá ser impulsada de manera organizada por los propios individuos que desean el cambio social, y así crear nuevos procesos de desarrollo social.

Entre los procesos del crecimiento de la radio está la programación universitaria, cultural e intelectual, que precisa apoyarse en un conocimiento lo más exacto posible de los auditorios a los que sirve. La planeación y la evaluación deben de convertirse en instrumentos de la política de programación. Es necesario distinguir claramente el lenguaje sonoro de la radio de los otros lenguajes, en especial del escrito. En esto radica la efectividad del mensaje cultural o educativo.

(8) **Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE)**. UNAM, 1981, p. 275.

Si el papel primordial de la radio es educar, informar y entretener, ésta no deberá ser influenciada por parámetros políticos o de intereses privados y personales. Conviene incrementar formas de colaboración internacional, que induzcan el intercambio de experiencias y programas , la coproducción de series de interés general y el estudio de enlaces regionales.

Según McQuail y su teoría democrática-participativa: los seres humanos tienen derecho a la información, donde los medios de comunicación sirvan para suplir sus necesidades, tampoco éstos deberán de estar controlados por el Estado, organizaciones o empresarios, por el contrario, son los grupos, las organizaciones y las comunidades locales, quienes deberán de contar con sus propios medios de comunicación, de acuerdo a sus necesidades o su estado ideal de vida. (9)

En pocas palabras, no son los grupos sociales quienes deberán adaptarse a los sistemas de comunicación de grandes masas, que muchas veces son poco entendibles para ellos, sino por el contrario, que sean los medios, como la radio, quienes sirvan a los intereses de los grupos humanos y sociales de nuestro país.

La radio tiene que cumplir una función especial (de carácter social y de servicio) para el desarrollo del campo. En la difusión rural existen tres socios: el habitante de campo, la radio y los servicios de extensión. Estos últimos pueden ser; los distintos servicios que se prestan a través de las autoridades del gobierno, del pueblo o del municipio, ya sea el correo, servicio de agua potable y de salud, escuelas, foros de cultura y recreación.

(9) REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta y otros. *Perfiles del cuadrante*. Trillas. México, 1991. p. 271.

El papel principal que enfrentará la radio en un medio social como lo es el campo es el combate a la pobreza. Para ello la radio deberá adoptar nuevos fundamentos en sus objetivos, producir programas radiofónicos que en la práctica sean una realidad, de acuerdo a las necesidades de cada población rural y su posible desarrollo.

Sin duda alguna el combate a la pobreza es uno de los principales retos que tiene la radio en el medio rural, sin embargo, al lograrlo la radio cumpliría con su papel primordial o social, como es el apoyo a comunidades rurales en casos de desarrollo : “ alimentación y nutrición...higiene, la sanidad, las fuentes de agua, el planeamiento familiar y el analfabetismo. (10)

Para Ciro Gómez Leyva uno de los principales problemas que tiene la radio regional, es que no cuenta con los recursos suficientes para su impulso dentro de esa sociedad, y no tiene un proyecto de autofinanciamiento propio que le ayude a salir de ese bache en el cual se encuentra, debido a su dependencia con el Estado. (11)

Sin duda alguna, no es una tarea fácil que tiene que realizar la radio en el sector regional del país y en otros ámbitos, sobre todo cuando no se cuentan con los recursos suficientes para su subsistencia interna y externa, que en este caso sería su labor social: educación, información, higiene, salud, etc.

En cuanto al sector salud los planes y métodos corren a cargo de la Dirección General de Educación para la Salud, perteneciente a la Secretaría de Salud, la cual a través de su

(10) ESCHENBACH, Josef. *Radiodifusión para la innovación*. Época. Quito, Ecuador, 1978, p. 33.

(11) REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta y otros, ob. cit. pp. 265-267.

Dirección General de Comunicación Social y con ayuda de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía, transmiten los spots de salud por radio. (12)

Pero también, la radio resulta en nuestros días un aparato indispensable en el hogar: por su papel personal e íntimo y de la inmediatez de la transmisión de los acontecimientos, prueba de ello fue la labor que jugó durante los sismos que sacudieron a la ciudad de México en 1985, donde quedó demostrada su amplia efectividad.

Quizás la función social de la radio, nunca había cobrado matices nacionales o internacionales en nuestro país como en los Sismos del 85. "Durante las dos semanas posteriores a los terremotos, la radio pasó un volumen inmenso de noticias...de avisos, peticiones y ofrecimientos de ayuda, reclamaciones, consejos, relatos, etc." La radio jugó un papel importante durante esta situación, recuperando los actos de comunicación más simples y humanos. Demostró estar totalmente dotada para enfrentar este tipo de situaciones. (13)

De acuerdo a la situación que se vivió durante los Sismos del 85, se maneja el siguiente plan de emergencia: (14)

1.- Designar a un coordinador del sector oficial, quien será responsable, en caso de desastre, de conjuntar toda clase de informaciones y recomendaciones generales por la Presidencia de la República, la Secretaría de

(12) REBELL CORELLA, Ma. Antonieta y otros, ob. cit. pp. 204-207.

(13) VILAR, Josefina y otros. *El sonido de la radio*. UAM de Xochimilco, IMER, Plaza y Valdés. México, 1988, pp. 29-30.

(14) REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta y otros, ob. cit. p. 147.

Gobernación, la Secretaría de la Defensa Nacional, la Secretaría de Salud, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Secretaría de Educación, el Departamento del Distrito Federal y los diversos organismos de auxilio y rescate que operan en el valle de México.

2.- Este coordinador tendrá a su vez la tarea de hacer llegar la información a la Coordinación de Radio (para su difusión al público en general), la cual tendrá la obligación de nombrar un representante de radio, quien será el responsable, en caso de desastre, de organizar las acciones de las radiodifusoras, coordinando la transmisión de los mensajes dirigidos a la población.

3.- Se deberá contar con un directorio de todas las instituciones oficiales y privadas, que tienen competencia para participar en las tareas de rescate y coordinación, en caso de desastre, en especial de las estaciones de radio del D.F., que poseen equipos generadores de electricidad en sus estudios o plantas transmisoras, las cuales podrían continuar operando a pesar de eventuales suspensiones de luz.

En suma, la coordinación de distintas radiodifusoras del Distrito Federal en conjunto con los organismos (tanto oficiales y privados) participativos en caso de desastres, como los acontecidos durante los sismos de 1985, u otro tipo de desastres: huracanes, inundaciones, incendios, fenómenos socioculturales, etc., son de suma importancia para el papel que juega la radio como medio social y de servicio humano.

La radio como medio de comunicación social contiene distintas funciones, entre ellas la de informar, sin embargo, muchas veces la radio no forma al individuo con patrones positivos, sino sólo lo informa y lo condiciona a un sistema determinado de un país.

La radio en sí no es la culpable de no cumplir con los patrones para lo cual se creó, como el de informar objetivamente, sino por el contrario, ha servido para los propios intereses de quienes dirigen o son dueños (no todos) de ésta, y que al manejar el medio

logran cierta influencia en los individuos o escuchas, manipulándolos a los esquemas o estereotipos de un sistema socioeconómico y político, en función de las clases privilegiadas de un determinado país.

La radio ha escapado a sus funciones principales pero no por si misma, sino de acuerdo al punto personal de quienes la tienen en sus manos, es decir, la radio no es culpable por si misma de su mala aplicación, sino del mal uso que le han dado aquellos que la tienen bajo su control.

En la actualidad se ha tergiversado la función de la radio, ahora se le ve como un objeto de compra y venta de mercancías o productos anunciados, dejándose de lado su función expresiva, estética y artística. Así se podrá apreciar que la radio ha caído en parámetros de comercialización, por lo cual algunas de las funciones fundamentales han quedado en el olvido, como el caso de educar en la familia y en la sociedad.

Clasificación de la radio de acuerdo a sus funciones.

Josefina Vilar nos da toda una clasificación de la radio y sus distintas funciones sociales, legales e ilegales. (15) De éstas últimas destacan las siguientes:

(15) VILAR, Josefina, ob. cit. pp. 125-136.

Insurgentes.- Éstas han jugado un papel importante en la lucha armada de distintas sociedades, y donde toma el poder el movimiento armado que las sustenta, pasando a formar la voz oficial del gobierno victorioso y sus objetivos de programación cambian de manera sustancial.

Piratas.- También se les conoce como “libres”, las cuales surgieron en Europa y se les llamó así porque transmitían desde los barcos ubicados en aguas extraterritoriales, robando el público de las estaciones de radio ya establecidas en Europa. (16) Éstas mantienen una posición hostil al marco institucional que pretende regularlas, pero tampoco son el brazo comunicativo de una revolución armada.

Fronterizas.- Actúan y promueven los estatutos jurídicos del país desde donde se transmite, pero infringen los del país donde son escuchadas. La radio de este tipo puede ayudar “al fortalecimiento de la soberanía y la identidad nacional, mediante la afirmación de nuestros valores esenciales.” ¿Pero que papel juega la radio dentro del marco cultural de nuestras fronteras? “La radio es un medio que se encuentra fuertemente respaldado por un hábito arraigado entre la población fronteriza... porque toda ella conjuga el sentir y el vivir del pluralismo demográfico.” (17)

La cultura fronteriza es el resultado de una mezcla de costumbres, creencias, valores, hábitos, ideas socioculturales, adquiridas durante periodos determinados, y como afirma Carlos Monsiváis: (18) son los métodos de concibir el futuro aceptando el pasado y

(16) COLLIN, Claude. **Radio poder.** Folios. México, 1983, p. 42.

(17) (18) REBELL CORELLA, Ma. Antonieta y otros, ob. cit. pp. 108, 113.

el presente. Ahora expóndremos las que operan bajo el marco legal:

Comerciales.- Obtienen del gobierno Federal la concesión de la banda de transmisión por el sistema de la libre empresa; son libres para obtener ganancias de sus emisiones, aunque no pueden transgredir lo que la ley dispone al respecto. Pertenecen a empresarios, y su financiamiento, así como la plusvalía que obtienen, proviene de la venta de los tiempos de programación, ya sea vendiéndolos para avisos publicitarios, promoción de piezas musicales o por patrocinio de programas, principalmente informativos.

Intentan capturar un auditorio numeroso para poder elevar (lo más posible) las tarifas de sus tiempos de programación. Muchas veces se ven obligadas a ser afines con los intereses de sus clientes y a halagar los gustos de su auditorio. Para ello realizan estudios de mercado, que les permite conocer los hábitos de comportamiento de su público a través de agencias privadas de investigación, las cuales delatan el conocimiento sobre los segmentos poblacionales más importantes para el consumo: jóvenes, niños, amas de casa, etc.

Culturales.- Son las no comerciales, que la ley reconoce como: culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas de cualquier índole. Éstas existen para prestar un servicio público sin fines de lucro, son propiedad de los municipios, de las universidades u otras instituciones educativas y están subsidiadas por dichas entidades. En México se ocupan de este tipo de estaciones: la Secretaría de Gobernación, la SEP, así como varias universidades, como podría ser la propia Radio UNAM.

Éstas no pueden dedicarse a halagar el gusto de las mayorías. Su función es educar e

informar de manera amena, para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento. Requieren de un presupuesto elevado, sin embargo, la realidad es otra, es decir, son estaciones que necesitan recursos económicos para la realización de su trabajo social, donde la difusión de la cultura no sólo abarca cuestiones educativas o intelectuales, sino va más allá, hacia las necesidades sociales de determinadas comunidades culturales de nuestro país, como puede ser la sociedad indígena. Para entender un poco más a continuación se expondrán los siguientes tipos de radiodifusoras.

Oficiales.- Sus funciones y propósitos son diversos: fortalecer la comunicación de la sociedad con el gobierno; impulsar el entretenimiento, la difusión cultural, la educación, la orientación, el deporte amateur (no profesional o comercial). Pero muchas veces se orienta hacia la justificación de la acción del gobierno, que a cumplir su papel comunicador entre la sociedad y las autoridades o su función de servicio a la sociedad.

En México se fundó en 1983 el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) como organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Entre sus objetivos se encuentra: el de operar de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica pertenecientes al Gobierno Federal.

Universitarias.- Cumplen tareas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística. Fortalecen los campos de la información y la difusión de los valores culturales del país donde se encuentran, y promueven: la cultura, la historia universal, la música, la estética y el folklore.

Indígenas.- Son protagonistas de éstas: el Estado, las organizaciones indígenas y las iglesias. Las organizaciones indígenas independientes se reúnen para propiciar en la sociedad: el escuchar sus lenguas, sus problemas, su música. Los indígenas usan la radio, también, para transmitir saludos y consultorías, animar fiestas comunales, educarse, etc.

La radio se adecúa a las condiciones y necesidades más inmediatas de la comunidad, la radio indígena es un campo fértil para el desarrollo de formas alternativas e innovadoras de hacer y usar la radio -con la participación de sus miembros-. La acción radiofónica clara y definida deberá propiciar y fomentar el intercambio de experiencias entre comunidades de la región, fortaleciendo su cultura y sus problemas: alimentación, salud, higiene, desarrollo organizacional y de información.

Esto se da como parte de las conclusiones que se presentaron durante el Segundo Seminario-Taller de la Radiodifusión en Regiones Indígenas, celebrado en Villahermosa, Tabasco, durante agosto de 1987, donde estuvieron presentes radiodifusoras indígenas del continente americano, en especial las de México, como el caso de La Voz de la Montaña, de Tlapa, Guerrero, que transmite en: mixteco, tlapaneco, náhuatl y castellano. Para mayor información consultar la obra de Josefina Vilar **El sonido de la radio** citada en este apartado.

Comunitarias.- Se distinguen por no pertenecer a ninguna institución o grupo particular, sino a la comunidad desde donde transmiten y son escuchadas. Se ocupan de las necesidades comunicacionales de un espacio territorial común. Encuentran temas susceptibles de ser tratados al aire. Buscan formas alternativas de producción y programación radiofónica, pues no están satisfechas con los modos radiofónicos existentes. Los objetivos responden al: ¿de qué se quiere hablar?, ¿para qué? y ¿de qué forma? Ellos deciden que les interesa y como lo estructuran.

En América Latina se tiende hacia la educación, seleccionando sus propias formas de hacerlo, de manera tradicional o artística, etc. Esta forma de ver a la cultura casi nunca corresponderá a las de otro tipo de emisoras. La radioedificación deberá atender los aspectos culturales, así como el de educar, informar y entretener. El contexto cultural se refiere a todas aquellas actividades que la comunidad realiza para su recreación, entretenimiento, educación, desarrollo, diversión, el trabajo, las festividades religiosas.

De acuerdo con el **Directorio 2001** de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), en México se encuentran la siguiente clasificación de radiodifusoras legales.

Radiodifusoras por Entidad Federativa.

Entidad Federativa	Concesionadas		Permisiónadas	
	A.M.	F.M.	A. M.	F.M.
Agascalientes	12	4	2	2
Baja California	31	29	2	5
Baja California Sur	10	9	2	0
Campeche	9	2	5	0
Coahuila	46	26	2	4

Colima	10	5	1	0
Chiapas	26	7	9	4
Chihuahua	51	25	2	2
D. F.	31	22	2	5
Durango	9	2	1	1
Guanajuato	36	14	2	3
Guerrero	24	11	6	1
Hidalgo	6	4	7	3
Jalisco	46	26	2	5
Estado de México	6	8	5	0
Michoacán	36	6	4	0
Morelos	4	14	1	3
Nayarit	13	2	2	0
Nuevo León	28	23	1	11
Oaxaca	22	5	12	4
Puebla	20	14	1	2
Querétaro	9	7	2	1
Quintana Roo	8	3	5	1
San Luis Potosí	19	8	2	1
Sinaloa	34	10	2	2
Sonora	50	24	2	15
Tabasco	14	6	2	2
Tamaulipas	47	26	3	16
Tlaxcala	2	2	0	1
Veracruz	61	23	3	0
Yucatán	15	6	2	6
Zacatecas	12	4	0	1
Total	747	377	94	101

De esta tabla destacan (en cantidades aproximadas) las siguientes estaciones permissionadas:

Tipo de Estación	A.M.	F.M.	Total
Oficiales *	46	59	105
Universitarias	20	25	45
Indígenas	23	4	27
Culturales, comunitarias u otras	5	13	18
Total	94	101	195

* Incluye las 20 estaciones de radio del IMER, 8 locales y 12 foráneas o de provincia.

Como se puede apreciar, las distintas clasificaciones que se dan acerca de la radio, de acuerdo a sus funciones, variará según el enfoque o perspectiva de cada país o individuos, y éstas pueden ser ilegales: fronterizas, insurgentes, piratas o clandestinas; o legales: las culturales, educativas, oficiales, estatales, comunitarias, indígenas, religiosas, comerciales, nacionales, internacionales, de AM o FM. Estas últimas destacan en México de acuerdo a su frecuencia. Las estaciones de FM, a diferencia de las de AM, tienden más hacia la música grabada, en especial la de inglés.

Sin embargo, el papel nacional e internacional de la radio en la actualidad es relativo, sobre todo en este mundo globalizado, es decir, si la tendencia es el libre comercio, donde todo cabe en una sola empresa, en una sola nación, ¿en qué papel queda la radio como medio de comunicación nacional, cobrará un parámetro internacional?

También cabe preguntarse ¿qué pasará con emisoras de tipo oficial, estatal o de gobierno? y ni hablar de las educativas o culturales, de las indígenas o comunitarias, si la globalización señala o apunta hacia la privatización de todo, ¿en manos de quién quedarán éstas?, ¿todas se comercializarán?, ¿bajo qué parámetros sobrevivirán?

¿Qué papel jugará la religión en la radio?, no se sabe, sin embargo, hay que tener presente que ésta, junto con la política, la economía, y el estado, son de las fuerzas principales del mundo. No hablaremos mucho de ello, pues sólo se tocará detalles del cristianismo en la radio como medio de comunicación, así como la realización de programas de corte cristiano en apartados posteriores.

1.2. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Para entender la radio, ésta se debe abordar desde un punto de vista de comunicación social, debido a que es uno de los más importantes en la actualidad, en especial en nuestro país, como lo enfatiza Mario Kaplún: la radio sigue siendo el medio masivo por excelencia en Latinoamérica.(19)

Pero ¿por qué la radio sigue siendo uno de los medios de comunicación social más importantes? Esto se debe a que cuenta con ventajas, ya antes mencionadas, tal es el caso de su costo bajo, la gran movilidad que representa para el oyente el contar con la radio; porque no es necesario dejar de hacer otras actividades para escuchar radio, en fin, sus ventajas como medio de comunicación social son excelentes.

No en vano Juan Braun dice que: la radio representa una gran oportunidad al poder “llegar a todos los rincones del país, y su relación costo-beneficio es más ventajosa que la de cualquier otro medio”. (20)

De acuerdo con Josefina Vilar , “la radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones vivas... que se escuchan en el momento mismo de su presentación”. La radio es un complejo tecnológico que pone en contacto a emisores con receptores, quienes comparten un espacio físico y el tiempo real del acto de comunicación.

(19) (20) KAPLÚN, Mario, ob. cit. p. 24, 25, datos tomados de BRAUN, Juan Ricardo, *La radio y televisión dentro del marco de la educación. Radio, TV. y Cultura en América Latina*. CIESPAL, Quito, 1976.

La radio es una industria tecnológica y un medio de comunicación social. (21)

La radio y su papel comunicativo puede producir en la sociedad mexicana toda una industria hegemónica y democrática de la cultura. Pues no puede aislarse de ningún fenómeno social mexicano, porque es parte esencial de la vida de la nación.(22) Así la radio en México no debe alejarse de nuestra realidad social, si lo hace, no estará cumpliendo con su cometido sociocultural.

Esto es cuestión de enfoque, pues habrá gente que prefiera otro medio de comunicación, como sería el caso de la televisión, la prensa o el cine. Para el alemán Arnheim la radio no es sólo un “aparato transmisor, sino un medio que sirve para crear ... sus propias leyes, un mundo acústico de la realidad”. Es “un medio de comunicación inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional. Es un complejo tecnológico que pone en contacto” al emisor con el receptor. (23)

Con ello queda claro que la radio no es sólo un simple aparato receptor, sino todo un proceso tecnológico, que va desde los aparatos de cabina, las instalaciones, la antena, el equipo humano, que es en sí donde recae todo el peso de la emisión radial, no sin descartar la importancia del equipo material.

(21)VILAR, Josefina y otros, ob. cit. p. 28.

(22) ALIAGA, Sandra y otros, ob. cit. p. 26.

(23) OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth y otros. *La radio a través de la radio: un manual de producción* (Tesis). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 1994, p. 13, tomado de ARNHEIM, Rudolf. *Estética radiofónica*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

De que serviría contar con toda la infraestructura radiofónica, si no se tiene un equipo humano capaz de sacar adelante toda la labor titánica que implica el trabajo radial, para llegar al radioescucha con los materiales básicos y satisfacer sus necesidades. El llevarlo acabo y con buenos resultados, dependerá en gran manera del esfuerzo y creatividad del equipo radiofónico, sobre todo cuando éste tiene que partir de una realidad social.

Se sabe que la radio y su proceso de comunicación con su público dependerá, en gran parte, de sacar su propio lenguaje social, porque no puede llegar a su público de la misma manera de cómo lo hacen otros medios; por ejemplo la televisión y la prensa, es por ello que la radio presenta cualidades expresivas diferenciales ante otros medios, según el proceso de comunicación: emisor, mensaje, receptor. (24)

Casi todos los medios de comunicación social cuentan con ventajas y desventajas distintas, es decir, mientras otros medios pueden aprovechar otros sentidos (vista, tacto, oído), la radio sólo puede enfocarse al oído, de ahí la gran necesidad de que la gente dedicada a este medio realice su mejor esfuerzo, para poder tocar el corazón de sus radioescuchas.

A pesar de que en la radio es difícil captar la atención del público, debido a que sólo se cuenta con un solo sentido el oído o de que no puede medir las reacciones del radioescucha,

(24) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo. *Técnicas de Comunicación en radio: la realización radiofónica*. Paidós. Barcelona, España, 1994, p. 17.

por la falta de su presencia física. (25) Estas aparentes desventajas, el creativo de la radio las puede convertir en ventajas, para ello deberá amar su trabajo y lo que realiza, pero sobre todo a su público, de lo contrario por mucha creatividad que tenga sólo servirá para un excelente trabajo, que quizás tienda a caer en lo comercial o incluso en la manipulación.

Como lograr esa presencia física del radioescucha, mucho se habla de ello hoy en día, los famosos ratings, las llamadas telefónicas, las correspondencias, sobre todo ahora con el internet, ¿pero cómo romper con esa pared entre el receptor y el emisor? Se recomienda lograr la empatía con el público, es decir, ponerse en el lugar del radioescucha.

Porque se debe recordar que una de las grandes desventajas que enfrenta el productor radial, es que "la gente está acostumbrada a oír radio más que escuchar radio... el radiooyente se ha acostumbrado a oír no para pensar, sino para distraerse". El público no está obligado a escuchar lo que no le gusta, de ahí que más del 90 % de estaciones radiofónicas en América Latina son comerciales. (26)

Con esta referencia es importante ver las necesidades para llegar a nuestro público, no basta la creatividad si no se logra sensibilizar a nuestro radioescucha con nuestro propósito, y éste deberá estar de acuerdo a cubrir una de las necesidades primordiales de los receptores, de que serviría nuestro trabajo si sólo pasamos a englobar la larga lista de productos radiofónicos que se comercializan.

Como productores de radio debemos ir más allá, y que nuestras limitantes como medio las convirtamos en provechos, pues se ha comprobado que el oído es el sentido por

(25) (26) KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 56, 57.

excelencia, la gente puede sobrevivir si le falta algún sentido, pero si es el oído siempre se sentirá incomunicado. (27) La radio presenta ventajas y desventajas como cualquier medio, pero aún en las desventajas se deberá trabajar.

Otro de los problemas que enfrenta el productor radial es la poca retención de su público, el cual no puede retener con facilidad los mensajes radiales, de ahí la necesidad del uso de la redundancia, pero sin caer en la monotonía, pues al hacer esto la cantidad de mensajes se reduce en la radio (28)

Es muy importante saber esto, ya que la radio es un medio difícil, porque el público no sabe escuchar o está acostumbrado sólo a oír, prueba de ello es la proliferación de los programas musicales a diferencia de los hablados, para esto la radio usa el factor de la redundancia, que es la repetición de los mensajes, lo cuales se deberán de hacer desde distintos puntos de vista o formas de planeación (29)

El factor de la redundancia es de suma importancia para nuestro trabajo en radio, sin embargo no se puede abusar de éste. Así se evitará caer en la monotonía o simplemente reduciríamos nuestro tiempo en radio, el cual es muy valioso, se recomienda ver un tema desde distintos puntos de vistas o perspectivas. Para ahondar más en estos temas, en el subcapítulo posterior, abordaremos algunas de las características de mayor importancia con las cuales cuenta la radio hasta el día de hoy.

(27) (28) (29) KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 63, 115-119.

1.3. CARACTERÍSTICAS MÁS USUALES DE LA RADIO.

La radio cuenta hasta el día de hoy con infinidad de características, sólo mencionaremos algunas de ellas en este subcapítulo. La radio tendrá características determinadas en función del uso que se le dé, sin embargo, éstas son de manera general y no tienden a variar mucho, como a continuación se verá, no sin antes mencionar lo que Marco Julio Linares dice: la radio es un medio de comunicación social por el cual el sonido y la palabra reivindican o enajenan. Según los fines con que se usen. (30)

Así Marco Julio sintetiza, en gran parte, el uso que se le da a la radio en relación con su función, es decir, es necesario separar la importancia que se le debe dar a la radio, dependiendo del enfoque de quien escucha radio y de quien hace radio, el motivo puede ser bueno o malo, sin embargo, lo que para algunos es malo para otro tanto no lo es, de ahí la gran diversidad o características de la radio. Entre las que destacan las siguientes:

Es auditiva.- Como se sabe la radio es el único medio donde sólo se captan los mensajes a través de un sólo sentido "el oído", de ahí la gran dependencia de éste para captar la atención del radioescucha, por eso los productores radiofónicos pondrán atención para atraer o capturar el interés (con una gran creatividad) de sus oyentes, pero no todo es negativo en la radio, como presentaremos a continuación, la radio por ser auditiva no interfiere de gran manera en las actividades humanas, siendo la única forma de información y esparcimiento en lugares marginales.

(30) LINARES, Marco Julio. *El guión, elementos, formatos, estructura*, 4ª ed. Alhambra. México, 1991, p. 41.

Es social.- La radio es uno de los medios de comunicación que ha llegado a cumplir uno de los parámetros sociales de mayor relevancia, pero aquí no lo abordaremos, pues ya lo hemos hecho en apartados anteriores, con todo lo que ello implica, sólo se menciona porque es importante destacarlo y confirmarlo.

Es rápida.- La radio es uno de los medios más rápidos que existen hasta el momento, y prueba de ello quedó demostrada durante los sismos que acontecieron en la ciudad de México en el 85, a diferencia de la prensa que, en el mayor de los casos, tarda en editar un día posterior, mientras que la televisión al usar distintos procesos técnicos más elaborados que la radio hacen que sea más lenta.

Es barata.- La radio es uno de los medios “más baratos para empezar un proceso de comunicación”, según Eschenbach. (31) Ahora bien la radio puede ser enajenante o positiva, según el enfoque con que se escuche, es claro entender que una de sus principales características es la ser un medio accesible para el radioescucha por su costo económico, pero sobre todo porque lo mantiene informado o entretenido, de acuerdo a los parámetros que el propio oyente quiere.

Es funcional.- “La radio en circunstancias históricas estables... se inscribe en la vida cotidiana de la comunidad, en donde se realizan sus transmisiones de una manera más discreta y constante... porque al carecer de la fascinación propia de la mirada, libera los

(31)ESCHENBACH, Joseff, ob. cit. p. 28.

cuerpos de sus perceptores y les permite llevar a cabo otras actividades al mismo tiempo” (32): labores domésticas, trabajos manuales e intelectuales, etc.

Es creativa.- No es en vano que el público pueda a través de la radio crear imágenes visuales, que dan la sensación de una realidad única o ambientes figurados a una verdad objetiva (33), pero que quiere decir Armand Balsebre con esto. Que la radio, cuando es manejada de manera creativa puede hacer cosas maravillosas, donde el radioescucha no sólo pueda soñar, sino tener o imaginar una realidad, quizás la suya propia.

Para ahondar más en la creatividad de la radio, es importante tomar en cuenta el concepto de Sullivan , de que la radio tiene una ventaja creativa, que es el de crear imágenes auditivas a través de efectos de sonido y música, aprovechando los tiempos y espacios. (34)

La radio se caracteriza por su creatividad y su gran capacidad de recrear escenarios imaginados, los cuales aparecen como una realidad ante el espectador, claro que esto puede ser fatal si dicha creatividad se usa con fines de manipulación, porque pueden crear en el espectador inducciones destructivas, en lugar de motivarlo hacia cuestiones más positivas para su forma de vivir o sobrevivir.

Es de lenguaje sencillo.- Otra de las características de la radio es su lenguaje sencillo, al menos eso es lo que se pretende, debido al poco tiempo con que se cuenta para captar la

(32) VILAR, Josefina y otros, ob. cit. p. 28.

(33) BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra. Madrid, 1994, p. 117.

(34) KAPLÚN, Mario, ob. cit. p. 61.

atención del público, por lo cual Kaplún recomienda el uso de un lenguaje sencillo, fresco, con palabras y frases cortas y entendibles, que por lo general usen sujeto y predicado, así como una buena sintaxis.(35)

Es de vital importancia la sencillez con que se debe hacer radio, ya que de ello depende que el público, al cual nos dirigimos, nos pueda entender, no usemos un lenguaje demasiado técnico o elaborado sino ser lo más explícito posible, nuestros radioescuchas nos lo agradecerán.

Es de alcance.- La radio es uno de los medios de comunicación de mayor alcance en cuanto a número de radioescuchas se refiere, en especial en México donde más del 90% de la población oyen radio. ¿Pero a qué se debe el gran alcance de la radio? Esto se da porque: se puede usar con baterías o corriente, escuchar en el auto o en el trabajo, transportar con facilidad y su capacidad de espacio es estupenda. (36)

Es participativa.- La radio puede caracterizarse por ser participativa cuando su uso es el adecuado, la participación de la radio junto con la ciudadanía mexicana lo demostraron durante los sismos del 85 en la ciudad de México. Se creía que la radio tendría momentos apocalípticos con la llegada de la televisión pero no fue así, de ahí la necesidad de que ésta sea más participativa, social y democrática. (37)

(35) KAPLÚN, Mario, ob. cit. p. 220.

(36) (37) REBEL CORELLA, Ma. Antonieta y otros, ob. cit. pp. 139, 144-145.

Es discontinua.- Que se quiere decir con esto, que la radio como cualquier otro medio de comunicación transmite información de manera discontinua, es decir, las noticias del día o de un momento determinado serán cortadas o desplazadas por otras de mayor importancia, que vayan surgiendo durante los hechos históricos o necesidades sociales que acontecen en México y el resto del mundo. Con ello se demuestra que un hecho no puede ser transmitido de manera continua en la radio u otro tipo o medio de comunicación.

Es instantánea.- La radio, a diferencia del medio escrito, no cuenta con temporalidad, es decir, es un medio que no tiene perdurabilidad para su público, los mensajes se deben de captar en su momento, de ahí la necesidad de que en la radio se recurra a la redundancia o repetición de los mensajes, a menos que el radioescucha tienda a grabar los mensajes radiofónicos y analizarlos más detenidamente después. Aún así, la radio se caracteriza por ser instantánea, y donde si no se captan los mensajes en su momento o se graban jamás se volverán a escuchar.

Es personal.- La radio tiende a disfrutarse más a solas que con familiares y amigos, a diferencia de la televisión, de ahí que se diga que la radio es un medio de comunicación personal. De acuerdo a estudios que se han hecho o estadísticas, se ha comprobado que la radio es uno de los medios que se escucha más por gente que se siente sólo o vive momentos de soledad.

Se han visto en este apartado unas de las características más importantes de la radio, que complementa las funciones sociales de ésta, así como su papel de gran relevancia como medio de comunicación. En el capítulo posterior hablaremos de los pasos a seguir respecto a la realización de un programa radiofónico de corte cristiano, pero sólo desde un punto de vista teórico y metodológico.

CAPÍTULO 2

LA REALIZACIÓN RADIOFÓNICA (PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN)

En este capítulo se tratará la preproducción, producción y la postproducción de un programa radiofónico desde un punto teórico, si bien es importante la práctica dentro de la realización radiofónica es necesario la teoría, como dice Mario Kaplún: "de poco sirven las técnicas sin una base teórica" (1), y así poder llegar a una práctica dentro de la producción radiofónica. Es importante presentar los siguientes subcapítulos o subtemas para el tratamiento del presente estudio, donde destacan:

La planeación del proyecto.- Para esto es necesario tomar en cuenta lo siguiente: título, objetivo, temática, género, duración, horario de transmisión, periodicidad, público al que va dirigido, recursos humanos y materiales, presupuesto.(2) El planear sirve para tomar buenas decisiones y así estructurar y racionalizar, en especial el equipo técnico y humano.

Planear un proyecto radiofónico es de vital importancia, ya que es la base o el inicio de nuestro futuro programa radiofónico, de ello dependerá que éste se lleve a cabo o no, para esto se tomarán en cuenta los pasos antes mencionados y los cuales se tocarán más adelante. Después de la planeación de nuestro programa, que en cierta forma habremos hecho gran parte, debemos tomar en cuenta los siguientes puntos:

(1) KAPLÚN, Mario, ob. cit. p. 26.

(2) OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth y otros, ob. cit. p. 35.

La elaboración de guión.- Es un segundo paso y de su calidad dependerá que nuestro programa tenga éxito o no. Hay distintos tipos de guiones, como el textual (que es el contenido escrito de nuestro programa), el técnico, de presentación o demo.

La grabación y la edición.- Aquí plantearemos bases teóricas de como se conjunta el material, ya antes mencionados, para que nuestro equipo humano lo pueda llevar a cabo con los materiales con que se cuenta, como es el caso del equipo de cabina.

Por último, la promoción de nuestro programa, pues no tiene caso hacer un programa si no se va difundir o promover, ver posibilidades de difusión, costos, horarios, patrocinios. A continuación pasaremos a revisar lo que es la planeación de un proyecto radiofónico, no si antes tomar en cuenta las siguientes preguntas:

¿Cuál es el objetivo del programa?, ¿a qué público va dirigido?, ¿cree que ese público necesita su programa?, ¿cuál será su contenido?, ¿qué formato utilizará?, ¿es unitario o seriado?, ¿cuál es su duración?, ¿tiene los elementos necesarios?, ¿cómo logrará la participación del oyente? (3). Sin olvidar los cinco básicos dentro de la comunicación: ¿quién o quiénes lo realizarán?, ¿cómo, cuándo, dónde y por qué se llevará a cabo?

(3) DE QUEVEDO OROZCO, Ma. de Lourdes. **El ingenio con sentido, un manual para proyectos radiofónicos (Tesis)**. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 1993, pp. 55, 56.

2.1. EL PROYECTO DEL PROGRAMA.

Al pensar en la producción de un programa es de suma importancia la realización del proyecto radiofónico, del cual se derivará el principio o el inicio de nuestro programa. Para ello se deberá planear bajo ciertos parámetros o pasos a seguir, como los que a continuación se mencionan:

Para planear un proyecto de un programa de radio se contará con una estructura a partir de un objetivo, el tipo de público al cual me voy a dirigir. A partir de ahí se elegirá un buen título. Se recomienda hacer un programa piloto pero proyectado a futuro. Así se podrá elegir el horario más adecuado y cual será la duración del programa. Se elegirá la emisora más viable y cuantos días saldrá al aire. No se recomienda hacer programas de duración corta.

Para la planeación de nuestro programa radiofónico es de importancia partir de un objetivo u objetivos, pero a partir del público al cual me voy a dirigir, y así poder continuar con los preparativos de nuestro programa: la elección del título y los tiempos; horario (día, tarde o noche), días de la semana y tiempo aproximado al aire, de preferencia que sea un programa de larga duración, para ello se recomienda realizar un programa piloto.

Pero sobre todo lograr la participación de nuestro radioescucha tomando en cuenta sus necesidades, tratarlo como persona pensante, estimular sus capacidades, como lo dice Freire Paulo sobre nuestro programa: debe ser estimulante para lograr la

la participación de nuestro radioescucha, tener en cuenta sus intereses y necesidades, y así lograr que éste interactúe con su entorno. Los logros se verán de manera inmediata, cuando el público ya no se le vea sólo como un objeto sino como un sujeto. (4)

Era importante indicar estas situaciones antes de iniciar la elaboración de nuestro proyecto radiofónico, el cual cuenta con una planeación, quizás no de manera estricta, pero sí con pasos básicos o necesarios a seguir, ya antes mencionados, y así poder acaparar la atención de nuestro público, sin descartar las necesidades o intereses de éste, para lograr que nos escuche, porque es a partir de nuestro público de donde se partirá para la realización de nuestro programa, como a continuación presentaremos.

Objetivos y público objetivo:

Como se dijo anteriormente, nuestro programa iniciará a partir de los objetivos que nos hemos trazado, llámese los intereses que queramos alcanzar, sin olvidar la ética profesional, y uno de éstos es: lograr que en verdad mantengamos una interacción real con nuestro radioescucha de la manera más positiva, no se trata sólo que el público nos escuche, sino que en verdad logremos una empatía con éste, tomando en cuenta los siguientes aspectos: religión, cultura, sexo, geografía, economía, edad, educación, etc.

(4) KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 269-276, 33.

Se debe tener presente a nuestro público objetivo, y hacer de la radio un arte y una técnica. Es importante destacar la necesidad de hacer un buen proyecto de radio, y así estar más seguros que nuestro programa contará con mejores posibilidades de alcanzar los objetivos planeados.

Pero nunca se descartará que uno de los principales objetivos a alcanzar es nuestro público, pero para continuar deberemos definir un poco más ¿qué es el público? Según "el lenguaje coloquial y en el argot profesional se define la audiencia de radio como un: conjunto de personas que está escuchando una emisión en un día y hora determinada". (5)

Si bien la definición de lo que es nuestro público, en términos o conceptos e incluso números, no es grata, porque nuestro radioescucha no es sólo eso, es algo más, antes que nada es un ser humano con cualidades y defectos como cualquiera, que tiene intereses y sobre todo una gran necesidad de ser escuchado.

Selección del nombre o título

Cuando ya hemos determinado los objetivos a seguir a partir de nuestro público objetivo, se elegirá el título de nuestro programa, éste irá acorde con lo que pretendemos hacer o realizar. El título o nombre del programa debe seleccionarse de la mejor manera posible, de ahí se derivará el foco de atención o de inicio del programa. Entre las sugerencias para ello es: que no sea un título o nombre largo, por el contrario será lo más corto posible, llamativo, entendible y grato para nuestro público.

(5) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo, ob. cit. p.19.

Los tiempos.

Al tener bien definido los objetivos y el posible título o nombre del programa se pasará a la selección de los horarios, éstos consisten en la duración de nuestro programa y en cual horario es pertinente transmitirlo, ya sea en la mañana, tarde o noche, el día o días de transmisión. Esto sin perder de vista al público al cual pretendemos llegar.

Según Anda y Ramos (6) hay distintos tipos de programas de acuerdo a su horario, éstos pueden ser: de secuencia, de yuxtaposición, unificados, de cuña, de puente y los de secuencia cíclica, éstos últimos se transmiten a una hora fija cada semana, y es al cual pertenece, por el momento, el programa de **Emisión Punto Radio**. Los gustos y preferencias del público por ciertos programas, marcarán la posición de éstos en los distintos bloques de la programación manejada por la estación de radio.

Tipo de grabación.

Después de haber seleccionado los horarios de nuestro programa, es necesario ver el tipo de grabaciones que realizaremos con éste. La grabación puede ser, de acuerdo con Ruth Olivares Hernández: (7)

(6) De ANDA y RAMOS, Francisco, ob. cit. pp. 395,396.

(7) OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth y otros, ob. cit. p. 29.

En vivo o al aire.- Como su nombre lo indica, se hace en vivo y no requiere de postproducción, desde la cabina de la estación de radio se puede transmitir programas al aire o lograr enlaces a control remoto.

Grabados.- Son los que ordenan diálogos, música y efectos de sonido, para después editarlos en una postproducción.

Estilo del programa.

Éste cuenta con la impregnación del estilo propio de su realizador, sin embargo, se deberá de ser lo más objetivo posible, para así poder alcanzar las metas que nos hemos propuesto. El estilo del programa (por sí mismo) es difícil de definir, pues puede llegar a contar con personalidad propia, la cual puede influir en el público pero éste a su vez en el estilo del programa.

El estilo de un programa es difícil de analizar, pues es la personalidad distintiva del programa o de la emisora, ejemplo: institucional, joven, provocativa, desenfadada. También influye el horario de transmisión y el público objetivo, sus gustos y necesidades, sobre lo cual se trabajará en cada programa. (8)

Estructura del programa.

(8) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo, ob. cit. p. 85.

Cuando ya hemos alcanzado a destacar un estilo propio del programa se pasará a la realización de su diseño, éste se puede llevar a cabo por bloques, dependiendo el programa que vayamos a realizar. Los bloques se separan de manera independiente, cada uno maneja varias secciones o temas. Éstos se pueden separar por anuncios publicitarios, canciones, etc.

Así lograremos estructurar nuestro programa destacando las partes de mayor importancia, pero sin dejar de ser parte de un todo. La estructura de nuestro programa será de vital importancia, de ello dependerá su agilidad, dinámica, estilo, pero sobre todo alcanzar la empatía con nuestro público. Dentro de su estructura destacarán las rúbricas, como a continuación presentaremos.

Rúbricas del programa.

¿Qué es una rúbrica o qué se entiende por ésta? Son como los nombres de los programas y estaciones de radio que se destacan por su musicalidad y sonoridad, que acompañan a sus títulos de una manera creativa. Son las entradas o presentaciones iniciales de los mismos. Entre las rúbricas que más destacan son las siguientes:

De entrada, de indicativo, o careta.- Es el tema musical con que se abre y se cierra el programa, es como el título subrayado con mayúsculas. No rebaza los 30 seg., y es importante su selección, ya que será el nombre del programa o la serie. (9)

De salida.- Es la que sirve casi siempre para dar los créditos del programa. (10)

(9) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo, ob. cit. pp. 49-50.

(10) OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth y otros, ob. cit. p. 65.

Estudio de mercado y finanzas.

Hablar acerca de nuestras finanzas y la posibilidad de un estudio de mercado es de gran relevancia para la realización de nuestro programa radiofónico. Aquí se tomará en cuenta lo siguiente: inversión, financiamiento, costo de producción y comercialización, precios de venta, presupuesto de ingresos y egresos, así como un estudio de mercado. (11)

Antes que nada pensaremos en realizar un estudio de mercado, pero tomando en cuenta nuestras finanzas o presupuestos, de nada sirve contar con un buen proyecto radiofónico, si no se cuenta con los recursos materiales para llevarlo a cabo. Para esto primero revisemos el estudio de mercado.

Estudio de mercado.- Es necesario llevarlo a cabo si se cuenta con los recursos necesarios para la realización de nuestro proyecto radiofónico, de eso dependerá si vamos por buen camino. Ahora bien, los estudios de mercado indican un gasto adicional para la realización del programa de radio, es decir, se puede contar o no con dicho presupuesto, en dado caso que esto sea afirmativo, se recomienda que se lleve a cabo, ya que se podrá analizar a través de éste: gustos de la gente, preferencias, horarios, que tipo de programa gusta más, todo ello dependerá del público al cual nos vayamos a dirigir.

(11) DE QUEVEDO OROZCO, Ma. de Lourdes, ob. cit. p. 66.

Los estudios de mercado muchas veces no se llevan a cabo por su alto costo. Sin embargo, cuando no tenemos antecedentes del tipo de programa que deseamos proyectar y si contamos con el presupuesto necesario, es preferible realizarlo.

Finanzas.- Como ya se había indicado anteriormente, es necesario saber el presupuesto con el que contamos para la realización de nuestro programa, saber su costo y comercialización, entradas y salidas, ganancias, siempre y cuando sea un programa comercial, y que en el mayor de los casos sea patrocinado por una empresa.

A continuación presentaremos de manera resumida, algunos consejos que de Anda y Ramos nos da para unas mejores finanzas:

Es importante destacar el capital de inversión, donde se tomará en cuenta: los trámites de concesión, adquisición de inmuebles, adaptación, mobiliario, equipo técnico, sueldos y gastos para el personal; locutores, operadores, ingenieros, vendedores, papelería, agua, luz, predial, teléfono, etc. A partir de esto podemos declarar nuestro tiempo vendible.

Se recomienda hacerlo de la siguiente manera, de acuerdo a la Ley y Reglamento de Radio y Televisión, los comerciales pueden constituir sólo el 40 %, luego se le resta la mitad para no atestar de comerciales nuestra programación, quedando el 20 % de manera mensual. A partir de esto podremos determinar nuestra tarifa de tiempo vendible, que es igual a:

$$\text{Tiempo} = \frac{\text{Tarifa por minuto}}{\text{Gastos mensuales}}$$

También deberán tomarse en cuenta los parámetros de la inflación y los intereses. Las cuestiones financieras se harán a través de cuenta bancaria de preferencia. Para unas finanzas sanas se recomienda ahorrar en teléfono, correo, etc., y ver que tarifas son más convenientes. (12)

Cuestiones legales.

Después de haber hecho nuestro análisis del estudio de mercado y finanzas, se pasará a la cuestión legal, la cual no se puede descartar, pues si se desconocen éstas, se tiende a caer en cuestiones ilegales o a la violación de algunas leyes ya establecidas para la difusión de programación radiofónica, como a continuación apreciaremos. La cuestiones que requieran pagar impuestos se harán de manera oportuna para evitar sanciones y multas, sólo se manejarán cuestiones legales desde un punto básico y sencillo.

De acuerdo con La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) y su comisión General creó un reglamento de Administración de Radiodifusores, para cubrir carencias de los egresados de comunicaciones, como la cuestión legal: códigos, leyes y reglamentos ante Gobernación. A continuación mencionaremos sólo algunos de ellos. (13)

Legislación:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

(12) De ANDA y RAMOS, ob. cit. pp. 258, 259.

(13) De ANDA y RAMOS, ob. cit. pp. 260-262.

- Ley Federal de Radio y Televisión.
- Ley General de Derechos del Autor.

Laboral:

- Ley Federal de Trabajo.
- Ley Federal del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Ahora bien se tendrá en cuenta que las leyes, códigos y reglamentos que rigen la transmisión de programas radiofónicos cambian constantemente, por ejemplo el caso de la obtención de la licencia de locutor, que en un principio se tenía que realizar un examen de conocimientos de manera rigurosa, con la llegada de Zedillo a la Secretaría de Educación Pública y el gobierno de Salinas, esto se modificó, y la gente que tenía experiencia en locución o contaba con el respaldo de alguna empresa radiofónica, ésta misma le podía expedir la licencia de locutor ante la SEP.

Es decir, los locutores que contaban con la experiencia como tal, pero que por razones educativas o laborales no habían gestionado sus licencias de locutores, éstos la podían solicitar ante la SEP con el respaldo de sus respectivas empresas, porque ya contaban con la experiencia laboral como locutores, sin embargo, cabe aclarar que esto se puede modificar de acuerdo a nuestras autoridades, las empresas radiodifusoras, o la Ley Federal

de Radio y Televisión y la SEP. (14) Por que las leyes son modificadas de manera constante, como puede ser el caso de las que rigen el futuro de la radio en México.

También, es importante estar informados acerca de las leyes que nos respaldan como autores y actualizarnos en ellas, sobre todo si somos autores de guiones, obras musicales, que integran nuestros programas de radio, o si nosotros hacemos mal uso de obras que no son de nuestra autoría podríamos ser acreedores a una sanción, sobre todo si se lucra. (15) A continuación mostraremos todo lo relacionado con el equipo humano y material.

Staff creativo o equipo humano e instalaciones físicas.- En la producción de nuestro programa radiofónico es importante ver con que tipo de recursos humanos y materiales cuento, entre los primeros suelen destacar los siguientes: director o realizador, productor y asistente de producción, guionista, operador de cabina (técnico o ingeniero de estudio), musicalizador o efectista, jefe de redacción, reporteros, redactores, documentalistas, corresponsales, colaboradores, administrador, secretarias, telefonistas, recepcionistas, comentaristas, analistas, conductores, locutores de noticias, actores o

(14) Para más información consultar el Diario Oficial del 14 de octubre del 92 en su Artículo 169, sobre la base del Artículo 38 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, así como los artículos: 11, 84, 85, 86 y 89 de la Ley Federal de Radio y Televisión. En OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth y otros, ob. cit. p. 55.

(15) Para ahondar más sobre el tema, consultar LINARES, Marco Julio, ob. cit. pp. 241-249.

intérpretes, etc. (16)

Cabe mencionar que los **espacios físicos** irán enfocados al tipo de producción y de acuerdo al personal que se requiere o se necesita, éste deberá ser el adecuado, ni más ni menos, ya que el ahorro de personal hará que la producción radiofónica pueda ser mala. Así se podrá prever, también, los espacios físicos, como a continuación presentaremos.

Espacios físicos: De Anda y Ramos nos da una base a seguir en cuanto a nuestro espacio físico, según él: (17) se integra por el material que existe en el estudio y la cabina.

El estudio.- Espacio donde se graban las voces de los locutores, actores, invitados, se llevan a cabo las entrevistas, comentarios, debates. Los micrófonos pueden variar en cuanto número, pero mínimo debe de haber dos, éstos se pueden usar de manera fija, a la mesa, al piso, colgado al cuello, a una base móvil, los hay inalámbricos, los cuales se conectan a un pequeño transmisor.

Los micrófonos destacan por su sensibilidad, diseño, costo, fidelidad, material y **dirección**. De este último sobresalen los siguientes: unidireccional, bidireccional, omnidireccional. El estudio también puede contar con: atriles, parlantes, bocinas y cristales.

La cabina.- Se recomienda que esté a un nivel más alto que el estudio y así tener una mejor apreciación de éste. La cabina es el área técnica donde el operador y el director suelen estar, y cuenta con: consola (mesa de control o mezcladora de sonido), grabadoras, reproductores de discos compactos o compact

(16) Para saber más sobre el equipo humano en una producción radiofónica consultar las obras de Kaplún, De Anda y Ramos y de Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo, ya antes mencionadas.

(17) De ANDA y RAMOS, Francisco, ob. cit. pp. 307-311, 326-328.

disc (cd), el DAT (Digital Audio Tape) y minidisc.

Es importante destacar que los avances tecnológicos que se han venido dando en la radio son cada día más acelerados, y que así se han sustituyendo antiguos procesos de producción por los nuevos, como sería el caso de los sofisticados procesos o programas de grabación por computadora, donde se pueden arreglar o modificar voces, sonidos, música, efectos, etc.

Para disponer de la cabina es preferible un acomodo en forma de U para facilitar el uso del equipo, es decir, que el operador técnico tenga a su alrededor el equipo o los materiales de cabina para que los pueda manejar con mayor comodidad, y cuente con una mejor visión de ésta y así poder controlar a su vez el estudio. Conforme avanza la tecnología, ésta ha permitido avances en los estudios de radio de manera más digital, como es el caso de los nuevos "sistemas informáticos capaces de almacenar, producir, y editar sonidos digitales". (18) Destacan los siguientes:

- Compusónicos DSP- 1, 500, sistema de disco duro de audio de 400 mb, que puede almacenar hasta 105 minutos de música en estéreo.
- DAMS, se usa para sustitución de las cartucheras, para la emisión de cuñas publicitarias, su disco duro tiene una gran memoria capaz de encontrar cada punto de partida de reproducción en .5 seg.

(18) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo, ob. cit. pp. 41.

- El MTS, sistema que permite el control de una emisora desde una pantalla. El monitor incorpora un programa sensible al tacto para el dominio del programa.

Los reportes de ingeniería o mantenimiento son buenos, pues son de gran utilidad para la prevención o reparación del equipo técnico y el estar a la vanguardia. Los programas anticuados o viejos se revisarán, como son: cintas, discos, cd., cartuchos, dat, minidisc. Para finalizar este subcapítulo, por último, presentaremos algunos formatos que nos podrían ser útiles para la realización de guión, el cual se presentará posteriormente.

Programas y formatos.

Todo programa radiofónico se conforma de varios formatos, pero mencionemos primero los principales tipos de programas, los cuales destacan por su variedad, que en el mayor de los casos se programan de acuerdo al gusto del público, y no tanto por su calidad o función social, sobresalen los siguientes: cómicos, de concurso, deportivos, musicales, infantiles, de difusión, radioperiódicos, mesas redondas (panel y debates), radiorevistas o misceláneos, y dramas (radionovelas, radiocuentos, radioteatros), éstos últimos pueden ser unitarios o seriados. (19)

(19) Para saber más sobre tipo de programas y formatos consultar la obra de Kaplún, ya antes citada.

Como se puede ver hay gran diversidad de programas, sin embargo, del que hablaremos aquí, del cual presentaremos un ejemplo total en el capítulo cuatro, será de tipo misceláneo o radiorevista, este se puede complementar con sketches cómicos, premios, la difusión de notas informativas o música, mesas redondas, debates, dramas, todo de corta duración.

¿Pero que se entiende por programa misceláneo o radiorevista? Su inicio fue los llamados mosaicos o bloques de corta duración insertados en un programa de radio, ahora son secciones con personalidad propia, coordinados por un presentador -casi siempre lo dirige una pareja- que les da unión coherente. Tiene de todo un poco.

De acuerdo con Kaplún (20) nuestros programas se pueden complementar con los siguientes formatos: cápsulas, monólogos, charlas, diálogos, insertos: flash o avance informativo, etc.; editoriales, entrevistas, crónicas, radioreportajes. Los formatos se pueden mezclar o combinar para crear cosas nuevas. En el subcapítulo posterior se analizará el guión y sus distintos formatos.

(20) Para mayor información consultar KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 131-158, 252-268.

2.2. EL GUIÓN RADIOFÓNICO.

Aquí analizaremos lo que es guión y algunos de sus formatos más importantes, no sin antes mencionar que sus ejemplos se presentarán en el capítulo cuatro, ¿pero qué se entiende por guión?, en especial el radiofónico, que es en el cual nos enfocaremos en este apartado. En principio entenderemos que el guión es una guía práctica para la realización, en este caso, de una producción radiofónica, y que tiene varios tipos o formas, como a continuación no lo señalan algunos autores, entre los que destaca Mario Kaplún. (21)

¿Qué es un guión textual?.- Es una guía para todos los participantes de la producción radiofónica. Se manejan dos columnas principales: a la izquierda, de 15 golpes aproximadamente, se indica ¿a quién?: operador técnico, locutores, conductores, personajes, etc. A la derecha, de 52 golpes aproximadamente, lo que harán o dirán: parlamento, diálogo, las indicaciones o acotaciones (irán subrayadas o con mayúsculas); efectos de sonido, música, así como el nombre de los personajes. Se recomienda enumerar las líneas para que la gente participante no se pierda, hágalo a la izquierda o al principio. (Ver el ejemplo que aparece a partir de la página 100 de este trabajo).

El guión también lleva los créditos de producción, respetando los signos de puntuación, se escribirá a doble espacio y se dará una copia a cada participante de la producción. Del guión textual siempre se guardará un original con letra de buen tamaño, en hojas tamaño oficio, escritas de un sólo lado, en sus espacios se podrán hacer anotaciones.

(21) Consultar KAPLÚN, Mario, ob. cit pp. 281-301.

Las cifras y porcentajes irán de manera redondeada, ejemplo: 49.81 % por cerca del 50%. Y son aproximadamente 15 renglones por minuto.

El guión normal es de 28 renglones, su duración oscila entre los 2 minutos aproximadamente. El guión deberá de llevar los siguientes datos: nombre de la serie o programa y su número, fecha de grabación y transmisión, nombre del guionista y del productor, además de los personajes o voces, y los efectos especiales. (22)

Hasta aquí hemos visto las bases principales de lo que es el guión, en éste caso el textual, que es la base de los demás formatos de guiones; duración aproximada, conceptos, tamaño, los datos que lleva y su elaboración, que podrá tener varios tratamientos o etapas de desarrollo hasta lograr el propósito del tema, según lo señala Marco Julio Linares, quien recomienda no cortar las palabras. (23) A continuación se mencionarán algunos términos del guión, como los siguientes:

Bocadillo.- Intervención breve del locutor.

Parlamento.- Texto largo dicho por un mismo locutor.

También cabe señalar que de todos los guiones el que destaca es el dramático, el cual puede ser un escrito en diálogo o libreto de corte didáctico o formativo. Además, de estas formas del guión dramático, se debe señalar que la historia deberá de contener un conflicto por resolver, personajes con nombre propio, y no siempre habrá un orden de una

(22) OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth y otros, ob. cit. pp. 112, 116.

(23) LINARES, Marco Julio, ob. cit. p. 46.

escena a otra, es decir, se podrá comenzar por el final, ir del presente al pasado o a la inversa. Tampoco se deberá abusar del número de personajes y manejar bien los planos de cada escena, así como un buen final. Entre el uso de los narradores en un guión de corte dramático destacan los siguientes, según Kaplún.

El convencional.- Narra en 3ª persona, puede ser el autor en tiempo pasado, está en todo, pero sin formar parte de la trama.

El narrador personaje.- Está en primera persona y puede ser el personaje principal de la trama, actúa y relata a la vez.

Narrador testigo.- Suele hablar en presente y logra estar en las escenas principales, sin ser un personaje dramático. (24)

Se recomienda la selección de los contenidos a tratar para la realización de un guión textual o de contenido, que se inicia con la documentación o investigación, y así poder elaborar un esquema previo antes de iniciar la redacción, la cual será sencilla, pero sin caer en una mala sintaxis o redacción.

Por último, recuerde que la puntuación no es igual en radio que en prensa, de ahí que se sugiera más el uso del punto que de la coma y así permitir que el locutor pueda respirar más oportunamente. Dele una fuerza a su guión al principio y al final. Conozca las

(24) KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 371,372.

cuestiones técnicas de la producción radiofónica y sepa explicarlas en el guión. Permita la crítica de su guión y acepte sugerencias para enriquecerlo.

Después de haber presentado el guión y sus recomendaciones, así como los parámetros del guión textual y el dramático, presentaremos lo que se entiende por el guión técnico y del demo. **¿Qué es el guión técnico?**

Guión técnico.- Señala “las indicaciones técnicas precisas para la realización del programa”. Pauta o esqueleto del programa, según Miguel Ángel Ortiz. (25) Describe el repertorio de operaciones de la producción radiofónica, los elementos no verbales: música, efectos sonoros, grabaciones de voz, tiempos. Lo usan los operadores de sonido, realizadores, sobre todo para la postproducción. Ver el ejemplo de la página 122.

Documento que presenta las escenas que componen el desarrollo del argumento para radio, se dividen en planos sucesivos de manera numerada, señalando indicaciones, y como su nombre lo indica; es la técnica que nos permite realizar de manera cómoda nuestro programa, pues el guión técnico nos ayuda a organizar tiempos, segmentos, donde se colocarán los efectos de sonido, como la música que acompañará a las voces. (26) Pero revisemos lo que entendemos por el guión del demo.

(25) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchanalo, ob. cit. p. 51.

(26) BALSEBRE, Armand, ob. cit. p. 173.

Guión del demo.- Éste es el guión resumido y que se complementa de los dos anteriores: el textual o de contenido y el técnico, abarca las indicaciones textuales y técnicas de manera resumida, esto se hace a solicitud de las grandes empresas radiofónicas que lo piden antes de aprobar tal o cual programa, es decir, es una probadita de lo que será nuestro programa radiofónico.

Cabe a aclarar que la definición del guión del demo no debe confundirse con la del teaser, el cual sólo da a conocer lo que contendrá el programa durante cada emisión, a diferencia del guión del demo, que es en sí lo que contiene el programa, su estructura, tomando en cuenta el tiempo que estará al aire (pueden ser años), es la presentación del programa en general pero de manera resumida, donde se muestra lo mejor de éste, ya que por lo general se realiza con el fin de verder o promocionar el programa a empresas o patrocinadores privados.

El guión del demo no rebasará más de la cuarta parte de lo que será el programa original, por ejemplo si éste dura una hora, lo más seguro que nuestro guión del demo sea de 15 minutos. A continuación analizaremos algunos aspectos de la grabación, la edición y la promoción de nuestro programa radiofónico. Ver ejemplos del guión textual, página 100, y del guión técnico, página 122. Ambos se conjuntan para la realización de un demo, en este caso del programa de **Emisión Punto Radio**.

2.3. GRABACIÓN, EDICIÓN Y LA PROMOCIÓN DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO.

Cada vez más se están diferenciando dos campos en el mundo de la radio: por un lado las emisoras que transmiten, estaciones o emisoras de radio; por el otro, los centros de producción que realizan o suministran programas, casas de grabación o audioproductoras de radio. (27) Aquí se verá, de manera teórica, la función de los materiales de grabación y edición, para poder llevar a cabo la realización de un programa radiofónico antes de la promoción de éste. Primero comencemos por las partes esenciales de la grabación.

La grabación.- Después de la realización del guión se hará un comentario sobre el mismo, entre el director y su equipo de grabación antes del ensayarlo, es decir, se hará un repaso del guión bajo la supervisión del director, no necesariamente se hará en cabina sino hasta que se grabe. Si el director cuenta con un productor puede encargar a éste los ensayos y la producción del programa, si él lo considera pertinente o conveniente.

Después se hará el ensayo de micrófono, que será similar a como se grabará en el estudio. Los ensayos se pueden realizar un día antes de la grabación. ¿Para qué sirven los ensayos? Para prever posibles errores como: entonaciones, volumen de voz, música y efectos de sonido, distribución de micrófonos, tiempos, etc. Algunos pasajes se pueden grabar antes (pregrabados) y se insertan en la grabación final.

(27) KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 388.

Los errores que encuentre el director o el productor los anotará en el guión. El director evitará los baches o la distracción de sus locutores, que no se den en demasía porque coarta la inspiración de sus voces, sólo remarcará los necesarios. El director pondrá el ejemplo en todo, sin exigir demasiado, pero tampoco solapando todo. (28)

La grabación suele hacerse por planos, los más usuales se hacen en: primer (aquí), segundo (ahí) y tercer plano (allá), por ejemplo si se graba una escena familiar, la plática de los esposos podría ir en primer plano, la interrupción de los hijos en un segundo plano y los ruidos en la calle en un tercer plano. Para evitar el ruido de las hojas se les dará aire en su inicio, dejándolas (ligeramente) desplazadas para que se flexionen hacia arriba, así cada hoja se levantará con el pulgar, (29) y por último, recuerde que la grabación deberá respetar la textura del guión, para evitar rebasar el tiempo o quedarse demasiado corto.

La edición.- Después de haber hecho la grabación viene lo que conocemos como edición. Ésta inicia con el material grabado en frío, de preferencia voces y efectos de sonido por separado, luego se empalman adecuadamente a través de la computadora, pues como se mencionó anteriormente, con los nuevos sistemas o programas de computo que está de moda en radio no sólo se puede grabar, sino también editar y así poder corregir errores de voces, sonidos, efectos, etc. En el empalme evite que la música y los efectos de sonido opaquen las voces.

(28) KAPLÚN, Mario, ob. cit. pp. 438-443.

(29) De ANDA y RAMOS, ob. cit. pp. 336.

Los cortes durante la edición dejaron de hacerse de manera manual, ahora se realizan a través de los nuevos sistemas de computación, donde las grabaciones se pueden manipular cada día más, de una manera más sencilla y dinámica. Para empalmar partes grabadas, seleccione lo que va a quitar, pero que no se pierda el orden o la coherencia. Busque siempre el lugar adecuado para el corte, aprovechando pausas, silencios, respiraciones, etc., verifique que vayan bien pegados y no corte canciones si no conoce de música.

Para la edición final, ésta se podrá hacer en distintos materiales: cassettes, cd, DAT, minidisc. Esto dependerá del tipo de presentación o con que materiales queramos grabar nuestro programa. Para la producción, grabación y edición, se necesita manejar un lenguaje especial por todo el equipo de trabajo, ejemplos: *al aire* (comienzo de transmisión), *corte* (suspensión de una señal), etc. También se deberán conocer términos musicales y sonoros como se mostrarán a continuación.

La música: En radio se usa como signo de puntuación, para pasar de un asunto a otro y también tiene una función expresiva, descriptiva, reflexiva y ambiental. Sirve para situar al oyente en un lugar, tiempo, estados de ánimo de los personajes, cambios de escenas. Para uso o la combinación de la música y sus tiempos no hay reglas estrictas, pero sí se recomienda su uso adecuado.

Entre los términos más usuales en la música destacan los siguientes: *música o tema musical que identifica al programa, cortina musical, puente musical, ráfaga, música de transición, fundido o mezcla, golpe musical, el fade in, sleal in, fade out, sleal out y fondo musical o colchón* (música que queda o acompaña partes habladas a lo lejos, en tono más suave). (30)

Los sonidos: “Los sonidos que forman las palabras se les da una entonación... una intensidad, una expresividad diferente, de acuerdo con la forma de articular, el estado de ánimo, el origen geográfico y cultural”. También influyen la duración y el tono. El sonido puede ser expresivo, evocador, brillante, sombrío. (31)

El sonido en radio sería un mensaje sonoro continuo y significativo de ruidos elaborados por las personas, instrumentos musicales o de la naturaleza, clasificados según los repertorios de los códigos del lenguaje radiofónico, que se constituye de los demás sistemas expresivos de la palabra, la música y los efectos sonoros. Adornan las narraciones en radio, relatan e ilustran situaciones o gráficas sonoras y los términos más destacables son los siguientes: *crossfade, fundido o mezcla de voces*, entre otros recursos radiofónicos.

Para finalizar este capítulo hablaremos sobre la difusión o promoción del programa radiofónico, que es la parte final de este capítulo, porque como se dijo en apartados

(30) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo, ob. cit. pp.42-45.

(31) PAOLI BOLIO, Antonio. **Comunicación Publicitaria**. Trillas. México, 1988, pp. 49, 53

anteriores, de nada sirve un programa de radio si no se va a dar a conocer, para ello expóndremos algunos aspectos fundamentales, como los que a continuación se presentan.

Promoción de nuestro programa.- Se deberá contar primero con la carpeta de presentación, la cual deberá llevar las estrategias generales de: objetivos, difusión, reportes financieros, evaluación, necesidades, plan de trabajo, guión piloto, grabación del demo, curriculum o datos de la empresa. (32) En el capítulo cuatro se dará un ejemplo general y práctico de todo esto.

Después se procederá a la promoción de nuestro programa a través de patrocinadores, si nuestro propósito es comercializar el programa, se puede contar con varios patrocinios, a los cuales se les dará a conocer durante el espacio o guía comercial del programa: *cuñas, spots o promocionales, microespacios, publireportajes, jingles, etc.* (33)

Cabe destacar que; estos formatos también se pueden emplear para el uso de la promoción de nuestro programa en los diversos medios de comunicación: radio, prensa, televisión y cine, la cual correrá a cargo de los patrocinadores, quienes se encargarán de ella o la misma radiodifusora en la cual se transmitirá el programa.

La promoción del programa hará un llamado a nuestro público para captar su atención con frases contundentes y recursos sonoros de alta expresividad. Es importante la presentación del programa de manera argumentativa y justificada, pues el éxito de un programa se mide por los famosos ratings, que son las escalas de las preferencias de los

(32) De QUEVEDO OROZCO, Ma. De Lourdes, ob. cit. pp. 92.

(33) ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marclamaló, ob. cit. pp. 143-147.

radioescuchas sobre ciertos programas.

Nuestro programa puede ser competitivo o no, eso dependerá del fin que se persiga, se buscará que éste sea: único, exclusivo, de buena producción, atractivo y de lo mejor, sin necesidad de competir con los demás de una forma afanosa o manipuladora, como el robar el auditorio de otra programación similar.

Para el manejo de la publicidad ésta no se debe de exceder, guardando su ética, ejemplo: un programa médico no deberá anunciar cigarros o bebidas alcohólicas. Antes de estructurar la promoción del programa, se deberá conocer bien al público al que pretendemos llegar, sus carencias, gustos, deseos, necesidades, preferencias. Tratarlo bien, de ello dependerá el éxito de nuestro programa.

Nunca se debe dar por sentado que el público ya conoce las características del programa, por último, se estudiará a fondo el medio radiofónico en el que trabajamos, sus alcances, limitaciones, posibilidades. En el capítulo siguiente analizaremos los procesos de la producción radiofónica de corte cristiana, sus valores, conceptos e historia.

CAPÍTULO 3

LOS VALORES DIFUNDIDOS A TRAVÉS DE LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE CORTE CRISTIANO.

*“La ley de Dios.- No es impositiva; es
libertad perfecta, es libertad
consciente.” (1)*

Entre las principales funciones con que cumplen los programas radiofónicos de corte cristiano, aparte del conocimiento de los conceptos bíblicos y de Dios, es la difusión de los valores, sin importar la edad, el sexo o la condición social, siempre procurando respetar los valores o creencias de algunas asociaciones religiosas que participan en la radio y en otros medios de comunicación.

Ya que es importante evitar: “todo tema que pueda lesionar la libertad humana de profesar cualquier creencia religiosa y, aun cuando el tema trate en forma polémica, esto deberá hacerse respetuosamente”. (2) Debe tomarse en cuenta que, cuando se tocan temas religiosos casi siempre causan polémica, al igual que los temas políticos y económicos.

(1) De ANDA y RAMOS, Francisco, ob. cit. p. 451.

(2) Según el convenio firmado en 1967 por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Radiodifusión, Sociedad de Autores y Compositores de Música, Asociación Nacional de Intérpretes, Sociedad Mexicana de Autores de Teatros S.A. Asociación Nacional de Anunciantes A.C. Asociación Nacional de la Publicidad. En ANDA y RAMOS, Francisco, ob. cit. p. 82.

Para que exista un ambiente de cordialidad en materia religiosa en los medios de comunicación, es de vital importancia la tolerancia religiosa y los derechos humanos. Los medios de comunicación pueden generar cambios en las personas, pero es difícil cuando el individuo presenta resistencia en sus "creencias, mitos, juicios, costumbres, prejuicios, supersticiones", religión, etc. (3)

Sin embargo, no es nuestra intención enfocarnos a estos asuntos, sino sólo al papel que juegan los programas radiofónicos de corte cristiano dentro de la difusión de valores, que no sólo se enfoca a un público netamente cristiano. Que a continuación se describe.

En el presente capítulo se presentarán algunos datos de lo que se entiende por el concepto **cristiano**, pues éste se ha venido manejando desde su inicio en la producción de un programa de corte cristiano, y evitar la confusión que se le ha dado en comparación con el concepto que la iglesia católica maneja. Esto se dará de manera breve.

Se presentará el trato que el cristianismo da a los valores desde un punto radiofónico solamente, para ello se presentarán algunos ejemplos de programación cristiana que fomentan y trabajan con la promoción de los valores en la radio, tal es el caso de **Ministerios de Amor y Alcance Victoria**, entre otros.

Por último se presentarán los alcances que ha tenido la programación cristiana en México y en el resto del mundo. En el siguiente subcapítulo apreciaremos el concepto **cristiano** al cual pretendemos enfocarnos.

(3) Kaplún, Mario, ob. cit. p. 41.

3.1. CONCEPTOS E HISTORIA BREVE DEL CRISTIANISMO.

El analizar el concepto del cristianismo, el cual queremos presentar aquí, nos tendremos que remontar a los parámetros bíblicos, pero debido a la gran extensión que esto implica, es necesario manejarlo lo más breve posible. ¿De dónde surge este concepto del cristianismo? Para esto es necesario conocer en Antiguo Testamento, la creación del Universo por Dios y la promesa a un hombre "Abraham" de que sus descendientes serían la gran nación, en la actualidad el pueblo judío, en relación con sus medios hermanos del mundo árabe.

Por supuesto que esto no se podrá tocar aquí por su gran extensión, sino que partamos de la venida del Hijo de Dios "Jesucristo" para salvación de la humanidad, quien al manifestar su gloria logra seguidores, entre ellos los doce discípulos, quienes practican las enseñanzas de su maestro en lo que antes era el mundo antiguo o de los tiempos de Jesús, así surgiría la Iglesia Antigua y "se les llamó cristianos por primera vez en Antioquía" (4), por seguir las enseñanzas o ser seguidores de Cristo Jesús. Surgiría así el Nuevo Testamento a partir del Antiguo o del Judaísmo.

En ese momento la iglesia sufriría persecuciones, como los conocidos sacrificios o matanzas de cristianos devorados por leones en la época de Nerón y el Imperio Romano,

(4) Libro de los Hechos, cap. 11, versículo 26. **La Santa Biblia: Antiguo y Nuevo Testamento** (Versión Reina Valera). Edición Letra Gigante. Sociedades Bíblicas Unidas de México, 1960, p. 1379.

quien justificaría estos asesinatos culpando a los cristianos de haber quemado la ciudad de Roma, pero dichas persecuciones finalizan con la llegada de Constantino, quien hace un edicto en Milán en el año 313. Así surgiría un nuevo concepto del cristianismo y la nueva era del papado, y que incluso muchos señalan a Constantino como el primer papa y no a Pedro como la Iglesia Católica lo ha manifestado, ésta sería así la nueva representante de la cristiandad.

¿Pero dónde quedaría la Iglesia Antigua o la iglesia perseguida? Ésta no desaparece del todo y surgiría tiempo después con pensadores como Justino, Cipriano, Tertuliano, entre otros. Sin embargo, los bárbaros invaden el Imperio Romano del 410 al 476, así llegaría la famosa **Edad Media**, que da división al Imperio Romano: el de occidente, quienes hablaban latín y quien sufrió más las consecuencias del barbarismo, que el oriental, donde se conservó la lengua griega. (5)

También, llegaría o cobraría fuerza el islam, que poseyó territorios de importancia para el cristianismo, entre los que destacan: Jerusalén, Antioquía, Alejandría, etc. Pero a su vez, en el occidente del imperio romano surgieron los francos con su líder Carlomagno, quien fue coronado en el año 800 como emperador. En el año 950, la Rusia antigua se convierte al sistema del Imperio Bizantino o lo que era el antiguo imperio romano, con su capital en Constantinopla. Durante dicha época crece el sistema feudal.

(5) GONZÁLEZ, Justo L. *Bosquejo de Historia de la Iglesia*. AETH (Asociación para la Educación Teológica Hispana). USA. 1995, pp. 8-11.

En 1095 se dan las cruzadas, la guerra entre moros y católicos fue a muerte por el poder económico y religioso de la zona. Constantinopla cae en el año de 1453, al igual que el feudalismo, también a ello se sumo la peste, la guerra de los cien años, sobre todo entre Inglaterra y Francia, este segundo cobra fuerza en el sistema de los papas. Aún así llegaría la modernidad, en especial en los tiempos de la Reforma, con personalidades como: Jerónimo Savonarola, Lutero, Calvino y otros grandes de su época, quienes se manifestaron en contra de los nuevos reglamentos de la actual representante de la cristiandad. (6)

En esta época surgirían las 95 tesis de Lutero en protesta a la Iglesia Católica y el sistema de los papas, de ahí el concepto de **protestante** a todo aquello que fuera en contra de la Iglesia Católica. También se dio la guerra de los Treinta Años, 1618-1648, la ejecución del rey Carlos I de Inglaterra y la fundación de la Nueva Inglaterra en América, y a la vez su independendencia, la revolución francesa, la independendencia de las colonias Latinoamericanas, el liberalismo, la democracia, la modernidad, etc.

En 1870 se declara infalible al sistema del **papa**, según el Concilio del Vaticano, provocando que el cristianismo católico se restringiera a la modernidad, a su vez el cristianismo oriental o la Iglesia Ortodoxa, surgida de lo que fue el imperio romano oriental, sufre grandes cambios con la revolución rusa y el marxismo. Pero a su vez el cristianismo protestante, que es en el cual nos enfocaremos en el presente trabajo, cobra fuerza por todo el mundo a pesar de las dos guerras mundiales vividas, sobre todo en Europa, y las luchas libertarias en América. (7)

(6) (7) GONZÁLEZ, Justo L. ob. cit. pp. 14-17, 20-23.

El concepto cristiano al cual nos referimos desde el inicio del presente capítulo es el referente al que surge en la época de la Gran Reforma, que divide a la Iglesia Católica a través de las reformas de Martín Lutero y sus 95 Tesis, así surgiría el protestantismo, en la actualidad lo que se conoce como Iglesia Evangélica con sus distintas denominaciones: pentecostal, plesbiteriana, bautista, etc.

Se debe tener en cuenta que el concepto cristiano es muy común en nuestros días, independientemente del uso que le da la Iglesia Católica y la Ortodoxa, que junto con la Protestante son de las más reconocidas en cuanto al uso del concepto **cristiano**, porque estas surgen después de Cristo, de la Iglesia Antigua o de los Apóstoles, como se mencionó anteriormente (de manera breve): su división, su evolución o transformación.

Si bien el concepto cristiano es de uso común en nuestros días, como es el caso de la gran variedad de religiones surgidas en la actualidad: Testigos de Jehová, los Mormones, los Adventistas del 7° Día, la Luz del Mundo, etc., todas ellas usan el concepto cristiano como propio, pues todo aquello que menciona a Jesucristo se le llama cristiano. Sin embargo, hablar de ello es un tema extenso y digno para varias tesis o tratados, porque hablar de religión es un tema de nunca acabar, como también lo son: la política y la economía.

Por eso sólo mencionaremos brevemente, de cómo el medio cristiano evangélico o protestante comienza a trabajar con la radio en distintos países del mundo, aclarando que México es uno de los más atrasados en ello, en un principio por ser una minoría religiosa,

así como la poca importancia que en un principio le dieron los evangélicos a los medios de comunicación en el pasado siglo, sin dejar de mencionar la poca preparación de éstos en cuanto a medios masivos se refiere.

Es necesario aprovechar los medios, en este caso la radio, ya que como evangélicos-protestantes no le hemos dado la importancia a las libertad de culto con que se goza en este país, y que se ha venido gestando desde la época de Juárez y las Leyes de Reforma, propuestas y llevadas a cabo por él, a partir de ello en México se quita el poder hegemónico con el que contaba la Iglesia Católica en relación con el Estado y que en la actualidad, a partir del gobierno salinista, se quiere volver a recuperar.

Sin embargo, la libertad de culto con la cual cuenta México es un derecho que no debe perderse, independientemente de las mayorías o minorías religiosas de nuestro país. A continuación se apreciará la difusión de los valores dentro de la programación radial cristiana-evangélica o protestante.

3.2. PROGRAMAS RADIOFÓNICOS CRISTIANOS COMO DIFUSORES DE VALORES.

Antes de pasar a explicar como funcionan los programas de corte cristiano en la difusión de valores, determinaremos lo que significan los valores en relación a las cualidades o virtudes de las personas. “Los valores son absolutos, independientes de cualquier estimación subjetiva, situados fuera del tiempo y el espacio. Son además susceptibles de jerarquización, y a cada uno de ellos corresponde un desvalor negativo, ejemplo: bondad-maldad”. (8)

Suelen hacerse clasificaciones de los valores, por ejemplo: útiles (lo conveniente); vitales (lo sano); lógicos o teóricos (lo verdadero); estéticos (lo bello, la armonía); éticos (lo bueno o lo justo); religiosos (lo santo, la unidad); políticos (el poder); económicos (utilidad). Según Lersch, los valores de sentido espiritual o trascendentes se subdividen en:

- 1.- Sociales y asistenciales (amor, bondad).
- 2.- Morales o normativos (verdad, lealtad, justicia, deber u obligatoriedad).
- 3.- Valor supra-temporal y eterno: lo absoluto, Dios buscado en el arte, la filosofía y la religión. Se liga más al ser con el valor, Dios creó al hombre a su imagen, según el relato de la creación, Gén. 1: 1-31., dándole un valor de bueno.

(8) Enciclopedia Universal DANAE. Vol. 3. Ed. Océano, 1980, p. 2125.

El estudio de los valores como ciencia se inicia con Lotze, después con Meinong, Ehrenfelds, también destacan las escuelas de Brentano, la de Baden, junto con la de Max Scheler y Nicolai Hortmann. (9) Los valores sirven de normas y se les considera como ideales por los que se lucha, pueden influir en la conducta del ser humano y no se estudian de manera directa. Pero que dicen algunos grandes pensadores acerca de ellos:

"Algo vale cuando no es indiferente". García Morente.

"Los valores sirven a la moralidad del ser humano". Scheler.

"Un valor es una convicción en base a la cual un hombre actúa libremente". Allport.

"Un valor es la convicción perdurable de que un modo específico de conducta, es preferible a uno opuesto o contrario". Rokeach. (10)

Habrán valores más importantes o menos importantes para cada individuo de acuerdo a su sentir. Éstos se evalúan o se juzgan de acuerdo a las normas de una sociedad y si son obligatorios serán universales. Los valores influyen en los individuos, para ser a su vez modificados por éstos. Conforme aprendemos de la vida adquirimos valores y otros los dejaremos perder.

Si bien es cierto que: los valores se han estudiado a través de la historia fue a partir de mediados del siglo XIX, con la Axiología, que los valores se integran como estudio a la

(9) Enciclopedia Didáctica Universal. Vol. 4, 2ª ed. Calabria. Barcelona, 1982, p. 1601.

(10) REICH, Ben y Christine Adcock. Valores, actitudes y cambios de conducta. Continental. México, 1980, pp. 19.

filosofía, en especial a la ética y la estética. Los valores son difíciles de definir debido a la gran diversidad de percepciones que tiene la gente sobre los mismos.

El valor no es ajeno a la valoración, es decir, se dice que el valor es subjetivo al no escapar de la valoración que se da de acuerdo a los parámetros de cada individuo, según su cultura, historia, creencias, condición económica, política y social, aunque el valor por sí mismo pueda ser objetivo o independiente, en especial los objetos materiales. Los fines tendrán objetivos y éstos a su vez valores.

Los valores son independientes, ejemplo, la traición de alguien no cambiará el valor de la amistad. Sólo nuestro conocimiento de los valores es relativo más no los valores mismos. La jerarquía de los valores se da por intuición emocional a través de las preferencias y no a las elecciones de cada individuo. El preferir es empírico y el elegir apriórico. (11)

Los valores superiores son los eternos, los espirituales unen y “todos los valores se fundan... en los valores supremos que son, para Scheler, los religiosos”, por la satisfacción que dan. Para Scheler “la verdad no pertenece al universo de los valores”, porque la verdad es Dios mismo, de quien se derivan valores como lo santo, la fe, la adoración, la veneración. (12)

Para el Dr. Roger Birkman, definir a los valores es difícil porque se tiende a juzgar desde ciertos puntos, donde los conceptos que se tienen de ellos son la experiencia personal de la gente, pero difíciles de aplicar en sociedad, sin embargo, se podría definir a los

(11)(12) FRONZIZI, Risieri. *¿Qué son los valores? Introducción a la Axiología*. Breviarios del F.C.E. México, 1958, pp. 94, 97. 100-101.

valores como “las elevadas normas que influyen sobre nuestras actitudes, comportamientos y estilos de vida”, por ejemplo, cómo definir valores familiares cuando la percepción de lo que es una familia no es clara, por ello para Birkman: es más factible definir lo que no es valor, como a continuación describe: (13)

1. No confundir los valores genuinos con opiniones.- Si bien todos poseemos valores, también tenemos opiniones sobre éstos mismos, ejemplo, si para una persona el amor es lo mejor para formar una familia, para otros puede ser la disciplina.

2. No confundir valores genuinos con definiciones pobres de esos valores.- Por ejemplo, en Navidad se habla de amor, paz, unidad, bondad, sin embargo, para la mayoría de la gente esto sólo se ha vuelto una costumbre, porque en el fondo se sigue odiando, envidiando, mintiendo, etc.

3. No confunda valores genuinos con su propia percepción de los mismos.- Por ejemplo, podemos percibir a dos personas de éxito en una empresa, una trabaja bien en equipo, la otra funciona mejor por sí misma, pero se le tacha de rebelde, sin embargo, nos podemos equivocar, ya que la primera pudo tener éxito gracias al equipo que le rodea, y la segunda tiende a ver más allá de lo que la gente normal ve porque es como las águilas (las águilas pueden volar solas y más alto que otras aves), así que no podemos saber si en realidad una empresa funcione mejor con un águila o un miembro más del rebaño.

4. No confunda valores con necesidades.- Cada ser humano tiene valores y necesidades propias, sin embargo, habrá necesidades básicas, como suelen ser las fisiológicas, y aún nuestras necesidades pueden contradecirse con nuestros valores. Por eso es importante conocernos, porque si mis necesidades son distintas a las de otro individuo, también los valores serán distintos, por ejemplo, algunas personas enfocarán más sus valores a sí mismos, otros hacia los demás, porque las necesidades e intereses son distintos.

(13) BIRKMAN, Roger. **Los colores de la personalidad.** Ed. Caribe. USA, 1997, pp. 189-201.

Debemos de entender que los valores van más allá de lo que pensamos, pero eso no quiere decir que los valores cambien, el amor siempre será el amor, aunque algunos lo confundan con el sexo. Los valores se inician en el seno familiar, luego se pueden adquirir otros conforme el individuo interactúa en su entorno: escuela, iglesia, trabajo, amigos, etc., Algunos valores ya adquiridos se pueden llegar a modificar o hasta cambiarlos por otros, esto dependerá de la solidez de nuestros valores.

Debemos entender que nos podemos equivocar y que no debemos encasillar a los demás en los mismos parámetros que los nuestros, sino mejor entender y retomar lo bueno de cada ser humano que nos rodea, y si nosotros podemos contribuir en algo positivo para sus vidas "bienvenidos los valores". Hasta aquí la cuestión teórica de los valores.

Sin duda alguna la promoción de los valores es algo común dentro del cristianismo, sin embargo, sólo nos enfocaremos a comentar aquellos ministerios radiofónicos, se citarán sólo algunos ejemplos que difunden y practican la difusión de los valores, en especial los cristianos o apegados a Dios, los cuales son relativos de acuerdo a la percepción humana, lo que para algunos es bueno para otros no.

Sobre todo ahora que se pretende implementar las clases religiosas como algo obligado por parte de la ONU, porque han creído que la promoción de las diversas religiones fomentan los valores, según información que se vertió "desde Barcelona, España, se informa que un equipo interconfesional de la Asociación UNESCO por el Diálogo Interreligioso está proponiendo una asignatura religiosa de una hora por semana, donde los profesores deben de dedicar el mismo entusiasmo y tiempo a cada religión (a estudiarse en

el siguiente orden): hinduismo, budismo, cristianismo (ortodoxo, catolicismo e iglesias surgidas de la Reforma), islam y humanismo no religioso como fuente de valores". (14)

Sin embargo, cabe preguntarse si esto es bueno o malo, quizás la idea sea buena, pero que pasaría en los países donde sólo predomina una religión, el caso México donde la religión mayoritaria es la católica, por ejemplo, se podría caer en intolerancia religiosa, lo factible es que si se profesa una cierta o determinada religión y si ésta cuenta con centros educativos, lo más sensato es que se opte por estudiar ahí, para el reforzamiento de determinada fe y sus valores.

Entre los valores que fomentan los programas radiofónicos cristianos destacan los siguientes: servicio, fidelidad, humildad, integridad, compasión, obediencia, perdón, amor, sabiduría, justicia, amistad, misericordia, bondad, responsabilidad, entereza y el compartir, todos ellos con el fin de ayudar a la gente a superar problemas de: drogas, alcoholismo, prostitución, enfermedad, avaricia, pobreza, desempleo, desorientación juvenil, tendencias al suicidio, etc., bajo los parámetros divinos de Dios.

Entre los ministerios más destacados en el medio radiofónico cristiano se encuentran: El trabajo con los niños de la calle; el de los jóvenes drogadictos o con otro tipo de vicios o desorientación; ministerios en cárceles y hospitales, como es el caso de la

(14) Noticiero Milamex. Vol. XXXII. No. 368, junio del 2001. Dir. Juan Isaías. *La UNESCO propone estudiar religiones*, p. 6.

atención a enfermos de SIDA; ayuda con alimento, vestido, educación, vivienda, y medicamentos a personas, tal es el caso de desastres naturales (inundaciones, terremotos, etc.); justicia en derechos humanos y libertad religiosa, sobre todo a los indígenas; atención a problemas familiares, como el caso de la violencia interfamiliar; ayuda a personas de la tercera edad; gente discapacitada, entre otros. Aquí veremos algunos ejemplos de ellos.

* **Ministerios de Amor.**- Ante el abuso físico y sexual que sufren los niños de la calle y la indiferencia de quienes debieron amarlos, de nuestras autoridades y de la sociedad en general, Ministerios de Amor surge como una necesidad de llevar una esperanza de amor a estos niños desamparados y necesitados de ayuda física y emocional.

Su objetivo o misión es: Rescatar a los niños de la calle para brindarles un techo y un hogar donde vivir. Transformándolos en gente productiva, de bien y reintegrarlos a la sociedad, ofreciéndoles un mundo lleno de oportunidades. Atiende alrededor de 500 niños en cerca de 15 albergues que tiene en toda la República.

¿Cómo surge Ministerios de Amor? A partir de 1988, Cecilia Pezet, actual presidenta y la vicepresidenta, Mercedes Méndez (ya fallecida), comenzaron a llevar ropa, alimento y medicamentos a familias pobres de Palo Alto, Cuajimalpa, México, proyecto que se llamó *Alimenta a mis pequeños*, esta ayuda y labor aumentó, llamándose después *Los niños de nadie*, ya para 1990 se fundaría como *Ministerios de Amor A. C.*

Ministerios de Amor recibe ayuda a través de donativos voluntarios y en la actualidad cuenta con un programa radiofónico en 1440, Programación Voz de Paz, de 13:00 a 15:00 P.M., los domingos, conducido por la Directora de Ministerios de Amor. Debido a su incansable labor a recibido importantes premios, entre los que destacan los siguientes:

1991.- Cuatro premios Heraldos y un Círculo de Oro por sus campañas sociales.

1995.- Un Círculo de Plata por sus comerciales para TV. "Aspiraciones" y "¿Qué quieres ser de grande?"; y un trofeo de la Asociación Nacional de la Publicidad por el comercial "Él podría ser".

1997.- Cecilia Pezet recibió un importante premio a su labor, que otorga el programa Sábado Gigante.

Ministerios de Amor, independientemente de que se funda como asociación civil, surge bajo parámetros bíblicos o cristianos, ya que sus fundadoras, una ya fallecida, Mercedes Méndez, la otra, Cecilia Pezet, actual presidenta, ambas cristianas o con creencias cristianas, tuvieron la visión de ayudar a los niños de la calle, brindarles el amor de Dios, los valores bíblicos-cristianos, pero como no sólo de pan vive el hombre, ya sea físico o espiritual, se necesitó de ayuda material: comida, vestido, un hogar físico.

Las fundadoras de Ministerios de Amor comenzaron a recibir esta ayuda material de parte de Iglesias y Ministerios Cristianos, los cuales dan un seguimiento espiritual a los pequeños, quienes asisten a los servicios que estos centros brindan a sus congregantes.

Aunque en la actualidad Ministerios de Amor se ha convertido en una Asociación Civil muy reconocida en México, no ha dejado de seguir recibiendo ayuda espiritual y material de los distintos grupos cristianos, como es el caso de las congregaciones del estado

de Morelos y del D.F., aunque sería grato destacar el apoyo que le ha dado La Barra Cristiana Voz de Paz en Radio Noticias 14:40, la cual ha cedido espacios radiofónicos para dicha asociación, donde el público, en su mayoría cristiano, brinda no sólo un apoyo espiritual sino material a su presidenta y a sus niños.

Cabe mencionar que Cecilia es una de las principales fundadoras de La Marcha de Gloria que se realiza en la ciudad más grande del mundo México, donde gran parte de los grupos evangélicos se reúnen para dar gracias a Dios durante la Semana Santa. A los niños de Ministerios de Amor se les enseñan desde los parámetros más sencillos de la vida cristiana, como el caso de orar por los alimentos, hasta otros de mayor compromiso, como el de ayudar a nuevos niños que viven una situación similar a como ellos vivieron.

*** Alcance Victoria de México A.C.-** Trabaja con personas que tienen problemas con las drogas, el alcoholismo, la prostitución. Cuenta con casas de rehabilitación en la capital del país, su área conurbana y el resto del país. Alcance Victoria proporciona ayuda familiar, espiritual y de trabajo, es decir, se les dan las herramientas físicas, morales y espirituales para que salgan adelante. Los orígenes de Alcance Victoria fueron los Ángeles California, trabajan con personas de ambos sexos y se mantiene a través de donativos voluntarios.

Actualmente cuenta con un programa radiofónico en Radio Chapultepec, que se transmite todos los viernes a partir de las doce P.M. *“Rescatando los tesoros de la obscuridad”*, conducido por Raúl Moreno, en conjunto con Rock Records *“Sin Paredes”*, los días lunes a las 11 de la noche, donde se comparten testimonios, sugerencias y ayuda a gente que tiene dichos problemas.

***Adulam A.C.-** Trabaja similar que Alcance Victoria y transmite los domingos a las 8:30 hrs., en Radio Chapultepec. Además, se enseña y capacita a los jóvenes a que aprendan algunos oficios, como de imprenta, fumigación, eventos sociales, shows de payasitos, con la posibilidad de poner sus propios negocios.

Dentro del cristianismo hay ministerios similares a Alcance Victoria y Adulam A.C., pero no enfocados a la radio o medios de comunicación, tal es el caso de *Tesoros Escondidos, Casa de Regeneración para drogadicotos y alcohólicos, A.C**. Estos ministerios no dejarán de tener parámetros cristianos, en primera porque sus fundadores son cristianos evangélicos, la ayuda física, material y espiritual proviene principalmente de los distintos grupos protestantes del país e incluso de otros países, como los Estados Unidos, pero lo destacable aquí es la apertura de la radio dentro de la programación cristiana para la difusión de esta labor que realizan estos grupos, como el de brindar un apoyo físico-moral a aquellos que lo necesiten.

*** Presos... pero libres por Jesús, cantos de libertad desde la cárcel.-** Ministerio dedicado a llevar palabras de esperanza a aquellos que viven una esclavitud física, pero que pueden experimentar una libertad y gozo a través de Cristo Jesús en sus vidas, transformándolos.

Este Ministerio es dirigido por Miguel Ángel, un cristiano preso, y que desde su interior ha experimentado la dicha de la libertad espiritual a la cual Cristo Jesús nos llama. Desde la cárcel compone cantos que él mismo interpreta y debido a los buenos resultados que se han dado, no sólo con los presos de la cárcel, dicho ministerio se ha difundido cada vez más en los programas de radio de corte cristiano. De gran ayuda para los presos, sus familiares o gente que tienen amigos o conocidos en las cárceles de nuestro país.

Como se puede apreciar, podríamos hablar de más ministerios radiofónicos de corte cristiano y su difusión de valores, que no sólo son reconocidos por medios cristianos sino también seculares, tanto nacionales como internacionales, tal es el caso de la comunicadora cristiana hispana, *María Miranda*, quien recibió uno de los honores más altos en comunicaciones, por la sobresaliente producción de los valores familiares en el contenido de sus programas radiales, al recibir dos estatuillas "Ángeles de Plata" por la International Angel Awards, que son patrocinados por Excelencia en los Medios de Hollywood. (15)

Cabe mencionar que la programación radiofónica cristiana, también promueve el deporte, la cultura, etc. pero como el tema de este subcapítulo fueron los valores presentados en los programas radiofónicos de corte cristiano, no podemos profundizar sobre ello. Por último, en el apartado posterior presentaremos la constitución de la programación de radio cristiana en México y el resto del mundo, pero desde una perspectiva básica, sencilla y general.

(15) Noticiero Milamex. Vol. XXXII. No. 365, 31 de marzo del 2001. Dir. Juan Isais. *Hispana recibe premio de comunicaciones*. P. 4.

* Información proporcionada por los ministerios radiofónicos cristianos que se citaron.

3.3. PRINCIPALES ORGANISMOS REPRESENTANTES DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DE CORTE CRISTIANO.

Sin duda alguna hay muchos programas de radio de corte cristiano en México y el resto del mundo, los cuales no sólo fomentan la fe cristiana, sino que también cumplen con una función social que el medio radiofónico permita, como la difusión de los valores.

Hay gran cantidad de programación religiosa que "aprovecha el espacio radiofónico para aconsejar a los creyentes y profundizar en las sagradas escrituras o para hablar de manera analítica sobre las religiones que practica el hombre". (16) Sin embargo no se puede abarcar toda, de ahí la necesidad de hacer sólo una presentación breve y general del tema.

En este subcapítulo presentaremos algunas de las principales organizaciones que representan a la programación de corte cristiano, esto lo haremos de manera breve y muy sintetizada, para ello hemos decidido dividirlo en tres apartados: zona metropolitana, zona nacional y por último zona internacional, como a continuación apreciaremos:

Zona Metropolitana.

La Verdad te Hará Libre.- Es un ministerio radiofónico cristiano, con el fin difundir valores a través de conceptos bíblicos. Tiene la capacidad de elaborar desde un

(16) *El Universo de la Radio*, verano-otoño de 1997, año 2, vol. 2, no. 5. *Gula Radiofónica*, p. 33.

simple spot hasta toda una programación radiofónica de corte cristiano o secular. Además de contar con la asesoría y relaciones públicas de medios cristianos y seculares, algunos de ellos se presentarán a continuación. Esta empresa proporcionó el material del programa de **Emisión Punto Radio**, del que se dará a conocer un ejemplo en el capítulo cuatro. *

1440, Radio Noticias.- Es una radiodifusora perteneciente al grupo **Siete**, la cual transmite programación cristiana todas las noches, destacando la barra cristiana *Voz de Paz*, que inicia desde las cinco de la tarde del sábado y finaliza hasta las cinco de la mañana del día lunes. *

Radio Chapultepec.- Cuenta con una programación cristiana de las ocho de la noche a las siete de la mañana, de lunes a viernes, y con la posibilidad de aumentar su potencia a 25 000 watts para poder llegar a otros estados como: Estado de México, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Hidalgo y Querétaro.

Además de su enfoque cristiano, se ha encargado de capacitar a jóvenes en el área artística (conducción, actuación), técnica y periodística en los medios de comunicación, así como en leyes. También se llega por televisión, durante 3 horas diarias, en el canal 10 de la ciudad de Altamirano, Guerrero, y quizás logre entrar en el canal de **Televisión Cultural Tierra Caliente** del mismo estado. *

Zona Nacional.

ENICCE (Encuentro Nacional de Informadores y Comunicadores Cristianos).-

Es un organismo que se encarga de aglutinar a medios radiofónicos de corte cristiano y otros medios: prensa, cine, video, televisión. Este organismo surgió a partir del año de 1998, con la necesidad de unir a los principales representantes de los medios de comunicación cristianos del país y su transmisión de conocimientos.

Actualmente cuenta con relaciones importantes con personal cristiano y secular de otros medios nacionales e internacionales, como *Comunicadores por México (COMAC)* y la *Asociación Cristiana de Periodismo (ACP)*, sobre todo en los encuentros que cada año organiza a fines de octubre y principios de noviembre. (17)

Zona Internacional.

BBN (Bible Broadcasting Network).- Cuenta con alrededor de 90 radiodifusoras y retransmisoras cristianas en los Estados Unidos de Norteamérica, como la *RRB (Red de Radiodifusión Bíblica)*, que compró en 1968 en Norfolk, Virginia. Tiene un gran equipo técnico y humano de calidad, donde se transmite programación de contenido cristiano. *

RBC Ministries (Clase Bíblica Radial).- Se fundó en 1938 en Michigan, USA, y logra transmitir en cerca de 150 estaciones de radio cristiana de los Estados Unidos de Norteamérica, en Latinoamérica (ALAS, América Latina Vía Satélite) y España. Transmite valores a través de la Biblia y cuenta también con una televisora, prensa y librerías. *

(17) *1er. Directorio Nacional de Comunicadores.* ENICE, COMAC y ACP. México, 1998. p.2.

Radio Voz Cristiana.- Se ubica en Miami y logra llegar al Caribe, Centro y Sudamérica vía satélite. Cabe mencionar también a **Paraíso 88.3 FM "Tu Nota de Amor en Miami"** y **Caracol Radio.** *

COICOM (Congreso Iberoamericano de Comunicadores y Medios Masivos Cristianos).- Se fundó en 1992 en Santa Cruz, Bolivia, con y para comunicadores cristianos, para unirse y transmitir sus conocimientos. Cada año logra reunir a gran cantidad de comunicadores cristianos de radio y otros medios de comunicación a nivel mundial, en un punto o sede determinada de algún país miembro. *

ALAS.- Cadena Satelital de Radio a Nivel Latinoamérica, conjunta alrededor de 60 emisoras en 15 países del continente, y trabaja en conjunto con Radio Trans Mundial y la HCJB, la Voz de los Andes, surge a partir del Primer Encuentro de Comunicadores y Medios Masivos Cristianos COICOM 92. Tiene la capacidad de abarcar casi todo el continente americano a través del satélite INTELSAT, llegando a estaciones de corte cristiano y secular. Cuenta con una línea de confianza, productoras y distribuidoras para difusión de conceptos de carácter bíblico.*

HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice), La Voz de los Andes.- "Es una impactante emisora que la iglesia evangélica posee en Quito, Ecuador, y que transmite para todo el mundo en alrededor de 25 lenguas y con un equipamiento envidiable", (18) cubriendo cerca del 70 % del mundo.

(18) HAYE, Ricardo. **Hacia la nueva radio.** Paidós, México, 1995. p. 43.

Su gran capacidad radiofónica le permite cumplir con una labor social y de servicio en el ámbito mundial desde 1931, en salud: cuenta con varios hospitales, sobre todo en el Ecuador; y en educación, con su propio Centro Cristiano de Comunicaciones desde hace más de 15 años, así como su propia televisora.(19) En la actualidad trabaja conjuntamente con Radio Al Mahabba (Radio Amor) y Ministerios Mundiales Árabes (AWM), para cubrir con su programación los países árabes y asiáticos. (20)

La Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas (WACC), región América Latina y Caribe.- Tiene sede en Buenos Aires y representa el ala progresista de los comunicadores cristianos. En su último congreso logró reunir a comunicólogos de todo el mundo, el cual se celebró en Amsterdam, Holanda, 2001. (21)

Pacífico-Comunicaciones.- No sólo tiene un sistema radial, sino de televisión y prensa. Se encuentra en la capital peruana y donde además de predicar la fe del evangelio, da a conocer la cultura, la educación y el entretenimiento. Cuenta con un club, una línea de

(19) Para mayor información consultar *Una visión compartida, La historia de la HCJB, La Voz de los Andes*. World Radio Missionary Fellowship, Inc. Ecuador, Quito, 1991, 235 pp.

(20) Noticiero Milamex. Vol. XXXII. No. 370, 31 de agosto del 2001. Dir. Juan Isais, *Radio HCJB amplía transmisión a árabes*, p. 7.

(21) *América Nueva, estruendo de una generación*. Año 3. No. 35, septiembre del 2001. *El Congreso mundial de la WACC (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana) reunió a más de 350 comunicadores cristianos de todo el mundo*. Sección E o Hechos, p. 1.

confianza, que la enlaza con su público, y un grupo de niños cantores de reconocimiento internacional. (22)

En el medio cristiano se proclamó en 1983 como “el Año Mundial de las Comunicaciones” (23) , debido al auge que ha tenido la programación de corte cristiana en distintos medios masivos de comunicación. Como se puede apreciar, los programas de radio de corte cristiano siguen avanzando dentro de lo que es el área metropolitana, destacando los proyectados en 14:40 y Radio Chapultepec.

Cabe señalar que los espacios dados a la programación cristiana, por las anteriores estaciones de radio, se da bajo el perfil económico, es decir, tanto Radio Chapultepec, como 14:40, cedieron espacios a la programación de corte cristiano en sus horarios de menos ratings o nocturnos, los cuales para ellos no representaba ninguna ganancia económica pues los niveles de audiencia son mínimos, de ahí la apertura a la programación de corte cristiana, la cual representa para los dueños o directivos de dichas estaciones de radio una ganancia económica segura y que antes no tenían.

Como se pudo apreciar, la programación cristiana en México es mínima comparada con la de otros países de Iberoamérica, quizás debido al contexto histórico de nuestro país, el cual tiene en su mayoría la religión católica y que es a partir del siglo pasado que en México se da una mayor libertad de creencias, ya se había mencionado que a partir de las

(22) Pacífico, *Asociación Cultural Ondas del Perú S.A.* Dir. Pedro Ferreira García. Lima, Perú, octubre de 1997, págs. centrales.

(23) VOS, Howard F. *Breve historia de la Iglesia Cristiana.* 7ª ed. Publicaciones Portavoz Evangélico. USA, año 1999, pp. 152-153.

* Información proporcionada por las empresas radiofónicas citadas.

Reformas de Juárez se quita en cierta medida el poder que la Iglesia Católica mantenía con el Estado desde la conquista española, y que el proceso de apertura a otras religiones en nuestro país ha sido lento, tal es el caso de la fe cristiana-evangélica.

Además a esto, le agregamos que ha sido a partir del siglo pasado que los medios masivos de comunicación surgen, se podrá entender porque el cristianismo evangélico no había puesto su visión en éstos, ni mucho menos hacer uso de ellos, ya que las leyes de radio y televisión no impiden el uso de algún medio masivo de comunicación por alguna asociación de culto religioso, siempre y cuando se haga buen uso de dichos medios.

Los productores de radio en México están recibiendo la ayuda y asesoría de los diversos organismos internacionales en medios masivos de comunicación como es el caso de COICOM, mencionado en este apartado, y el cual ha decidido realizar su próxima reunión de comunicadores cristianos en nuestro país, para este 2002, en la ciudad de Puebla.

Así concluimos este capítulo, en el cual se abordaron conceptos religiosos, como el del cristianismo-evangélico o protestante, para evitar comparaciones con el concepto cristiano que manejan otras religiones, así como algunos datos del trabajo realizado en la programación cristiana de México en comparación con otros países.

No se puede abordar hechos históricos de la religión cristiana porque no es el objeto de estudio del presente trabajo, porque como se dijo anteriormente hablar de religión es un tema extenso similar al de la política y la economía del mundo, y nuestro objeto de estudio es la realización de un programa radiofónico de corte cristiano, y del cual se dará un ejemplo en el posterior a capítulo.

CAPÍTULO CUATRO

PROGRAMA RADIOFÓNICO DE “EMISIÓN PUNTO RADIO” (e-mision. radio).

Se ha venido hablando de lo que significa la radio, su función social y como medio de comunicación, sus características, su realización (producción y postproducción): proyecto, guiones, grabación, edición y promoción, que es lo que se planteará en este capítulo, pero ya con un ejemplo más concreto de lo que es un programa radiofónico de corte cristiano, en este caso de **Emisión Punto Radio (e-mision. radio)**, el cual explicaremos a continuación.

Cabe aclarar que también se apreció lo que significa el concepto cristiano, su historia, así como la difusión de valores a través de la programación radiofónica de corte cristiano, sin descartar la importancia de éstos dentro de la vida nacional e internacional, tanto en el medio cristiano y su constante apertura a otras latitudes, en cuanto a medios de comunicación se refiere. A continuación presentaremos el proyecto radiofónico de **Emisión Punto Radio (e-misión. radio)**.

4.1. ELABORACIÓN DEL PROYECTO RADIOFÓNICO DE EMISIÓN **Punto RADIO**.

Después de enfocarnos a lo que se verá en este capítulo y de haber dado las bases de lo que es un proyecto radiofónico, se presentará el proyecto del programa de **Emisión Punto Radio (e-misión. radio)**. Esto se hace con el fin de exponer el contenido del programa radiofónico. Como se apreció anteriormente, todo proyecto de programa de radio inicia con el o los objetivos, sobre la base de un público objetivo. En el caso del programa radiofónico de **Emisión Punto Radio** serían los siguientes:

Objetivo.- Presentar un programa radiofónico de corte cristiano, dinámico, que difunda los valores a sus radioescuchas en bases o parámetros bíblicos.

Público Objetivo.- El público de **Emisión Punto Radio (e-misión. radio)** no necesariamente tiene que ser cristiano, también lo podrá escuchar aquel público que tenga necesidades emocionales y espirituales. El público será de ambos sexos y estará enfocado a una clase media-baja. La edad será joven-adulta del área metropolitana. No debemos olvidar que nuestros radioescuchas son individuos y almas eternas.

La selección del título de Emisión Punto Radio.- Cuando surgió la idea del programa radiofónico de **Emisión Punto Radio (e-misión. radio)** se sugirieron diversos títulos, todos elegidos con gran entusiasmo, sin embargo, se seleccionó el de **Emisión Punto Radio (e-mision. radio)** por diversos motivos:

1- Por el hecho de transmitir en radio diversas emisiones o mensajes, de ahí el nombre de Emisión o e-mision.

2.- Porque la palabra Emisión (e-mision) contiene la palabra misión, y es nuestra misión como cristianos transmitir el mensaje de salvación y amor de Dios al mundo.

3.- La palabra Emisión también contiene la palabra sión o Sion, que significa Monte de Dios, palabra que se menciona infinidad de veces en la Biblia.

4.- El (.) se le agregó para darle un toque más juvenil y moderno, retomando lo que son las nuevas direcciones de correo por internet, que están muy de moda.

Así se eligió el título del programa, de manera sencilla, entendible y sin rebuscamientos, acorde a nuestras pretensiones. Cabe aclarar que se ha escrito varias veces e-mision. radio, que en sí es el nombre original de **Emisión Punto Radio**. Pero debido a los problemas visuales (por aquello de las faltas de ortografía) y fonéticos (donde el punto no se lee en radio), es preferible seguirlo llamando **Emisión Punto Radio**, que es en sí la pronunciación correcta. El "e-mision. radio" se usa sólo para su promoción publicitaria.

Los tiempos.- Muchas veces como productores de radio deseáramos los mejores horarios para nuestros programas, los de mayor raiting, sin embargo, en la práctica esto no resulta ser del todo así por diversos motivos; en primera porque los horarios de alto raiting ya están ocupados por los propios dueños de las estaciones de radio o por diversos

monopolios empresariales. De ahí la necesidad de comenzar por lo menos factible, donde el talento se tendrá que imponer.

Entre las cuestiones de oposición para la transmisión de programación cristiana en México, son: que somos un país de mayoría católica, y que la programación cristiana no es comercial; los medios de comunicación, como la radio, no están abiertos a este tipo de programación. Entre las posibilidades para lograr ganar espacios son las siguientes:

1.- Lograr pagar los espacios radiofónicos que venden los dueños de las estaciones de radio y sus diversos monopolios.

2.- Hacer programación comercial similar a la que realizan los grandes monopolios, de reintings y ganancias económicas estables.

3.- Hacer programación de excelente calidad, logrando alcanzar el gusto de directivos y empresarios radiales, pero con la suficiente inteligencia para no olvidarnos de nuestros principios éticos-cristianos, es decir, hacer programación secular o comercial de calidad, pero que a su vez no dañe nuestra imagen.

4.- Acomodarnos a los espacios ya logrados, tal es el caso de 14:40 y Radio Chapultepec, las cuales ya cuentan con programación cristiana más estable y con un público cristiano cautivo. Esto dentro de los espacios de las barras radiofónicas de corte cristiano.

Emisión Punto Radio es un programa cristiano que salió del aire para mejorar y así poder retransmitirse en el área metropolitana y en otros países de Latinoamérica. Éste se transmitió por Radio Chapultepec a la 11:00 P.M., con la duración de una hora, los viernes, es un programa a lo cual de Anda y Ramos llama de secuencia cíclica, a pesar de los factores en contra, en cuanto a horario, contaba con un público cautivo, ya que la programación de Radio Chapultepec tiene un público cristiano base.

Esto se da porque la población evangélica en México está creciendo y al no haber programación cristiana, a los evangélicos no les importa desvelarse y aprovechar los pocos espacios de programación cristiana que hay, como el caso de Radio Chapultepec y 14:40

Tipo de grabación.- Emisión Punto Radio cuenta con espacios grabados y otros en vivo, es decir, se hacen partes ya grabadas y editadas en la cabina del Ministerio Radiofónico de la Verdad te Hará Libre, como rúbricas, skeches, secciones de corta duración, comerciales o spots publicitarios, entrevistas grabadas, música, etc. La parte en vivo se hace cuando el programa está o se encuentra al aire: entrevistas a invitados, comentarios, como podría ser el caso de una transmisión a través de la estación de Radio Chapultepec.

Estilo del programa.- Es estilo de **Emisión Punto Radio** es de corte cristiano, con un toque juvenil, dinámico, ágil, pero sin caer en lo vulgar.

Tipo de programa y formato.- Emisión Punto Radio es un programa tipo misceláneo o de radiorevista, mencionados en el capítulo dos, el cual se complementa de formatos distintos, como entrevistas, notas informativas, sketches, reportajes, música, dramatizaciones, paneles, cápsulas, monólogos, charlas, en especial las testimoniales, diálogos. Esto se apreciará en la estructura del programa, que a continuación expóndremos.

Estructura del programa.- El programa de **Emisión Punto Radio** cuenta con diversas secciones, las cuales giran a un tema determinado, por ejemplo, si el tema a tratar es la sexualidad o las drogas, las secciones girarán en torno a esos temas, pero si hay algo importante que sacar al aire se hará aunque no tenga nada que ver con el tema a tratar de esa emisión, cada una de ellas cuenta con su propio encargado y voces, las cuales se enlazan por conductores principales, en este caso una pareja. Todo esto lo coordina el productor. **Emisión Punto Radio** se compone de las siguientes secciones o apartados:

El sketch.- Se inicia con una pequeña parodia sobre el tema a tratar en el programa.

Presentación.- Es la presentación del programa y de los conductores.

Comentarios.- Son los comentarios de los conductores, locutores e invitados sobre el contenido del programa, de llamadas telefónicas, saludos o premios.

El Retro.- Se da brevemente lo que aconteció en el programa anterior, con el fin de que el oyente que se perdió o no escucho dicho programa pueda saber de que se trató, y así poder enlazarlo con el nuevo programa.

El teaser.- Se da a conocer lo que contendrá el programa.

El Editorial.- Es el punto de vista del productor sobre el tema a tratar en el programa.

Orígenes.- Aquí se narran hechos históricos de la humanidad.

Encapsulado punto Radio.- Es la sección musical del programa, donde no sólo se toca música, como el Top-Ten o el Mano a Mano, sino se pasan entrevistas y puede contar con su propio invitado especial.

El tema musical.- La producción de la Verdad te Hará Libre se encarga de elaborar un tema musical (breve) en relación al tema del programa.

Caras vemos y su historia no sabemos.- Se da a conocer la vida y obra de personajes importantes.

Realidades.- Es la parte informativa del programa.

Frases Célebres.- Se leen algunas frases, en especial las dichas por personajes importantes.

El Testimonio.- Aquí se invita a alguien que narre sus experiencias en Dios.

Especialistas.- Se entrevista a alguien que conozca el tema a tratar en el programa y así complementar la información, con la vertida por el invitado especial.

En la calle.- Se presentan entrevistas muy breves de la opinión de la gente sobre el tema a tratar en el programa.

OLE (Obras Literarias Espirituales).- Se leen algunos fragmentos poéticos de obras literarias reconocidas a nivel mundial.

Tips.- Se dan consejos prácticos sobre el tema que se trató el programa a modo de conclusión.

Sugerencias.- Se presentan o se dan a conocer algunos eventos o lugares culturales.

Spots o comerciales.- Es el espacio de la publicidad de los patrocinadores.

Nota.- Las **rúbricas** no se mencionarán aquí, pues éstas se presentarán en el guión textual del programa de **Emisión Punto Radio** en el subcapítulo posterior.

Estudio de mercado y finanzas.- Para la proyección del programa de **Emisión Punto Radio** no se realizó un estudio de mercado debido a su alto costo, así como el hecho de entrar a una barra radiofónica de corte cristiana, que en gran parte cuenta con un público cristiano cautivo y que en cierta forma ya conocemos. Los estudios de mercado se recomiendan para los proyectos nuevos, es decir, cosas novedosas y desconocidas para el público y lo cual puede ser un éxito. Para **Emisión Punto Radio** no fue el caso, sin embargo, los estudios de mercado no se deben descartar del todo.

En cuestión de finanzas, los presupuestos surgen de los propios socios del Ministerio Radiofónico de la Verdad te Hará Libre, así como de los principales patrocinadores del programa de **Emisión Punto Radio** y de las propias facilidades de los directivos de la Barra Cristiana de Radio Chapultepec, quienes a su vez se tienen que apegar a las decisiones de los dueños de la Estación de Radio.

Esto se da porque dentro del cristianismo-evangélico todo proceso de trabajo para Dios se le da el nombre de ministerio, aunque en el fondo sea una empresa. También, cabe aclarar que en Radio Chapultepec se da la coordinación de la barra cristiana a través de acuerdos con los dueños de la estación. Sin embargo, la coordinación de la barra cristiana en radio Chapultepec queda bajo la dirección de cristianos-evangélicos.

Cabe señalar, que cuando el programa no es sostenible, ni por los productores, patrocinadores o dueños de la estación, ya sea por motivos económicos o políticos, es mejor salir del aire. La salida de **Emisión Punto Radio** de Radio Chapultepec fue por motivos económicos. A continuación veremos los costos de producción y comercialización, sobre la base del equipo humano y material de la Verdad te Hará Libre para el programa de **Emisión Punto Radio**.

Equipo humano.- Para la producción del programa de **Emisión Punto Radio** la Verdad te Hará Libre cuenta con: una directora, un productor general y varios encargados de cada sección del programa, a manera de distribuir el trabajo de una manera más equitativa, un técnico de cabina, además del que la propia estación de radio facilita durante la transmisión del programa en vivo, un administrador, varios guionistas, reporteros, colaboradores, secretarias y locutores.

El equipo humano del programa de **Emisión Punto Radio** no se limita a una sola función, sino a dos o más, dependiendo, por ejemplo, en este caso el productor es el mismo que administra el ministerio.

El equipo físico y técnico.- Para la grabación de **Emisión Punto Radio** se cuenta con las oficinas de la Verdad te Hará Libre, la cual tiene su propia cabina, esta cuenta con: estudio y sus respectivos micrófonos; así como una consola de 16 canales, bocinas, sistema computarizado para grabación, grabadoras, un DAT, minidisc, reproductora para cds y cassettes, caja de efectos, discografía cristiana y secular, servicio de internet.

Para cubrir los gastos del personal humano y material se obtiene de los diversos socios del ministerio, de los patrocinadores o de diversas iglesias cristianas evangélicas, sobre todo aquellas a quienes pertenecemos los miembros del ministerio, así como el cobro de diversos trabajos publicitarios que la audioproductora realiza a diversas empresas cristianas y seculares. Por último mencionaremos algunas cuestiones legales.

Cuestiones legales.- De acuerdo con la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, en su artículo 21, “no establece limitación, explícita ni implícita, para la transmisión de programas con contenido religioso”. Tampoco se “impide exclusivamente a las asociaciones religiosas, la posesión de concesiones para la explotación de estaciones de radio, televisión o cualquier otro tipo de telecomunicación y adquirir, poseer o administrar cualquiera de los medios de comunicación masiva”. (Artículos 16 y 29).*

En Ley Federal de Radio y Televisión, en su reglamento, no contiene impedimento alguno para la transmisión de programas con contenido religioso a través de la radio, aunque si se deberá pedir permiso a la Secretaría de Gobernación, de acuerdo a su Artículo

*Información proporcionada por COMAC (Comunicadores por México).

18, apartado 7. (1)

En el caso del programa de **Emisión Punto Radio** no hay ningún problema, pues tiene acuerdos con algunas estaciones de radio, las cuales cobrarían cierta cantidad de dinero por el tiempo de transmisión del programa, y éstas a su vez deberán cumplir con todos los requisitos establecidos ante Gobernación, la Ley de Radio y Televisión, la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, etc.

De ahí la importancia de usar las leyes en los medios de comunicación masiva como una herramienta básica, no sólo para ejercer la tolerancia religiosa en cuestiones cristianas, sino de otra índole, en cuestión de justicia y derechos humanos. Pero pasemos a revisar los distintos guiones del programa de **Emisión Punto Radio**, no sin antes mencionar que **Emisión Punto Radio** es un programa de corte cristiano hecho para cristianos, pero del cual se ha buscado hacerlo más juvenil y menos religioso.

Sin embargo, es necesario analizar y revisar como lograr dicho propósito sin ofender al público, porque aunque sea juvenil no deja de ser cristiano, la otra posibilidad es la realización de un programa para un público no cristiano donde se preste ayuda al público. También, es conveniente decir que los guiones que a continuación se presentan son del demo del programa, es decir, se esbozan trozos o pequeñas partes de éste, de acuerdo a su esencia o importancia.

(1) Boletín informativo de la Subsecretaría de Asuntos Religiosos. Año 1. No. 1, octubre del 98. Subsecretaría de Gobernación. Dir. Roberto Blancarte. *Nuevo reglamento de la Secretaría de Gobernación*, p.8.

4.2. ELABORACIÓN DE GUIONES DE EMISIÓN PUNTO RADIO.

Después de la elaboración del proyecto radiofónico de **Emisión Punto Radio** se procede a la elaboración de guiones, en este caso no se realizará un guión textual y técnico de un sólo programa, sino el guión textual y técnico del demo del programa, es decir, un resumen del programa y su esencia, ¿por qué? Debido al poco espacio con que se cuenta en el presente trabajo.

Elaborar todo el guión textual de un solo programa nos abarcaría demasiado espacio, pues el programa de **Emisión Punto Radio** es de una hora, para ello hemos preferido elaborar el guión técnico y textual del demo del programa, que abarcará alrededor de la cuarta parte, además, se buscará contener lo mejor de toda la programación de **Emisión Punto Radio**. Iniciaremos con el guión textual del demo, el cual se presentará de manera numerada y resumida, si es necesario explicar algo se hará.

En este guión se apreciarán los contenidos básicos del programa de **Emisión Punto Radio**, que se conforma de distintos apartados o secciones, las cuales se enumeran para que en el guión técnico, que después apreciaremos, se puedan comparar y así facilitar su grabación y edición.

Cabe destacar que en ambos guiones se muestran las secciones que ya fueron grabadas con anterioridad, sólo se seleccionaron y se colocaron de manera ordenada, de acuerdo a las características que debe guardar el guión del demo. Pero a continuación presentaremos ambos guiones.

GUIÓN TEXTUAL DEL DEMO

PROGRAMA RADIOFÓNICO DE EMISIÓN PUNTO RADIO (e- misión. radio).

Directora General: Jael Sánchez.

Productor General: Luis Javier Arias Ugalde.

Guión a cargo de: Víctor Rosas Martínez.

Operador Técnico: David Torres.

1 Rúbrica del programa **Emisión Punto Radio**, una revista al aire, donde encontrarás: música, reportajes, entrevistas y lo que a tí te interesa, habrá promociones divertidas donde podrás participar, para nosotros lo que cuenta es tu amistad.

2 Sketch: (EFECTOS DE ELEVADOR SUBIENDO).

Jael Sánchez: UHF, justo a tiempo, ahora si voy a llegar a tiempo a la cabina, otro poco y no llego (EFECTO DE ELEVADOR QUE SE ATORA), ahora que pasó (EFECTO DE ELEVADOR ATORADO).
¡Oh, no! Se atoró el elevador, no puede ser, poli, poli, estoy atorada (GRITANDO).

Voz de policía: Señorita, aguántese un ratito, se fue la luz, no más regresa y la sacamos.

Jael: Oiga ayúdeme, ya tengo que entrar al aire (GRITANDO).

Narrador: Mientras tanto en el salón de la junta de producción (EFECTOS DE UN GONG) escuchemos a nuestros amigos antes de, hum, iniciar el programa. (RISAS).

Productor: Ya párenle a su reloj, todos a sus lugares ya vamos a salir al aire, suuhh, no hagan ruido (eco de Jael pidiendo ayuda).

Jael: Auxilio, Armando, sácame de aquí, no puedo respirar, me estoy ahogando.

Voz de niño: Rescatemos a Jael.

Voz de niña: Oh sí, ya lo veo, vamos por Jael...

Voz fresa: Órale, se va a poner buenísimo, o sea, necesita de nosotros.

Voz de Armando: Sí, mi súper-reloj nos guiará a ella (EFECTOS DE RUIDOS EN LA OSCURIDAD), a la derecha... Mejor a la izquierda. Ya, ya la tengo.

Voz de niño: No, ese no es el elevador.

Todos: Jael te vamos a sacaaar.

Eber: Hazte a un lado (EFECTO DE CRISTAL QUE SE ROMPE).

- Jael: Cuidado, noo, aquí estoy, no me vayas a cortar...
- Productor: Mira por aquí podemos pasarle el micrófono. Cuatro, tres, dos.
- Armando Torres: Estás escuchando tu programa **Emisión Punto Radio**. Soy Armando Torres y nuevamente les damos la más cordial bienvenida, junto con mi amiga, bueno, desde el elevador, Jael Sánchez, ¿como estás ahí? (RISAS).
- Jael: Bueno amigos. Esto es **Emisión Punto Radio**, yo soy tu amiga Jael Sánchez y si usted conoce a alguien que pueda abrir este elevador, por favor comunicase con nosotros porque me urge salir de aquíí.
- 3 **Sostenido:** Emisión, Emisión, **Emisión Punto radio**, el único producto alternativo.
- 4 **Presentación.** PROGRAMA Y LOCUTORES:
- Armando: Bueno amigos les tengo una buena noticia, Jael si pudo salir del elevador, ¿Qué se siente estar ahí Jael?
- Jael: Que te cuento, me he llevado el susto de mi vida, pero mejor comencemos, esto es **Emisión Punto Radio**.
- Armando: Así es Jael, pasemos a nuestro editorial.

Jael: Claro, aquí abordaremos el tema a tratar en nuestro programa.

Armando: "La traición", vamos con nuestro productor Luis Arias.

5 Editorial: Si tú has sido traicionado y te pagaron como no esperabas y
Luis: sobre todo de quien menos pensabas. Es difícil que vuelvas a confiar...

...debes volver a creer en algo, pero sobre todo en el autor y consumidor de la fe, que es **Jesucristo**, porque de otra forma, lo que creas y veas será sólo apariencias y engaños.

6 Comentarios: DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael: ¿Qué te pareció la editorial de nuestro productor?

Armando: Bien, pero de ello nos platicará más adelante nuestra invitada Lucien Bretón.

Jael: Eso sí, pero vayamos a nuestra siguiente sección de "Orígenes".

7 Sección de Orígenes: RÚBRICA: Explora su pasado, entiende su presente, conócete.

Tania Sandoval: Antes de la llegada de los españoles a México había diversos

grupos indígenas, que alcanzaron un alto grado de cultura, estos grupos eran nómadas, uno de ellos provenía de un lugar llamado Aztlán, al norte de Mesoamérica, que se estableció en la cuenca de México. Según una versión, en el año 1116 salió un grupo de mexicas en busca de un lugar para establecerse y fueron guiados por su sacerdote Mexitli o Huitzilopóchtli, al cual se le consideró como un dios y se le rindió culto después de su muerte. Después de mucho peregrinar, en el año 1325 llegaron a un islote, donde encontraron la señal que su dios les había dado, el águila sobre un nopal devorando a una serpiente, decididos se establecieron en ese lugar y le pusieron por nombre Tenochtitlán, en honor a Tenoch el sacerdote que en ese momento los dirigía...

8 Comentarios:

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael:

¿Qué te pareció Armando esta historia?

Armando:

Interesante, porque me recuerda al pueblo hebreo cuando fue sacado de la tierra de esclavitud, en Egipto, y ser llevado a la tierra que su Dios les prometió.

Jael:

Claro Armando, una tierra donde fluía leche y miel, pero ahora Vayamos a nuestra sección de:

Armando: **Caras vemos y su historia no sabemos.**

9 Sección bibliográfica: RÚBRICA: Caras vemos y su historia no sabemos, conoce a los personajes más importantes del mundo.

Raúl Millares: (PARTE DRAMATIZADA) A un Dios muy poderoso, Oculto y no conocido, es el creador de todo el universo. Él sólo puede consolarme en mi aflicción y socorrerme en tan grande angustia, a él quiero como mi ayudador y amparo.

Voz femenina: Estas palabras fueron expresadas por un gobernador muy importante de la época prehispánica.

Voz masculina: Él se distinguió por ser un gran poeta, legislador, sabio, y un gran constructor de Texcoco, llevó a cabo el primer parque zoológico y un jardín botánico en América.

Voz femenina: Además, se preocupó por las ciencias y las artes de su tiempo.

Voz masculina: Este ilustre mexicano es nada menos que:

Voz femenina: Acolmiztli Netzahualcóyotl. Rey del señorío de Texcoco.

Voz masculina: Que significa: brazo o fuerza de león y coyote hambriento.

Voz femenina: Reconoció que había un solo Dios, causa de todas las cosas, Omnipresente y dador de la vida.

Voz masculina: Tuvo gran vínculo con la Gran Tenochtitlán, participó en numerosas guerras, pero estuvo en desacuerdo con los sacrificios humanos.

Voz femenina: Se apartó del culto a los dioses de la religión oficial, para ello construyó un templo junto al de Huitzilopóchtli en Texcoco, sin ninguna imagen, en honor a Tloquenahuaque, el invisible e impalpable como el viento, el inventor de sí mismo.

Voz masculina: Por ese temor, Dios le permitió adquirir sabiduría para gobernar al pueblo de Texcoco y ser el consejero oficial de la Gran Tenochtitlán, Clavijero lo reconoció como el Salomón de estos pueblos y a Texcoco como la Atenas de México.

10 Comentarios:

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael: Amigos ya volvimos, ¿pero notaste algo Armado?

Armando: Si, que Netzahualcóyotl fue un gran gobernante en Texcoco y terminó creyendo en un solo Dios, estaba en contra de los sacrificios humanos, y muchos estudiosos lo llegaron a llamar el Salomón de América.

Jael: Pero vayamos con la entrevista que Josué nos tiene preparada.

11 Especialistas:

RÚBRICA: La opinión de un especialista.

Josué

¡Hola!, soy Josué Campos y está conmigo la psicóloga y terapeuta Olga Verona, doctora ¿para usted qué es la traición?

Dra. Olga Verona:

Falta de confianza a la fidelidad de una persona, es un acto de engaño y pérdida de valores, hay distintos tipos de traiciones..

Josué:

¿Qué deben hacer las personas que traicionan y son traicionadas?

Dra. Olga Verona:

Primero prevenir, pero si no se puede, la persona que sabe que traiciona, la cual tendrá ese acto reprimido, deberá arrepentirse para quitarse la culpa que no le deja. Saber perdonar y perdonarse así mismo es lo mejor para tener paz.

Josué:

Agradecemos a la doctora Olga Verona, reportó para **Emisión Punto Radio** Josué Campos.

12 Comentarios:

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Armando:

Interesante la entrevista verdad Jael.

Jael:

Por supuesto Armando, pero para ahondar más sobre el tema, contamos con la presencia de Lucien Bretón. Quien profundizará más sobre el tema.

Armando: Bienvenida doctora, ¿qué es la traición?

Lucien: La palabra traición viene de la palabra tradición, que significa transmitir, como es el caso de las tradiciones que van de generación en generación, tal es el caso de creencias inculcadas en la gente desde su niñez.

Jael: ¿Cómo la historia de los Reyes Magos y Santa Claus?

Lucien: Claro, desde niños la gente se acostumbra a la mentira y aprenden a vivir en y con la mentira. Se les condiciona desde pequeños a la mentira y ésta genera más mentira. Según el dicho “los niños y los borrachos” dicen siempre la verdad, o como dice la Biblia: “los niños desean la leche no adulterada”, es decir, “la verdad” y desde pequeños se les miente con tradiciones como la creencia en los Reyes Magos, hasta poder caer en la alta traición.

Armando: Algún ejemplo:

Lucien: La primer mentira fue: no moriréis, dicha a Eva por Satanás, consecuencia de una traición en los cielos, donde Satanás, quien es el padre de mentira y su fin es matar, destruir y robar, traicionó a Dios. Traición es faltar al honor que se nos confiere de algo, pero antes nos traicionamos a nosotros mismos y luego a los demás, lastimándonos unos a otros.

Jael: ¿Pero por qué traicionar?

Lucien: Por ambición, para alcanzar un nivel superior y estar por encima de los demás, de ser o querer más.

Armando: ¿Cuál es la solución?

Lucien: Un genuino arrepentimiento, para no quedarnos solo en un remordimiento, pues la ley de la siembra y cosecha no la podemos cambiar, si sembramos mentira recogeremos mentiras, pero si sembramos verdad recogeremos verdad. Hay que ser tierra fértil, para que la semilla de la **verdad**, que es Jesucristo, fructifique en nuestras vidas.

Jael: Por cierto, Jesucristo fue altamente traicionado en su estancia en este mundo, la gente a la que alimentó y sanó al final le gritaron "crucifiquenle".

Armando: Hasta los apóstoles que habían prometido estar siempre a su lado, al final lo dejaron, sin embargo, al resucitar **Jesús** los buscó, demostrando su gran amor a la humanidad.

Lucien: Pues sí, la verdad no duele pero incomoda, por eso nuestra confianza debe de estar en Dios y no en la gente, la cual, lo más seguro es que nos traicione, por eso Jesús acudía constantemente a su Padre Celestial.

La vida es un reto y antes de ver que es lo que la gente me hace, debemos de hacer un análisis del daño que nosotros le hacemos a la gente, y aprender a vivir en la **verdad** y ésta nos hará verdaderamente libres.

Armando: Gracias doctora por tan interesante charla.

Jael: Amigos. Mandamos a nuestro productor a la calle.

Armando: Bueno, no a la calle, sino a nuestra sección de en la calle.

13 **En la calle:** RÚBRICA: En la calle tú tienes la palabra. PREGUNTA:

Luis: ¿Qué es para ti la traición?

Respuesta 1: Es cuando defraudas tus principios, tu confianza...

Respuesta 2: Mentiras...

Respuesta 3: No sé que tipo de traición, puede ser con tu pareja o con tu familia...

Respuesta 4: Hipocresía...

Respuesta 5: Engañar a una persona...

Respuesta 6: Algo malo...

14 **Comentarios:** DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael: Interesantes las contestaciones que le hicieron a nuestro productor, verdad Armando.

Armando: Claro, pero ahora nos enlazamos a la cabina de la Verdad te
Hará Libre para escuchar nuestra sección musical.

Jael: Con el productor de Encapsulado punto Radio, Adán Heras y
todo su equipo. Vamos con ellos.

15 **Sección musical:** RÚBRICA: Encapsulado punto Radio.

Cecilia Urias: Hola, ¿cómo estás Eber?

Eber Saucedo: Bien Ceci ¿y tú?

Ceci: Bien, pero mucho mejor porque está con nosotros, adivinen
quien.

Eber: Amigos, está con nosotros el extímberiche Claudio
Bermúdez, quien nos platicará de su vida y sus planes
futuros.

Ceci: ¿Cómo estás Claudio? Bienvenido.

Claudio Bermúdez: Gracias por haberme invitado.

Eber: El gusto es nuestro, pero platicanos de tu vida.

Claudio: Bueno que les puedo contar (pausa), venía de una familia
destruida, mis padres se habian divorciado, sin embargo me
inculcaron el amor por la música desde pequeño, mi papá era

concertista de piano y un gran conocedor de la música, por eso desde los doce años soñé con ser artista y me decidí por la música rock a pesar de la negativa de mi familia...

Tiempo después entre a una agencia de modelos y de ahí hice audiciones muy agresivas para entrar al grupo musical de Timbiriche, aunque su estilo musical no era de mi agrado, continué porque ganaba mucho dinero, pues aprendía bastante en esa etapa, pero tuve errores y problemas con mi familia y mis amigos, tuve soledad y tristeza en mi vida... Bueno que les puedo decir, caí en lo que se conoce como: sexo, drogas y rock and roll, la fama hace que lleves una vida sexual activa y en desorden, tuve mi primer relación a los 13 años, pues uno no necesita sexo sino amor, desafortunadamente caes en falsos conceptos mercantiles que los medios de comunicación fomentan y donde mucha gente es engañada. Quería ser rico y famoso, sin importarme lo que tuviera que hacer para lograrlo, yo creí que eso era la vida. Aunque había momentos bonitos, pero eran vanos, yo quiero mucho los integrantes del grupo Timbiriche, pero hubiera querido estar como ahora para poderles ayudar, porque ellos

también estaban vacíos como yo. Después inicie como solista y compuse el tema "Ven junto a mí", inspirado en una mujer que me engaño con mi mejor amigo.

Ceci: Como ves amigo, el testimonio de nuestro invitado Claudio, interesante verdad, no te despegues porque volveremos con más de él.

Eber: Ahora vayamos con nuestra compañera Tania Sandoval, quien nos presentará el Top-Ten de Encapsulado punto Radio

Tania Sandoval: Sin duda alguna el tema de Edmundo Hernández "Con lo que traigo puesto" es un tema hecho no solo para cristianos sino para todo público, pues ganó "El premio al tema más gustado en el Festival de la OTI de 1998".

ENTRA TEMA MUSICAL.

Tania: Una de las principales voces del mundo cristiano-hispano, reconocida por su talento y acreedora a múltiples premios: un Billboard y un Grammy por su sencillo "Llegar a ti", así como a "La mejor intérprete femenina en los Premios lo Nuestro", Jaci Velásquez con su tema "Un lugar celestial".

ENTRA TEMA MUSICAL.

Tania: Ahora vayamos con una de las grandes intérpretes del medio cristiano, Doris Machín, con el tema "Él que ama mi alma".

ENTRA TEMA MUSICAL.

Tania: Bueno eso fue el Top Ten de Encapsulado punto Radio, se despide de ti tu amiga Tania Sandoval, hasta la próxima.

RÚBRICA: Esto fue el Top Ten de Encapsulado punto Radio

Ceci ¿Qué te pareció el Top Ten que nos presentó nuestra amiga Tania?

Eber Bien, pero volvamos con la interesante plática que tenemos con nuestro invitado Claudio Bermúdez.

Ceci: Por supuesto, ahora él nos platicará como salió de todo esto.

Claudio: Hasta la fecha sigo estudiando música y compongo temas propios y para otros artistas. Mis sueños y metas son diferentes, ahora sirvo a Dios. Mi más reciente material discográfico "El hijo pródigo" me sirvió para recobrar mis valores como persona y como artista, ahora canto canciones de amor, quizás hablo del sexo y de drogas pero con sentido crítico y un enfoque divino y espiritual.

Los seres humanos siempre tenemos la necesidad de amor, lo cual sólo lo puede llenar el amor de Dios, solo Él nos puede satisfacer. La necesidad de dar, la debo de tener primero

hacia mí y luego hacia los demás. Debemos buscar a Dios, yo no creía en Él, pero Dios existe, me salvo de las drogas y la vida, pues estuve a punto de matarme al caer de mi departamento, me había drogado al haber peleado con mi pareja. Tres días antes yo había pactado con Cristo, quizás otro día hablemos más sobre esto.

Eber: ¿Y qué les recomiendas a nuestros radioescuchas para salir de una situación similar a la tuya?

Claudio: Yo recomiendo que busquen de Dios, Él arregla nuestra vida, sin importar lo que digan los demás, Dios lo hace si tú se lo permites, aunque te sientas incapacitado para amar y que te amen o te sientas sucio, como era mi caso, rechazemos el mal de nuestra vida, no busques en los demás el amor sino en Dios, que nos ama como no imaginamos. Hoy Jesús te puede restaurar.

Ceci: Gracias Claudio por haber estado con nosotros, yo soy Cecilia Urías y:

Eber: Eber Saucedo, nos despedimos de ti con uno de los temas compuestos por nuestros compañeros de la Verdad te Hará Libre: Armando Torres y Amaury López, con el tema **La fe**.

ENTRA TEMA MUSICAL.

16 **Comentarios:**

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael: Bueno eso fue Encapsulado punto Radio.

Armando: Ahora vayamos con nuestras frases del día de hoy.

17 **Frases Célebres:**

RÚBRICA: Frases Célebres (voz 1), chales carnal (voz 2), pero no de ese tipo, en **Emisión Punto Radio** (voz 1).

Voz Femenina: Pocos ven lo que somos, pero todos ven lo que aparentamos, Nicolás Maquiavelo.

Voz Masculina: Fingimos lo que somos, seamos lo que fingimos, Calderón de la Barca.

18 **Comentarios:**

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael: ¿Pero que frases son esas, Armando?

Armando: Son para el público y así eviten caer en cuestiones como las de nuestro amigo Claudio Bermúdez.

Jael: ¡Ha!, claro, pero no hay que olvidar que: Claudio pudo salir de todo esto gracias al amor de Dios.

Armando: Por supuesto, por eso pasaremos ahora a nuestra sección de OLE, donde nos hablarán de ese amor.

19 Sección de Ole:

RÚBRICA: Inspiración divina para el mundo.

Voz femenina:

Si yo hablase lenguas humanas y angélicas, pero si no tengo amor vengo a ser como metal que resuena...

Voz masculina:

Y si entendiese todos los misterios y toda la ciencia, y si tuviese toda la fe, de tal manera que trasladase los montes, y si no tengo amor, nada soy.

Voz femenina:

Y si repartiese todos mis bienes para dar de comer a los pobres y si no tengo amor de nada me sirve.

Voz masculina:

El amor es benigno, no tiene envidia, no es jactancioso, no se envanece; no hace nada indebido, no busca lo suyo, no se irrita, no guarda rencor, no se goza de la injusticia, más se goza de la verdad.

Voz femenina:

Todo lo sufre, todo lo cree, todo lo espera, todo lo soporta.
El amor nunca deja de ser. 1 Co. 13: 1-8.

20 Comentarios:

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael:

Qué bonito pensamiento.

Armando:

Claro, pues Dios es amor, Él dice que amemos a nuestros enemigos, y en el mayor de los casos uno es su propio

enemigo, de ahí la necesidad de amarnos mucho y así poder amar a los demás.

Jael: Si, pero no es tan fácil, sobre todo cuando vivimos en una sociedad llena de rencor, odio, vicios ... como a continuación escucharemos en nuestra sección de Realidades.

21 Realidades

Lilia Orozco:

RÚBRICA: Realidades sólo en **Emisión Punto Radio**.

De acuerdo con un informe del Instituto de Psiquiatría y la Secretaría de Educación Pública, actualmente alrededor de 43 mil alumnos que cursan el nivel medio básico en la ciudad de México han consumido un tipo de droga, siendo los inhalantes los de mayor demanda, le siguen la marihuana, los tranquilizantes, la cocaína, pero esta última, junto con la marihuana, incrementaron su consumo en edades más adultas, duplicándose su demanda en los últimos años. Aun así la escuela sigue siendo un catalizador para que la droga no se multiplique. ¿Hay algo que hacer para evitar esto?, yo creo que sí, informó para **Emisión Punto Radio** Lilia Orozco.

22 Comentarios:

Jael:

DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Tremendas las cifras que nos mostró nuestra amiga Lilia Orozco.

Armando: Sí, por eso a continuación nuestra sección de **Tips** nos dará algunos consejos prácticos ante esto.

23 Sección de Tips: **RÚBRICA:** Emitir y aconsejar, sólo con **Tips de Emisión punto Radio.**

Samuel: Que tal amigos estamos aquí, tu amigo Samuel García

Pamela: Y Pamela Arche.

Samuel: En la sección de **Tips de Emisión Punto Radio.**

Ambos: Con el tema de las drogas.

Samuel: Las drogas no respetan edad, sexo, ni posición social, las estadísticas demuestran que los jóvenes son más vulnerables a ellas, por eso nos dirigimos a tí padre de familia para decirte que:

Pamela: Hables con tus hijos, por muy absurdos que parezcan sus problemas, mantén una relación cordial y de amistad hacia ellos, verás como aprenderán a confiar en tí y aunque hubiera un problema de drogas podrán salir adelante juntos.

Samuel: Si como pareja ya no funcionan, detente, antes de recurrir al

divorcio, recuerda que la mayoría de la gente drogadicta, en especial los jóvenes, provienen de familias disfuncionales.

Pamela: Inculca valores y principios a tus hijos, sobre todo en el respeto y temor a Dios, se ha comprobado que la gente con valores sólidos no tienden a caer en este tipo de problemas. Recuerda que los valores y los principios morales es la mejor herencia que les puedes dejar.

Ambos: Esperamos hayas quedado en tu punto, con los Tips de: **Emisión Punto Radio.**

24 Comentarios: DE CONDUCTORES PRINCIPALES:

Jael: No cabe duda que las drogas destruyen y que ha sido un problema difícil de erradicar.

Armando: Por supuesto, pero para no estar tristes, pasemos a algo más ameno, como es nuestra sección de Sugerencias.

25 Sugerencias: **RÚBRICA:** Cuando llega el fin de semana piensas que es mejor descansar (VOZ TENEBROSA Y MÚSICA PARA DORMIR), porque no sales de la rutina y disfrutas de algo diferente, aquí están las sugerencias de Emisión Punto Radio.

Voz 1: "Parábola novo-hispana" es una exposición de pintura que muestra la forma en que fue expresado Jesucristo en la época virreinal de México, visítala de lunes a domingo en el Palacio de Iturbide, ubicado en Francisco I. Madero número 17, en el Centro Histórico de la Ciudad de México...

Voz 2: ...Nada más para recordarte, que el Centro Histórico de la Ciudad de México es uno de los más bellos de Latinoamérica, porque no te das un tiempo y lo visitas, seguro algo nuevo encontrarás. Sólo o acompañado disfruta de estas opciones (yeaah).

26 Despedida: DE CONDUCTORES Y DEL PROGRAMA.

Jael: Bueno eso ha sido todo por hoy amigos, se despide de ustedes, su amiga Jael Sánchez y:

Armando: Su amigo Armando Torres, esperemos nos sintonicen en la siguiente Emisión de: punto Radio.

27 Salida RÚBRICA DE SALIDA: Audioproducciones la Verdad te Hará Libre presentó **Emisión Punto Radio**, porque tus sueños los convertiremos en sonidos. ¡Ah! y no te pierdas nuestra próxima emisión.

GUIÓN TÉCNICO DE EMISIÓN PUNTO RADIO (e-mision. radio).

No.	División:	Contenido:	T:	TA:
1	Entrada.	RÚBRICA de entrada del programa de Emisión Punto Radio.	0:10	00:10
2	Skech.	SKECH: "El elevador".	1:30	01:40
3	Sostenido.	Sostenido del programa de Emisión Punto Radio.	0:05	01:45
4	Presentación.	DEL PROGRAMA Y DE LOS CONDUCTORES.	0:20	02:05
5	Editorial.	Tema que tratará el programa: "La traición, ¿entonces en quien confiar?"	0:20	02:25
6	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:10	02:35
7	Sec. de Orígenes.	RÚBRICA de sección de Orígenes: -Fundación de la Gran Tenochtitlán.	0:45	03:20
8	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:15	03:35
9	Sección Bibliográfica.	RÚBRICA de sección Caras vemos y su historia no sabemos: Bibliografía de Netzahualcóyotl.	1:30	05:05
10	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:15	05:20
11	Sección de Especialistas:	RÚBRICA de Especialistas: Entrevista con la doctora Olga Verona, en relación con el tema de la traición.	0:30	05:50
12	Tema Principal:	Entrevista y comentarios sobre el tema de la traición, invitada la psicóloga Lucien Bretón.	2:40	08:30

13	Sección de: En la calle.	RÚBRICA de la sección En la calle: entrevistas en la calle sobre el tema de la traición.	0:15	08:45
14	Comentarios.	DE LOS CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:10	08:55
15	Sec. Musical. Comentarios: Presentación: Testimonio: Top Ten: por Tania Sandoval Entrevista: 2ª parte.	RÚBRICA de Encapsulado punto Radio. De conductores de la sección musical de Encapsulado punto Radio. Presentación del testimonio de Claudio Bermúdez (<i>extimbiriche</i>), <i>entrevista 1ª parte.</i> Top Ten: por Tania Sandoval. Presentación del tema Con lo que traigo puesto de Edmundo Hernández. Tema musical Un lugar celestial con Jaci Velásquez. <i>Doris Machín</i> , con el que ama mi alma. RÚBRICA de despedida del Top Ten. Se vuelve con la <i>2ª parte de la entrevista con Claudio Bermúdez</i> , se despiden junto con la sección.	2:00 1:05 1:50	10:55 12:00 13:50
16	Comentarios.	DE LOS CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:05	13:55
17	Sec. De Frases Célebres.	RÚBRICA de sección de Frases Célebres. Se leen frases de: Maquiavelo y de Calderón de la Barca.	0:15	14:10
18	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:15	14:25

19	Sección de OLE:	RÚBRICA de sección de OLE: Lectura de 1ª de Corintios. 13: 1-8, sobre el amor.	0:40	15:05
20	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:20	15:25
21	Sección de Realidades:	RÚBRICA de sección de Realidades: información y estadísticas sobre las drogas.	0:40	16:05
22	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:10	16:15
23	Sección de Tips:	RÚBRICA de Tips: consejos prácticos para evitar caer en las drogas.	1:00	17:15
24	Comentarios.	DE CONDUCTORES PRINCIPALES.	0:10	17:25
25	Sección de Sugerencias:	RÚBRICA de sección de Sugerencias. Eventos: <i>Parábola novo hispana y el Centro Histórico.</i>	0:35	18:00
26	Despedida.	De conductores, del programa y se dan créditos.	0:10	18:10
27	Salida.	RÚBRICAS DE SALIDA.	0:10	18:20

Nota: T= Tiempo. TA= Tiempo Acumulado.

Para finalizar, sólo presentaremos de donde sacamos las partes (grabadas) de algunas secciones, mencionadas en los guiones anteriores, las cuales se relacionan de acuerdo a la numeración del 1 al 27, descritas en ambos guiones:

Número.	Programa.	Fecha.
1.	Tu valor (Autoestima).	7 de julio del 2000.
5.	Creer para ver (La Fe).	18 de agosto del 2000.
7 y 9.	El miedo.	26 de junio del 2000.
11, 12 y 13.	Traición, ¿entonces en que confiar.	11 de agosto del 2000.
14 y 25.	Sexualidad.	8 de septiembre del 2000.
17.	Apariencias (Hipocresía).	25 de agosto del 2000.
19.	Desarmados (Amor y Desamor).	28 de julio del 2000.
21 y 23	Préndete pero no te quemes (Drogas).	21 de julio del 2000.

Esos son los ejemplos de los guiones más usados para la programación de **Emisión Punto Radio**. Ahora pasaremos brevemente a lo que es la grabación, edición y promoción del programa.

4.3. LA GRABACIÓN, LA EDICIÓN Y LA PROMOCIÓN DE EMISIÓN punto RADIO.

A continuación presentaremos la grabación, la edición y la promoción del programa de **Emisión Punto Radio**. Comencemos primero por la **grabación**. Esta se hace por dos procesos: grabación en frío la cual se realiza en la cabina de la Audioproductora de la Verdad te Hará Libre, en la cual se pueden grabar y editar distintos tipos de grabaciones: spots, cápsulas informativas, entrevistas, reportajes, etc.; y la grabación en vivo, que se realiza en la estación donde se transmitirá el programa, como es el caso de Radio Chapultepec.

Para la grabación en frío, como se dijo anteriormente, se manejan los dos tipos de guiones: el técnico y el textual, primero se hace la grabación del guión textual a través de los ensayos de locutores, guiados por sus distintos encargados de secciones (sólo las grabadas en frío), con sus respectivas rúbricas y la guianza del productor general.

Después de ello se hace uso del guión técnico, donde se hacen las indicaciones, en una escala general del programa y desde un punto técnico: rúbricas generales, música y efectos de sonido a usar, entrevistas que se editarán. Se recomienda tratar de evitar en lo menos posible los errores (pero cuando esto no es así), se identifican y se corrigen antes de entrar a la edición final del programa, la cual mencionaremos a continuación.

Edición.- Para la edición es importante tener en cuenta que: el guión textual ya haya sido grabado, para así poder editar a través de la computadora y los distintos materiales de cabina, todo sobre la base del guión técnico que será el esquema, esqueleto o guía de

trabajo para el técnico, encargado de hacer la edición del programa, sólo lo que se grabará en frío: rúbricas, música, efectos, sonidos, etc. Corrigiendo en lo más posible cada error.

Ahora bien, cabe señalar que el técnico se encarga de llevar todo lo que editó del material del programa (de **Emisión Punto Radio**) a la cabina de la estación de radio donde se transmitirá éste, eligiendo distintos materiales, cds. cassettes, DAT, minidisc, y lograr ponerse de acuerdo con el técnico de la estación de radio, en este caso de Radio Chapultepec, para la transmisión del programa en vivo.

No se descarta la importancia de la responsabilidad de todo el equipo involucrado en el programa: productor general, encargados de secciones, locutores, en especial de quienes conducirán o guiarán el programa en el tiempo que se esté al aire, así como el personal que atiende al público o radioescucha a través de los teléfonos.

Para la grabación del guión textual y técnico del demo del programa de **Emisión Punto Radio**, sólo se toma o se hace un resumen de lo más importante de la programación de **Emisión Punto Radio**. De ello se encarga el técnico, con la ayuda del productor del programa y el consejo de cada encargado de secciones del programa. Los materiales de presentación dependen de la promoción que se le quiera dar a éste y lo cual veremos a continuación.

Promoción del programa.- Para la promoción del programa de **Emisión Punto Radio** es importante contar con nuestro proyecto del programa, el cual ya presentamos

aquí, así como del guión del demo o guión piloto, aunque algunas compañías radiofónicas pedirán ciertos guiones textuales del programa, sobre todo cuando son ellas quienes lo patrocinarán. En ocasiones también pedirán el curriculum de la empresa, en este caso de la Verdad te Hará Libre.

Si se cuenta con todo esto es preferible mostrarlo en una carpeta, y así presentarse a promocionarlo a las distintas estaciones de radio donde queremos transmitir **Emisión Punto Radio**, para ello se elige o se tratará de elegir lo mejor en cuestión de horarios y precios. En dado caso que la radiodifusora no quiera promover nuestro programa, se acudirá a patrocinios particulares, ya sean cristianos o no, ellos se comprometerán a pagar los costos del programa a la estación de radio donde se transmitirá éste, y nosotros nos comprometeremos a pasar los spots comerciales de sus empresas.

Todo esto bajo arreglos y acuerdos, sobre todo si se pretende promover el programa por algún otro medio de comunicación que no sea la radio. En el caso de **Emisión Punto Radio** ya cuenta con una promoción dentro del medio cristiano, como es el caso de iglesias, asociaciones o empresas cristianas.

Por último, cuando ninguna de las anteriores opciones fuera posible se optará por ser transmitido por nosotros mismos, procurando llegar a un acuerdo con alguna estación de radio, pagar un costo y después ver la posibilidad de aceptar patrocinios de empresas cristianas o seculares.

Es de importancia guardar la ética de la producción del programa de **Emisión Punto Radio**, el no aceptar la transmisión de mensajes obscenos o que vayan en contra de los

valores y principios éticos morales cristianos, tal es el caso de transmitir anuncios que fomenten el vicio: cigarros y bebidas alcohólicas, antivalores como la violencia o la falta de respeto, etc. Es más importante cubrir las necesidades de los individuos, sobre todo si éstas son espirituales.

Conclusión de la evaluación del programa de Emisión Punto Radio

Al salir del aire el programa de **Emisión Punto Radio** se pensará que éste fue un rotundo fracaso, pero no fue del todo así, ya que se hará una breve conclusión evaluatoria sobre los resultados del programa. Como a continuación se apreciará:

Emisión Punto Radio si alcanzó su objetivo principal: Ser un programa radiofónico de corte cristiano que difundiera valores bíblicos a sus radioescuchas, y que se menciona en el proyecto radiofónico del programa en el capítulo 4 de la presente tesina. Este objetivo principal si se alcanzó porque **Emisión Punto Radio**, al ser un programa de corte cristiano, no podía prescindir de la difusión de los parámetros y valores bíblicos.

También se logró alcanzar al público propuesto u objetivo: este debería de ser de una edad joven-adulta, del área metropolitana, ambos sexos. Incluso se alcanzó a otro tipo de público -de otras creencias religiosas-, esto quizás a que cada individuo (como ser humano o alma eterna) siempre tendrá necesidades emocionales y espirituales. A pesar de los cambios en su estructura **Emisión Punto Radio** no perdió su estilo propio.

Además, de lograr transmitir mensajes de salvación y amor de Dios a nuestro público, pues es la misión de todo cristiano, se logró el perfeccionamiento en la calidad de nuestro producto, es decir, del programa de **Emisión Punto Radio**, que va desde la elaboración de guiones, una mejor calidad en las voces y grabaciones, pero sobre todo en la repartición del trabajo, con el fin de evitar que todo el peso de trabajo recayera en una sola persona, como puede ser el caso del productor.

Quizás hasta aquí hemos dado algunos detalles positivos del programa de **Emisión Punto Radio**, pero también es necesario presentar los parámetros negativos que llevaron a la salida del aire de **Emisión Punto Radio**, como puede ser la situación económica, donde se podría decir que las metas no se alcanzaron.

No basta con hacer un programa de calidad o buena producción, o de contar con un público cautivo, si no se tienen las bases económicas de cómo se va a sostener dicho programa. En **Emisión Punto Radio** no se alcanzaron las metas económicas, quizás porque no se le dio la importancia necesaria o requerida, sin embargo, como equipo de producción radiofónica hemos aprendido de esta experiencia.

De ahí que nos hemos visto en la necesidad de replantearnos; el no sacar un programa al aire si no se tienen los recursos necesarios para su sostenimiento, con todo lo que ello implica: gastos de producción, del personal, el pago del espacio del programa en la estación de radio donde se presentará, y que son los patrocinadores quienes deberán cubrir con dichos gastos, ahora bien debemos tomar en cuenta que al tener patrocinios

(cristianos o seculares) debemos apagarlos a sus requerimientos, y que tanto estaríamos dispuestos a hacerlo

En la actualidad, como Ministerio Radiofónico Cristiano, estamos aprovechando el espacio con el que contamos, que es una cabina de radio o audioproductora, donde estamos realizando trabajos de audio, que van desde un simple spot publicitario para radio, hasta toda una accesoria de programación cristiana, es decir, prestar servicios en relación de como se debe realizar un programa radiofónico de corte cristiano, en especial a congregaciones, ministerios cristianos y que es poca o casi nula su experiencia en radio. También, se tiene la finalidad de extendernos a otro tipo de público, porque no se nos olvida que la población de México es en su mayoría católica.

La base principal de esta experiencia con el programa de **Emisión Punto Radio** es el estar aprendiendo a constituirnos como empresa, con una solvencia económica, no sólo para volver a retransmitir **Emisión Punto Radio** sino toda una programación cristiana, de hecho existe la posibilidad de coordinar la programación cristiana que existe en Radio Chapultepec. Entender de leyes y poderlas aplicar a nuestra empresa radiofónica cristiana.

Aún así, los programas (ya grabados) de **Emisión Punto Radio** se están mandando a Sudamérica para ser retransmitidos en algunas estaciones de radio cristianas, gracias al apoyo de COICOM (el cual se celebrará a fines de este año -2002- en la ciudad de Puebla, México) y otras asociaciones de corte cristiano que abarcan toda esa región.

Para finalizar esta conclusión sobre la evaluación del programa de **Emisión Punto Radio**, daré a conocer sólo un ejemplo de las minutas que se hacían después de finalizar

cada uno de los programas de **Emisión Punto Radio**, donde se reunían los integrantes del equipo y así poder tener presente las fallas y los aciertos del programa, tomando en cuenta las llamadas del público.

México D.F. a 3 de octubre del 2000.

Minuta de Junta.

Siendo las 19:30 PM., se reunieron en las oficinas de LVTHL: Sofía Sánchez, Eber Saucedo, Víctor Rosas, David Torres, Armando Contreras, David de la Cruz, Adán Heras y Luis Javier Arias. Donde se tocaron los siguientes temas o puntos acerca del programa de **Emisión Punto Radio**.

1.- El desarrollo del tema se escucha muy repetitivo y redundante, para ello se recomienda dedicar más tiempo, como sería el estudiar muy bien el tema para no caer en repeticiones o divagar. También, se propone o se recomienda dar un diseño diferente al programa para evitar la rutina.

2.- Se recomienda hacer algunas secciones semanalmente y otras de manera quincenal de acuerdo a su importancia, ésta medida la determinará el productor.

3.- Se propone quitar la sección de **Frases** porque no apoya al desarrollo del tema, además de que no son tan trascendentes. El productor tendrá la última palabra y el decidirá si las quita o las pone cada semana.

4.- Se propone presentar cada sección y salida a comerciales para realizar una efectiva conducción del programa, de ello se encargaran los conductores principales del programa.

5.- Poner más cuidado en las llamadas telefónicas, como puede ser el caso de los seguimientos que se deben hacer, por ejemplo, de la mamá que solicitó ayuda para su hijo que se droga y que ya no sabía que hacer, se deberá localizar a la gente que pueda prestar ayuda a esta persona: pastores, psicólogos, médicos, etc.

6.- Por último se propone corregir y trabajar con guiones, así como el citar a juntas semanales, los martes a las 19:30 hrs.

Elaboró: Luis Javier Arias Ugalde.

CONCLUSIONES

La realización de un programa radiofónico cobra su importancia no tanto por los métodos teóricos o técnicos para su realización, sino el papel que juega éste con su público, si en verdad cumple los parámetros o funciones socioculturales de la radio: educar e informar, como tarea mínima. Sin embargo, si se quiere ir más allá -se debe de aprovechar esa oportunidad-, hacia un panorama más radical dentro de la producción radiofónica y no quedarnos sólo en lo comercial o en esquemas radiales comunes, ver las grandezas que se pueden hacer con la radio y su programación, ya sea cristiana o no.

Aquí se dio un ejemplo de la realización de un programa radiofónico de corte cristiano **Emisión Punto Radio**, el cual no puede quedarse estático sino avanzar a otras expectativas, más allá de un programa común, no sólo cumplir con los lineamientos esenciales de la radio, sin embargo, es fundamental satisfacer las necesidades de nuestro público: tanto material como espiritual, pues antes que nada somos seres espirituales que materiales.

No basta con saber todo un procedimiento de como se realiza un programa de radio, sino que en verdad se satisfagan las necesidades de los seres que nos rodean y aprovechar dos puntos: el ser comunicólogo y el ser cristiano; y así poder abordar los problemas de una manera más espiritual y sencilla. Entender a nuestro público o radioescuchas, transmitirles mensajes llenos de fe y de esperanza ante un mundo tan necesitado de estos u otros valores.

La difusión de los valores son de vital importancia para la programación radiofónica de corte cristiano, para fomentar la ética del individuo y el mejoramiento de las relaciones sociales que tanta falta hacen, y no hundirnos en la desesperación de un mundo lleno de desesperanza, donde la oportunidad para sus jóvenes, niños, mujeres, ancianos, se ven cada día menoscabadas, son infinidad de problemas que enfrenta la humanidad.

¿Qué estamos haciendo como comunicólogos y cristianos? Es importante destacar: que los grandes monopolios radiales casi siempre se dedican a comercializar a la radio, sin importarles su público o lo que les dan, mucho menos las funciones sociales de la radio, olvidándose de su esencia, como es el caso de la educación, la información, la cultura, todo lo que tiene que ver con salud o la lucha contra la pobreza.

Tendríamos que reflexionar ¿el por qué del mal uso que se le ha dado a la radio?, sólo se le ha visto como un instrumento de hacer dinero y de comercialización, pero no para difundir valores, necesidades básicas y principios del ser humano, como pueden ser la unidad social, la ayuda física y espiritual al necesitado, pues los individuos necesitan amor y paz para sus vidas, dichos momentos que no llegan a pesar de gritarlo de manera desesperada, sin ser escuchados por una sociedad insensible ante las necesidades más básicas de los individuos.

Cabe preguntarse ¿qué estamos haciendo como comunicólogos ante esta correlación en cadena que pareciera que se avalanza hacia una autodestrucción? Quizás sea un mundo difícil de cambiar, pero si queremos podemos vencer esas debilidades. Al menos eso es lo creemos y gritamos como cristianos.

Por qué pedimos esos espacios en los medios masivos de comunicación, en especial en la Radio, si no los sabemos aprovechar, o ¿cómo competir ante esos grandes monstruos llamados monopolios de comunicación masiva?, como Televisa Radio, donde lo que importa es el dinero y los bienes materiales, que no llenarán nunca esos vacíos sociales que claman y reclama la sociedad de nuestro país. Es acaso necesario seguir viendo el alto crecimiento de las estaciones comerciales a diferencia de las permisionadas, que por el contrario siguen a la baja o manipuladas por el poder oficial o de nuestro gobierno.

Es difícil de creerlo o entenderlo, pero es necesario confiar que se darán esos espacios en la radio y poder llevar esos mensajes de paz, amor y esperanza, de levantar al caído, al huérfano, al anciano, a la viuda, a la desamparada, a toda esa gente relegada por la sociedad de nuestro país, y que los medios masivos, como la radio, muchas veces no ayudan o mencionan, y si lo hacen, lo harán de manera de estadística: tal cantidad de drogadictos, de niños de la calle, el sida y la violencia van en aumento, ante la indiferencia de nuestras autoridades y aún de nosotros mismos, tanto como cristianos o comunicólogos.

Aunque se han ido ganando espacios en los medios masivos de México, como la radio, para los cristianos, cabe preguntarnos ¿qué haremos con ellos?, ¿cómo difundiremos los valores y los parámetros espirituales del amor de Dios?, y demostrar ese amor a la humanidad.

No basta con ganar espacios en la sociedad -desde la Reforma o las Reformas de Juárez hasta la tolerancia religiosa en nuestro país-, sino de poner por obra las enseñanzas

que hemos aprendido, como ayudar al necesitado, no basta con hacer un programa de radio hermoso si no va cumplir con una verdadera función social, sino cubrir la necesidad de su público, se tiene que ir más allá, no es fácil hacerlo pero tampoco imposible.

Hay mucho por hacer en nuestro país, sobre todo con las clases más necesitadas y desprotegidas, tal es el caso de los indígenas u otras minorías étnicas de México. **Emisión Punto Radio** no se puede ser sólo un programa de adorno, sino en verdad poner por obra y práctica una verdadera obra en la Radio, y no quedarnos en conceptos teóricos, aunque sean buenos, como puede ser el caso de los valores, que si no se ponen en práctica de nada sirven, o si sólo los manejamos a nuestra manera y antojo, pero sin una verdadera práctica no tendrá caso.

Lo mismo pasa con la radio, un aparato con una gran capacidad y alcance masivo, que si no se le da el uso adecuado no funciona, de nada sirve tener valores y fundamentos espirituales o divinos si no se van a poner por obra. Hay mucha gente necesitada que clama a gritos desesperados que se les ayude y no estamos haciendo nada como comunicólogos-cristianos, es hora de tomar las herramientas que se nos han dando para trabajar en esta gran obra y hacer lo que siempre se ha querido que se haga: ayudar a nuestros radioescuchas y aprovechar el medio masivo más importante de México **La Radio**.

BIBLIOGRAFÍA.

ALIAGA, Sandra y otros. **Radio y democracia en América Latina.** Instituto para América Latina. Lima, Perú, 1989, pp.229.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico.** Cátedra, Madrid, 1994, 250 pp.

BIRKMAN, Roger. **Los colores de la personalidad.** Ed. Caribe. USA, 1997, pp. 254.

COLLIN, Claude. **Radio poder.** Folios. México, 1982, pp. 223.

De ANDA y RAMOS, Francisco. **La radio, el despertar del gigante.** Trillas. México, 1997, 512 pp.

De QUEVEDO OROZCO, Ma. de Lourdes. **El ingenio con sentido, un manual para proyectos radiofónicos** (Tesis). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. México, 1993, 183 pp.

Enciclopedia Didáctica Universal. Vol. 4, 2ª ed. Calabria. Barcelona, 1982, pp. 1664.

Enciclopedia Universal DANAE. Vol. 3. Ed. Océano, 1980, pp. 2343.

ESCHENBACH, Joseff. **Radiodifusión para la innovación.** Época. Quito-Ecuador, 1978, pp. 208.

FRONDIZI, Risieri. **¿Qué son los valores? Introducción a la Axiología.** Breviarios del F.C.E. México, 1958, pp. 148.

GONZÁLEZ, Justo L. **Bosquejo de Historia de la Iglesia.** AETH (Asociación para la Educación Teológica Hispana). USA, 1995, pp. 117.

HAYE, Ricardo. **Hacia la nueva radio.** Paidós. México. 1995, 222 pp.

KAPLÚN, Mario, Producción de programas de radio, el guión, la realización. 2ª ed. Ed. Cromocolor. Quito, Ecuador, 1994, 470 pp.

LA SANTA BIBLIA: Antiguo y Nuevo Testamento (Versión Reina Valera). Edición Letra Gigante. Sociedades Bíblicas Unidas de México, 1960, 1568 pp.

LINARES, Marco Julio. El guión, elementos, formatos, estructura, 4ª ed. Alhambra. México, 1991, 264 pp.

OLIVARES HERNÁNDEZ, Ruth, y otros. La radio a través de la radio, (Tesis). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. México, 1994, 159 pp.

ORTÍZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo. Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica. Paidós. Barcelona, España, 156 pp.

PAOLI, Bolio, Antonio y otros. Comunicación publicitaria. Trillas. México, 1988, 141 pp.

Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE). UNAM, 1981, pp. 283.

REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta y otros. Perfiles del cuadrante. Trillas. México, 1991, pp. 314.

REICH, Ben y Christine Adcock. Valores, actitudes y cambios de conducta. Continental. México, 1980, pp. 148.

Una visión compartida, la historia de la HCJB. La Voz de los Andes. World Radio Missionary Fellowship, Inc. Ecuador, Quito, 1991, 235 pp.

VILAR, Josefina y otros. El sonido de la radio. Plaza y Valdés, IMER Y LA UAM de Xochimilco. México, 1988, pp. 214.

VOS, Howard. Breve historia de la Iglesia Cristiana. 7ª ed. Publicaciones Portavoz Evangélico. USA, 1999, pp.160.

Otras fuentes:

Periódicos: Noticiero Milamex, América Nueva y Pacífico: Asociación Cultural Ondas del Perú.

Revistas: El Universo de la Radio.

Directorios: 1er. Directorio Nacional de Comunicadores ENICE y el Directorio del CIRT.

Boletines: Boletín informativo de la Subsecretaría de Asuntos Religiosos.

Grupos u organismos: ENICE, COMAC, ACP, Radio Chapultepec, 14:40, COICOM, WACC, BBN, RRB, RBC, Ministerios de Amor, Adulam, Alcance Victoria, Presos ...pero libres por Jesús y la LVTHL, quien proporcionó el material del programa de Emisión Punto Radio.