



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE
PERSONALIDAD Y CONCEPTO DE LARGA
DURACIÓN: PLANEACIÓN, ESTRUCTURA Y
DISEÑO**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:
EFRÉN DÍAZ MILLÁN**

**ASESORA:
LIC/VIRGINIA ESTELA REYES**

MÉXICO D.F.

NOVIEMBRE 2002





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	8
1.1 La radio	9
1.2 Desarrollo de la radiodifusión	14
1.3 Radiodifusión en México	28
CAPÍTULO 2	
DEFINICIONES Y CONCEPTOS	43
2.1 Programas	43
2.2 Géneros	48
2.3 Formatos	51
CAPÍTULO 3	
PLANEACIÓN, ESTRUCTURA Y DISEÑO EN LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS HABLADOS	57
3.1 Planeación	58
3.2 Estructura	63
3.3 Diseño	66

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo académico.

NOMBRE: Díaz Milán Ciro

FECHA: 5 de diciembre de 2002

FIRMA: [Firma]

CAPÍTULO 4

PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE PERSONALIDAD 72

4.1 Antecedentes 73

4.2 La creación de personalidades 76

4.3 Programas de personalidad 81

CAPÍTULO 5

PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE CONCEPTO 88

5.1 Antecedentes 89

5.2 Integración del concepto radiofónico 93

5.3 Hacia la sistematización de la experiencia radiofónica 98

5.4 Programas radiofónicos de concepto 101

5.5 *Monitor y Noches Mágicas*, dos programas de concepto 103
Monitor
Noches Mágicas

CAPÍTULO 6

PROGRAMAS RADIOFÓNICOS HABLADOS DE LARGA DURACIÓN 111

6.1 Programas hablados de corta duración 112

6.2 Programas hablados de larga duración 115

CONCLUSIONES 121

**FUENTES: BIBLIOGRÁFICAS, HEMEROGRÁFICAS
Y OTRAS** 131

ANEXOS

Anexo 1 136

Anexo 2 137

Anexo 3 142

Anexo 4 145

INTRODUCCIÓN

La radio es un invento que merece un lugar aparte en la historia del hombre porque revolucionó la vida de todos los seres humanos, al hacer posible que su voz pudiera ser escuchada en los lugares más distantes del planeta, con el propósito de establecer una comunicación a distancia entre sus semejantes, a través de la palabra hablada, para compartir emociones, conocimientos, estados de ánimo, sentimientos e información, entre otras posibilidades infinitas de la razón y del alma.

Desde sus primeras transmisiones, la radio cautivó a la humanidad con sus asombrosos avances científicos y tecnológicos, pero sólo consiguió seducirla por medio de mensajes sencillos lanzados al aire que, acompañados por cadenciosos ritmos musicales, proporcionaba un sentido mágico a todas las palabras; poco a poco el espacio se inundó de voces errantes dotadas de significados sociales múltiples, dispuestas para quien estuviera pendiente de hallar sonidos en medio del silencio.

Roto el silencio ancestral de la civilización, la radio se convirtió en un medio de comunicación masivo, que logró llevar hasta la intimidad de los hogares una voz articulada, que hablaba a la sociedad de sueños hechos realidad, acontecimientos políticos traumáticos, escenarios fantásticos producto de la imaginación, sucesos culturales importantes en el desarrollo del hombre, consejos domésticos, reflexiones sobre la naturaleza del ser humano, instrucción educativa y de entretenimiento solaz, entre muchos otros aspectos trascendentes sobre la existencia cotidiana, para hacerla un punto de referencia inevitable en la comprensión de la vida misma.

En unos cuantos años, la radio se consolidó como un medio de difusión masivo, al reunir y crear con base en la experimentación diaria todo un conjunto de elementos, recursos, herramientas e instrumentos para dar forma a sus mensajes, contenidos o discurso general; pero transformarse en un auténtico medio de comunicación social sólo fue posible cuando logró sistematizar, mediante una metodología científica esa experiencia práctica; por lo tanto, la radio es el medio de comunicación social que dio origen a una plataforma metodológica sólida cuya finalidad era la construcción de un discurso público atractivo y de interés social.

Asimismo, la radio y sus técnicas discursivas sirvieron de modelo para dar vida a otro medio masivo de comunicación electrónico, surgido en una época posterior: la televisión, invento que al ofrecer sonidos e imágenes se convirtió en un fuerte competidor de la radiodifusión, haciendo que la atención pública se dividiera entre estos dos novedosos sistemas de comunicación; sin embargo, la radio conservó un lugar preponderante en el ámbito de la comunicación social gracias a su ubicuidad, que le permitió llegar a todos los individuos sin importar el lugar, las condiciones del entorno o la actividad que realizaran, pues para recibir sus mensajes sólo se requería disposición para escuchar.

La aventura radiofónica que se inició como un reto científico hace más de un siglo, generó la evolución y desarrollo de los medios masivos de difusión electrónica, con su rica variedad de formas informativas, de entretenimiento o servicio social que compiten entre sí por un auditorio cada día más exigente; en radio, televisión o internet los diversos espacios buscan ofrecer contenidos mixtos que satisfagan las necesidades de un público heterogéneo.

Ante un panorama dominado por los medios de comunicación social, la radio enfrenta el reto de crear programas integrales que ofrezcan entretenimiento, cultura, educación, orientación, servicio social e información, entre otros aspectos, mediante un discurso social novedoso, atractivo y original, con el propósito de hacer frente a las nuevas técnicas de difusión masiva, conservar su auditorio y sobretodo, mantener la tradición por escuchar la voz de sus semejantes a través de las ondas hertzianas.

Pero, lograr competir con formas de comunicación más recientes e innovadoras, de manera exitosa, es un desafío del que la radio sólo puede resultar victoriosa si explota eficientemente todos sus recursos argumentales y auditivos; emplea en forma óptima cada uno de sus procesos, sistemas y procedimientos metodológicos, en la construcción de contenidos sólidos con fines sociales o públicos; y, utiliza al máximo la creatividad e imaginación, para producir emisiones radiofónicas completas, que ofrezcan un discurso elaborado a partir de un planteamiento con mayores elementos de carácter científico.

Actualmente, la radio es el medio electrónico de comunicación masiva con mayor alcance, penetración y tradición en la sociedad, pero llama la atención que aún con su vigencia, respaldo científico y experiencia, la producción de sus mensajes, contenidos o discurso, se siga realizando de manera empírica,

con base en la práctica diaria, mediante el empleo de métodos artesanales e improvisando propuestas sin sustento metódico en cada ocasión nueva.

Pero, si lo anterior fuera poco, como señala Lidia Camacho, en la introducción a su libro sobre *La Imagen radiofónica*, "No obstante que la radiodifusión sigue siendo parte fundamental del México de hoy, y que a ochenta años de su nacimiento, este medio de comunicación se ha convertido en el canal de mayor penetración en nuestro país, es paradójicamente, el menos estudiado. Son escasos los especialistas y francamente pobres los recursos con los que se cuenta para dar a conocer reflexiones y críticas serias sobre la radio"¹.

En el mismo sentido, Pablo Arredondo Ramírez en su texto *Investigación académica sobre radio en México* —donde examina los diferentes tipos de estudios que se han realizado sobre la radio—, sostiene: "Identificamos un grupo de investigaciones de carácter 'legal' (aquellas que se refieren principalmente a los marcos que norman la actividad radiofónica mexicana y a la aplicación real de los mismos); en segundo término, ubicamos a las llamadas investigaciones 'históricas' (aquellas que pretenden dar cuenta de la evolución y desarrollo de la radio en el país); en tercer lugar, nos referimos a los estudios de tipo 'coyuntural' (los que pretenden mostrar la situación del medio en un momento determinado de su historia)"², pero no hace referencia a estudios sobre la conformación del discurso radiofónico.

Por lo tanto, es necesario hacer otra lectura de la radio en general y de su discurso en particular, a fin de encontrar nuevos caminos que conduzcan hacia un planteamiento teórico diferente, sobre los principales procesos metodológicos que hacen posible la construcción sistemática de los mensajes y contenidos del discurso radial.

Así, mediante la investigación sobre los *Programas radiofónicos de personalidad y concepto de larga duración: planeación, estructura y diseño*, se puede comprobar que aun cuando existe una base teórica o metodológica seria para la realización de programas radiofónicos con un fundamento científico, las estaciones radiodifusoras sólo ofrecen emisiones radiales elaboradas con métodos artesanales, donde escasean los conceptos, ante el imperio de las personalidades del cuadrante.

¹ Camacho, Lidia. *La imagen radiofónica*. McGraw Hill, México, 1999, pág. xi.

² Rebel Corella, María Antonieta, et al., *Perfiles del cuadrante*, Trillas, México, 1989, pág. 219.

En busca de ofrecer un punto de vista diferente acerca de la radio y su discurso, se inició un estudio histórico, analítico, comparativo y deductivo, retomando algunos conceptos de la teoría crítica como sustento metodológico para demostrar que a pesar de la evolución constante en la industria radiofónica, ésta sólo emplea dos fórmulas básicas para la realización de sus emisiones estelares, a las que se pudo identificar como programas radiofónicos de personalidad y de concepto; para ello, se examinó la composición de sus mensajes, se identificaron los elementos de su contenido, se estudió su organización y se revisó la articulación general del discurso.

La teoría crítica se convierte en una herramienta metodológica útil para el estudio de la radio y su discurso, porque "se configura, por un lado como construcción analítica de los fenómenos que investiga, por otro lado, simultáneamente, como capacidad de referir dichos fenómenos a las fuerzas sociales que los determinan... (además) la investigación social practicada por la teoría crítica se propone... como un todo"³; es decir, con esta metodología se plantea una investigación que identifica a la radio como parte de la sociedad que la desarrolla y emplea, en una relación simbiótica durante su evolución.

Asimismo, la teoría crítica "quiere evitar la función ideológica de las ciencias y de las disciplinas sectorializadas... Lo que para estas últimas son 'datos de hecho', para la teoría crítica son productos de una específica situación histórico-social: 'los hechos que nos transmiten los sentidos se hallan socialmente prefigurados de dos maneras: a través del carácter histórico del objeto percibido y del carácter histórico del órgano perceptivo. Ninguno de los dos es meramente natural, sino que se han formado a través de la actividad humana"⁴, entonces en esta investigación se analiza a la radio como un sólo objeto de estudio, soslayando su régimen legal, económico y político, sea, concesionada, permitida, pública o comercial, entre otras perspectivas; además, a partir de su historia es posible conocer el origen de cada una de sus partes, así como la función que ejercen para dar forma a un sistema de comunicación completo.

Bajo este ejercicio teórico, la investigación inicia con una revisión histórica sobre los orígenes de la radio como medio de comunicación social, en donde se hace un rápido recorrido por las principales etapas que le dieron sustento

Cfr. Wolf, Mauro, *La Investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectivas*, Paidós, México, 1999, pág. 91.

⁴ *Ibidem.*, págs. 91 y 92.

metodológico y práctico, con el objeto de contar con un marco de referencia amplio para descubrir, conocer, comprender e identificar cuáles son sus recursos o elementos básicos, de dónde surgen, cómo se aplican y qué problemas resuelven; así, al tener plena conciencia de todas las partes que dan vida a la radiodifusión se pueden explorar otras perspectivas discursivas de carácter social.

Después de identificar cuáles fueron los principales elementos que hicieron posible la comunicación masiva por medio de las ondas de radio, el siguiente paso fue analizar cómo se desarrollan los procesos, sistemas, mecanismos o principios metodológicos para juntar, combinar, acoplar, conjugar y concatenar, recursos diferentes con el fin de configurar —por medio de una articulación precisa— contenidos completos, bajo una sola línea discursiva, manteniendo orden, coherencia y consistencia en todos los mensajes dentro de un mismo programa.

Asimismo, a partir de la investigación sobre los diferentes recursos o elementos básicos y procesos metodológicos fundamentales de interacción que se presentan en los programas radiofónicos, fue posible poner en evidencia que sólo existen dos géneros radiofónicos: los musicales y los hablados o de contenido; cada uno con sus propios códigos, normas, reglas y nomenclatura general, destinados a emitir sus mensajes de forma especial.

Al analizar las características generales de estos dos géneros radiofónicos se pudo distinguir que al intentar diversificar sus mensajes y contenidos crearon diversos formatos o modelos, cuya función fue servir como herramientas metodológicas en la producción de su discurso, con la encomienda de seleccionar y conjuntar ciertos elementos, recursos, e instrumentos argumentales, con características particulares, útiles en la producción sistemática de emisiones radiales.

El examen de los géneros radiofónicos hablados y de sus diversos formatos, permitió formular una propuesta teórica que identificó a la planeación, la estructura y el diseño como los elementos fundamentales para construir una guía metodológica, útil en la producción de programas radiofónicos hablados o de contenido en forma científica; es decir, al sintetizar los principales recursos, elementos, herramientas e instrumentos técnicos de los géneros y formatos radiofónicos, así como sus procesos, sistemas o procedimientos metódicos, para interactuar en la configuración de un discurso completo, se

pudo comprobar que la planeación, estructura y diseño podían articular programas radiofónicos conceptuales.

Con el empleo de esta tesis, se procedió a realizar una comparación entre los programas radiofónicos hablados que para producir y transmitir sus mensajes, contenidos o discurso general, hicieran uso de una "personalidad" como único recurso técnico; y los espacios radiales que dieran mayor importancia a la utilización de diversos elementos, recursos, herramientas e instrumentos metodológicos planeados, estructurados y diseñados bajo un concepto total, para construir o difundir su propuesta discursiva.

En los programas radiofónicos hablados de personalidad se pudo comprobar que carecen de planeación, estructura y diseño, porque su atractivo argumental o discursivo se encuentra concentrado en la inteligencia, talento, experiencia, habilidad, destreza, carisma, simpatía e ingenio, por citar algunas cualidades, de un personaje destacado en cualquier disciplina del conocimiento humano.

Por su parte, en la indagación teórica sobre los programas radiofónicos de concepto, fue posible confirmar que estos espacios sí cuentan con una planeación bien definida, una estructura argumental sólida y un diseño estético particular para responder a un concepto general, que se integra a partir de diferentes elementos, recursos, herramientas e instrumentos metodológicos, cuyo objetivo es ofrecer múltiples contenidos de interés social, articulados mediante una propuesta discursiva completa.

Como complemento, se efectuó una exploración acerca del tiempo de duración en los programas radiofónicos de personalidad y concepto, con la finalidad de reconocer cuáles fueron las causas que hicieron crecer en minutos u horas a los diferentes espacios de radio; con ésta, se pudo corroborar que en la producción o realización de una emisión radial con larga duración exitosa, que ofrezca un discurso atractivo, coherente, sólido y consistente, es indispensable contar con una planeación, estructura y diseño como guía metodológica básica, para construir un concepto general que incorpore en su formato múltiples elementos de atracción, buscando mantener el interés por su discurso durante varias horas.

En conclusión, la investigación sobre los *Programas radiofónicos de personalidad y concepto de larga duración: planeación, estructura y diseño*, pretende hacer una lectura diferente acerca de la construcción del discurso que ofrece la radio actual, con el propósito de aportar nuevos elementos de

análisis, para contribuir a unificar criterios en la producción y realización de propuestas radiales, mediante una base metodológica.

Asimismo, el estudio de los *Programas radiofónicos de personalidad y concepto de larga duración: planeación, estructura y diseño*, en síntesis, es un ejercicio teórico que busca propiciar una reflexión conceptual más amplia sobre la radio, desde una perspectiva analítica diferente a las realizadas hasta el momento, cuyo objetivo es retomar algunos elementos del método científico, como soporte fundamental para realizar todas las tareas del quehacer radiofónico y que sirva de apoyo ante los nuevos desafíos impuestos por la sociedad, a los cada vez más sofisticados medios de comunicación colectiva.

Sin duda, surgirán otros medios de comunicación, con novedosas y complejas formas de transmitir sus mensajes, pero la radio seguirá seduciendo a la humanidad por medio de voces errantes que continuarán inundando el espacio con palabras cálidas, para hablarle de conocimientos prácticos, de servicios sociales indispensables, de consejos familiares elementales y de noticias importantes en la vida de la comunidad, pero ante todo de sueños mágicos hechos realidad, mediante un discurso elaborado a partir de una planeación, una estructura, un diseño científico y una buena dosis de imaginación, para concebir más sueños.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Al enunciar la palabra radio frente a un grupo de personas, ésta puede generar diferentes connotaciones. por ejemplo, para un estudiante de ingeniería puede significar la línea recta que une al centro de un círculo con su circunferencia; en química representa un elemento de la tabla periódica; los interesados en el estudio de las palabras dirían que el vocablo se deriva de *radius*, referencia del rayo en latín; en física puede entenderse como un fenómeno de ondas electromagnéticas que hace posible la interacción entre dos puntos distantes; las ciencias sociales lo consideran un medio electrónico de comunicación masiva; y para una ama de casa es un simple instrumento de entretenimiento e información. Pero más allá de las definiciones que se le puedan encontrar a la palabra, ésta siempre se asocia con los conceptos de comunicación social y sobretodo con el primer medio electrónico de comunicación masiva: la radio.

Sin duda, en nuestros días la radio representa todo un concepto de comunicación social, pero no siempre fue así, pues para que un diminuto aparato pudiera atrapar la atención de la humanidad mediante sonidos, en forma de voz o música, fue necesario descubrir los más elementales principios físicos, desarrollar técnicas nuevas en el campo eléctrico e inventar todo un sistema tecnológico que hiciera posible la hazaña de la comunicación a distancia, sin necesidad de emplear cables.

Entendida como medio de comunicación masiva, la radio es un elemento indispensable para poder entender el desarrollo científico, tecnológico e histórico de todo el siglo XX, pues ningún personaje, invento o acontecimiento de importancia escapó a sus micrófonos; es, también, parte fundamental de la cultura, porque de ella emana arte, fantasía, educación, entretenimiento e información, elementos que ejercen una influencia decisiva para el desarrollo de la conciencia en la sociedad.

La radio rompió el silencio en el espacio y se convirtió, con un discurso articulado, en la voz de la civilización; voz que al ser escuchada, seduce los sentidos, inspira al espíritu, acompaña la soledad, recrea momentos de nostalgia, y sobre todo despierta, una vez más, la imaginación del hombre que la ha creado.

El sueño de omnipresencia del ser humano, se hizo realidad mediante la radio, pero para alcanzarlo fue necesario el genio de muchos hombres, que con su esfuerzo dieron vida no sólo a un sueño, sino a un milagro: la radio

1.1 La radio

Para entender a la radio como un medio de comunicación, es necesario conocer la evolución de los fenómenos físicos que la hicieron posible, así como a los hombres que consiguieron crear los avances técnicos y tecnológicos para hacer realidad la transmisión de sonidos, voces o música a través del espacio.

Algunos estudiosos de la radio marcan el nacimiento del primer medio electrónico de comunicación masiva, con las investigaciones e inventos realizados por el italiano Guillermo Marconi, "Definitivamente, si debemos hablar de algún padre de la radiodifusión, ese título le corresponde a Marconi".¹

Mediante un par de experimentos realizados en el verano de 1895, en los terrenos de la granja familiar localizada en Potencio, Marconi logró establecer una débil señal, en código Morse, entre dos puntos distantes, sin que mediara conexión alguna.

"Mientras tanto, en el granero de la finca, Guillermo Marconi se dispone a pulsar, con mano que el nerviosismo hace temblorosa, los tres puntos que en el alfabeto Morse define la letra S. Sus ojos se fijan obsesivamente en el distante pañuelo blanco que dará la señal de que se ha efectuado la transmisión.

"Por tres veces consecutivas, se oprime el pulsador. Y antes de que haya terminado, ya el pañuelo ondea alegremente.

"¡Es la señal de la victoria!

"Por fin se ha logrado la transmisión de ondas electromagnéticas a una distancia verdaderamente considerable: casi un kilómetro.

"Lo que se había negado a tantos y tantos hombres de ciencia, se brindaba ahora a un joven de sólo 23 años de edad...

"Por fin ha logrado lo que nadie antes, él obtuvo: dominar a la Naturaleza y abrir, según sus deseos, amplios caminos a la comunicación entre los hombres".²

¹ De Anda y Ramos, Francisco, La radio, el despertar del gigante, Trillas, México, 1997, pág. 28.

² Stone, Pablo, La radio, Olumo, México, 1978, págs. 12-13.

Guillermo Marconi es el personaje que sintetiza el conocimiento y los avances técnicos obtenidos gracias al estudio de las ondas electromagnéticas hasta 1895; pero sería injusto considerar a Marconi como el inventor único de la radio y su desarrollo, porque "Ninguno de los medios de comunicación que han puesto en marcha las diferentes Formaciones Sociales humanas ha nacido sin pasado, esto es, ha surgido sin una larga parentela de hallazgos, nuevos materiales, inventos e ideas a que estará ligado en el transcurso de su existencia".³ Así, la radio debe considerarse como la suma de conocimientos, respuestas técnicas y soluciones tecnológicas que realizaron cientos de hombres, en naciones diversas, para lograr la comunicación masiva en forma electrónica.

Comprender la radio en su justa dimensión exige remitirse a sus orígenes y sus antecedentes más remotos, los podemos localizar en los sencillos experimentos realizados por el hombre con la electricidad estática, que se manifiesta al frotar la superficie de un objeto con otro; pero generar energía eléctrica y almacenarla fue un reto mayor que llevó muchos años de investigación.

Fue hacia el año 1800, cuando el físico italiano Alessandro Volta comprobó que al sumergir placas de dos metales distintos en una solución ácida alcalina o salada, se producía una corriente eléctrica en un cable que las conectaba. Un año después, el 21 de noviembre, Alessandro presentó su invento a la Academia de Ciencias de París, denominado *Pila de Volta*, este instrumento que consistía en disponer una serie de láminas de zinc y plata, unas encima de otras en pares, cada una separada, mediante un paño o disco de papel empapado en agua salada, era capaz de generar energía eléctrica y acumularla a la vez.

La presentación de *la pila voltaica* fue todo un acontecimiento porque abrió una amplia gama de posibilidades para el estudio de la electricidad y provocó que investigadores de otras especialidades dirigieran sus trabajos hacia los fenómenos eléctricos, como el inglés Humphry Davy, miembro de la Royal Institution de Londres que, además de sus estudios en esta materia, tuvo el acierto de aceptar, en 1813, a su compatriota Miguel Faraday, de 21 años, como ayudante de laboratorio; actividad que realizó durante varios años,

³ Septién Crespo, Jaime, *La industria de la radio y televisión en México*, Tomo 1, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, México, 1991, pág. 27.

donde adquirió la destreza y disciplina necesaria para emprender sus propias investigaciones.

En noviembre de 1831, Miguel Faraday logró establecer las leyes del electromagnetismo al descubrir que el magnetismo y la electricidad no eran elementos distintos, sino que uno podía generar al otro y viceversa. Asimismo, demostró que una corriente eléctrica podía engendrar a otra similar, a distancia, por su sola presencia, sin necesidad de hilos conductores. Con las investigaciones, realizadas durante más de tres décadas, Miguel Faraday pudo elaborar su teoría de la inducción magnética que abrió el camino hacia la comunicación a distancia.

"En los descubrimientos de Faraday se halla todo el fundamento del posterior desarrollo de los estudios acerca de la telefonía y la radiotelefonía. Y aunque él no llegase a preverlo, su investigación ha hecho viables los actuales progresos científicos en el campo de la comunicación a través del éter".⁴

Mediante sus estudios, Miguel Faraday concibió la idea de que la electricidad y la luz no eran elementos totalmente diferentes, pero nunca pudo demostrarlo, fue el escocés James Clerk Maxwell, quien en 1864, al dar a conocer la teoría electromagnética de la luz estableció la existencia de las ondas electromagnéticas y su modo de propagación en el espacio, es decir, con cálculos teóricos descubrió que la luz se movía en ondas. Maxwell, también observó que se podía dar una interacción entre dos circuitos eléctricos, alejados entre sí, debido a un acoplamiento magnético, a este fenómeno se le conoció como radiación.

A la muerte de James Clerk Maxwell, en 1879, ya se podía generar energía eléctrica a distancia, se sabía que las ondas electromagnéticas se desplazaban por el espacio en forma de ondas y se tenía la certeza de hacer interactuar dos circuitos eléctricos mediante el fenómeno denominado radiación, pero todavía nadie explicaba la manera de crear ondas electromagnéticas en el espacio; fue hasta 1883 cuando George F. Fitzgerald explicó la forma de producir las ondas electromagnéticas e identificó el fenómeno como inducción de la radiación.

Entre 1887 y 1888 Heinrich R. Hertz, científico germano de la Universidad de Kiel, fue el personaje que tuvo el honor de producir, por primera vez, ondas de

⁴ Stone, Pablo, *Op. cit.*, pág. 8.

radio en un laboratorio; un año antes había logrado medir la longitud y frecuencia de las ondas electromagnéticas.

“Las ondas teóricas de Maxwell fueron demostradas por el físico alemán Heinrich R. Hertz. Para ello descargó una batería eléctrica sobre una bobina conectada a dos esferas de metal muy próximas. Durante la descarga saltó una chispa de una esfera a la otra. A cierta distancia, Hertz sostenía un aro abierto de alambre en cuyos extremos se hallaban otras dos bolas de metal a la misma distancia que las primeras. A pesar de que no había conexión entre ellas, cuando una chispa saltaba entre el primer par de esferas, otra lo hacía entre el segundo. Hertz demostró que las ondas electromagnéticas pasaban de un par de esferas al otro y generaba una corriente en el aro de alambre”.⁵

Con su experimento Hertz mostró al mundo que era posible transmitir señales eléctricas u ondas hertzianas, entre dos puntos separados por cierta distancia; con esto completó los estudios de Faraday y comprobó las teorías de Maxwell, pero lo más importante fue que instrumentó la forma de producir, de manera artificial, señales para comunicar dos puntos sin necesidad de conexión por cables.

El experimento de Heinrich R. Hertz generó nuevas inquietudes en la comunidad científica; tantas que en 1890, el profesor francés Eduoard Branly inventó el cohesor, tubo detector de ondas o radio conductor, para detectar ondas de radio y convertirlas en corriente eléctrica, que a su vez podía ser utilizada para otro fin, como el de hacer sonar un timbre, por ejemplo.

Cinco años después, Guillermo Marconi fue el personaje que sumó el conocimiento de la humanidad, obtenido hasta la fecha, y con ingenio lo sintetizó en la creación de un sistema capaz de emitir una señal que podía ser captada a varios kilómetros de distancia, sin requerir una conexión. Sin embargo, este rudimentario aparato de radio tendría que incorporar la creatividad de otros visionarios para poder dar vida a una nueva actividad: la comunicación radial.

Para entender el fenómeno físico que hizo posible la radiocomunicación tomemos las palabras de Fedor Yorlov quien explica:

⁵ Inventos que cambiaron el mundo, el genio práctico del hombre a través de los tiempos, Selecciones del Reader's Digest, México, 1983, pág. 271.

“Cuando arrojamos una piedra al centro de un lago, se producen unos círculos concéntricos que se propagan sobre la superficie del mismo. Se trata de una vibración que se ha irradiado a partir de un foco emisor. Pues bien, las ondas pueden definirse como un movimiento vibratorio: las ondas empleadas en las radiocomunicaciones, u ondas hertzianas, también se propagan de un modo semejante, pero con la notable diferencia de que su naturaleza es electromagnética y su velocidad de propagación es fabulosamente alta: 300, 000 kilómetros por segundo...

“Las ondas de radio tienen la misma naturaleza que las ondas de luz y de calor, y se propagan por lo tanto a la misma velocidad. Sin embargo se diferencian entre sí por su frecuencia o longitud de onda...

“Las ondas empleadas en las comunicaciones por radio tienen una frecuencia comprendida entre los 500 mil ciclos por segundo (o seiscientos metros de longitud de onda) y los 30 millones de ciclos (o diez dos metros de longitud de onda)...

“Las ondas de radio son transmitidas o irradiadas por una antena emisora y se propagan desde aquel punto en todas direcciones. Las ondas de longitud más largas, sin embargo, se propagan siguiendo la línea de la superficie terrestre y su alcance no es muy grande, aunque esto depende de factores muy variables...

“Estas ondas, que viajan por el espacio transportando voces y música, se denominan ondas portadoras, porque se utilizan para transportar sonidos...

“Cuando una de estas viajeras ondas portadoras encuentra una antena receptora, que suele estar formada por un hilo de cobre situado a cierta altura del suelo, hace aparecer en ella una débil corriente eléctrica que el aparato receptor amplifica y transforma en sonidos audibles, gracias a unos tubos termoiónicos, o válvula de radio, cuyo principio fue enunciado en 1900 por Lee de Forest...

“Los receptores de radio están formados por una compleja red de circuitos eléctricos y de válvulas, destinados a convertir las señales de alta frecuencia que ha recogido la antena en señales audibles de

baja frecuencia, pues el oído humano sólo percibe los sonidos cuya frecuencia se halle comprendida entre los 20 y 20 mil ciclos por segundo...".⁶

Por sus investigaciones, experimentos e inventos, Marconi fue distinguido con el Premio Nobel de Física en 1909, además de recibir el título de "Marqués de Italia"; en los negocios la suerte también le sonrió, pero lo más importante fue legar a la humanidad un instrumento que superó su propia imaginación, al hacer realidad los sueños más increíbles del hombre, y en ese camino — alimentado con la misma creatividad e ingenio— dio origen a la radiodifusión.

1.2 Desarrollo de la radiodifusión

La radio es producto de un desafío científico, cuyo principal interés fue la obtención de conocimiento y experiencia en un intento de dominar a la naturaleza; en cambio, la radiodifusión es el resultado de un dinámico proceso industrial, que responde a intereses particulares por controlar a la sociedad.

Sobre este asunto, María Cristina Romo Gil comenta que "La radio nació por la enorme necesidad que tiene el ser humano de comunicarse en todas las formas posibles. A diferencia de los otros medios de comunicación, se origina por una imperiosa necesidad de comunicarse con los barcos en altamar. No nació como 'la radiodifusión' propiamente, medio de comunicación social capaz de enviar un mensaje a las masas, sino como un medio que podía poner en comunicación a dos sujetos en circunstancias muy particulares, en las que la retroalimentación era indispensable. La invención de la radio no fue un hecho fortuito, fue un hecho buscado".⁷

Si bien Guillermo Marconi logró crear los instrumentos técnicos para establecer comunicación de mensajes a distancia, mediante la utilización de clave morse, dar el gran paso entre radio y radiodifusión requirió de algunos años, y sólo fue posible gracias al vertiginoso desarrollo tecnológico que llevaron a cabo científicos, empresarios e inventores de nacionalidades diversas.

⁶ Fedor Yorlov *Apud*, Guajardo, Horacio Teoría de la comunicación social, la televisión, Valle de México, México, 1994, págs. 45-47.

⁷ Romo Gil, María Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1987, pág. 31.

No es posible intentar definir a la radiodifusión, sin entender su evolución tecnológica e histórica, por ello es indispensable revisar las principales realizaciones técnicas que la hicieron avanzar y hacer un recorrido por los acontecimientos sociales más importantes en su consolidación.

Un paso muy significativo en el camino hacia la radiodifusión, fue el hecho de que Guillermo Marconi echó mano de un invento ya utilizado como medio de comunicación a distancia, usado desde 1843 e inventado por Samuel Morse, pero que tenía el inconveniente de requerir conexión por medio de cable: el telégrafo eléctrico. Marconi, utilizó parte de su tecnología y su código para transmitir el primer mensaje: la letra S en clave morse. "El transmisor era un descargador múltiple de Righi, alimentado por una bobina que dependía de una llave de telégrafo".⁸

Con un nuevo instrumento de comunicación entre las manos, en 1896 Guillermo Marconi acudió a las autoridades de su país en busca de apoyo para continuar con el desarrollo de su invento; pero sin obtener resultados positivos, porque "los gobernantes le respondieron fríamente que semejante invento carecía de todo interés y nadie podía tomarlo seriamente en consideración".⁹

El joven inventor no se desanimó y —con recursos económicos aportados por la familia— embarcó hacia Inglaterra en busca de ayuda financiera para idear mejores y nuevas aplicaciones a la obra técnica que había diseñado. "Toda la fuerza de Inglaterra estaba en el mar; seguramente la posibilidad de la telegrafía sin hilos interesaría a esta nación".¹⁰

Durante su travesía hacia el Reino Unido, Marconi realizó una demostración de su invento a un miembro de la tripulación del buque británico que lo transportaba, quien sorprendido y maravillado le ofreció presentarlo con William Preece, ingeniero en jefe de la Post Office inglesa; el encuentro se llevó a cabo durante el mes de febrero, en Londres, y como resultado de la entrevista, el funcionario de la oficina de correos le brindó todo su apoyo. Preece no fue el único funcionario inglés interesado en los experimentos del científico italiano, meses después, H. B Jackson, capitán de la armada, sostuvo un encuentro con él y se dieron cuenta que ambos trabajaban en asuntos muy

⁸ Stone, Pablo, *Op cit.*, pag. 30.

⁹ *Ibidem.*, pág. 13.

¹⁰ Romo Gil, María Cristina, *Op cit.*, pág. 33.

parecidos, pues Jackson había realizado pruebas similares a las de Marconi, pero en el océano.

Radiotelegrafía

En menos de un año, dos instituciones inglesas unieron esfuerzos con el investigador italiano y pasó de hacer demostraciones —que en su momento fueron grandes hazañas, como el envío de señales en código morse entre dos edificios de correos separados por unos 247 metros o las pruebas realizadas en la llanura de Salisbury donde pudo establecer comunicación a seis kilómetros y medio— a solicitar su primera patente para enviar señales a través del espacio, que le otorgó el gobierno inglés el 2 de junio de 1896. Al año siguiente, Marconi puso en comunicación dos embarcaciones situadas mar adentro con el puerto, el barco más distante se hallaba a 16 kilómetros.

Las proezas del radiotelégrafo continuaron, con cada prueba realizada el sistema se iba perfeccionando porque incorporaba nuevos dispositivos como la antena, inventada por el filósofo ruso Alexander Feodorovitch Popoff en 1895, con la cual logró poner en comunicación puntos cada vez más distantes; con eso atrajo la atención hasta de la reina Victoria. Además, el 3 de junio de 1898, Marconi alcanzó uno de sus éxitos más importantes: inauguró el primer servicio radiotelegráfico regular, para enlazar la isla de Wight y la localidad de Bournemouth, separadas por 23 kilómetros.

La visión científica de Marconi siempre estuvo acompañada por una motivación comercial, por ello, poco tiempo después de conseguir la patente de su invento, creó su propia empresa, en sociedad con su primo Jameson Davies dedicado a la producción de whisky, "...en julio de 1897 fundó la Wireless Telegraph and Signal Co. Ltd. con un capital de 100 mil libras. La compañía patentó su invento en todas las naciones salvo en Italia, donde Marconi hizo concesiones especiales al gobierno. En 1900 se cambió el nombre de la compañía por Marconis Wireless Telegraph Co...".¹¹

Para 1899 Guillermo Marconi ya no sólo enviaba mensajes entre dos puntos distantes, en tierra o en altamar, fue más lejos, se dispuso a unir dos naciones por medio de la radiotelegrafía; logró su objetivo al establecer comunicación entre las costas de Francia e Inglaterra que se encuentran separadas por el Canal de la Mancha. Ese mismo año, gracias a la magnitud de su trabajo, fue

¹¹ Beck, *Apud*. De Anda y Ramos, Francisco, *Op. cit.*, pág. 31.

invitado por el diario norteamericano *New York Herald* e inició la conquista de Norteamérica. "Marconi percibe el gran mercado de Estados Unidos y funda ese mismo año la American Marconi Company, e inmediatamente después la Marconi International Marine Communication Co. Ltd., con la idea de comunicar barcos con tierra firme".¹²

También, en 1899, aconteció un hecho que pondría de manifiesto las ventajas de contar con un radiotelégrafo en todas las embarcaciones: el 3 de marzo un barco pesquero, a punto de naufragar, que contaba con un "estorboso" aparato de radiotelegrafía, envió varios llamados de auxilio a la costa, con ésta acción se salvó la vida de toda la tripulación. La utilización del radiotelégrafo, como medio de comunicación, se convirtió en un requisito para las operaciones náuticas; al tener una aplicación práctica, el radiotelégrafo dejó de ser una simple curiosidad técnica, se transformó en un medio de comunicación y fue la semilla de la cual surgió la radiodifusión.

A mediados de 1900, Marconi, junto con todo su equipo de investigadores, inició los trabajos necesarios para intentar establecer comunicación radiotelegráfica entre dos continentes. "En 1899, había estaciones que podían enviar radiogramas de Francia a Inglaterra. Dos años después, no hubo dificultad en enviarlos a 300 kilómetros. Poco después, Marconi hacía el gran experimento de enviarlos a través del Atlántico. El día en que se mandó por primera vez uno de esos mensajes a través del océano fue realmente memorable para la humanidad.

"Se instaló una estación para crear las ondas en Cornualles, en la costa oeste de Inglaterra. Tenía un poder muy superior al de cualquiera de las anteriores; pero aún así, algunos ingenieros temían que las ondas no viajaran alrededor de la superficie curva de la tierra, mientras que, según otros, serían demasiado débiles para ser detectadas a través del océano.

"Pero Marconi tenía confianza. Cuando la estación inglesa estuvo pronta, fue a Terranova (Canadá). En poco tiempo preparó su receptor y se dispuso a escuchar. Había dicho a los que dejó encargados de la transmisión en Inglaterra que enviaran la letra 'S', a cierta hora, cada día. El 12 de diciembre de 1901 Marconi oyó por primera vez los tres golpecitos que representan la letra 'S' en el

¹² De Anda y Ramos, Francisco, La radio, el despertar del gigante, Trillas, México, 1997, pág. 31.

código morse. Había oído el primer mensaje enviado a través del Atlántico".¹³

El mismo año de 1900, Marconi obtuvo la famosa patente número 7777, *Improvements in Apparatus for Wireless Telegraphy*, hecho que representa el inicio de la explotación comercial de las comunicaciones inalámbricas; su primer cliente fue The British War Office quien de inmediato instaló en todos sus barcos equipo radiotelegráfico para comunicarse, de ahí en adelante fue obligatorio el uso de este instrumento en todas las actividades marítimas.

La mente inquieta del inventor italiano no sólo se limitaba a la creación de instrumentos técnicos o a la comercialización de sus patentes, también se dio a conocer como prestador de servicios informativos, pues desde 1899 a bordo de un yate, ofreció los pormenores de la Copa América a los diarios neoyorquinos; cinco años más tarde, otros de sus clientes siguieron su ejemplo, como la empresa naviera Cunard Line, quien imprimió para sus buques periódicos y boletines con información proveniente de tierra firme. "Los barcos que navegaban por altamar comenzaron a recibir noticias de lo que ocurría en el mundo, y en 1904 los grandes trasatlánticos imprimían ya, todos los días, periódicos a bordo".¹⁴

Durante la primera década del siglo XX, la marina de guerra, así como la actividad náutica, en general, eran las principales beneficiarias con el uso del radiotelégrafo como medio de enlace. "Los marinos de guerra fueron los primeros en utilizarla para romper el aislamiento de los navíos y coordinar los movimientos de las escuadras. Las potencias coloniales crearon a partir de las grandes estaciones emisoras una red que unía sus metrópolis con el resto del mundo... La marina mercante siguió ese ejemplo: a partir de 1910 los paquebotes que partían de los puertos norteamericanos debían estar provistos de un telégrafo sin hilos, y el naufragio del Titanic, el 15 de abril de 1912 aceleró esa decisión".¹⁵ Pero aún con todo su desarrollo, la transmisión de mensajes en radiogramas resultaba difícil de comprender para todos aquellos que no estuvieran familiarizados con el sistema, por lo tanto, no era posible considerarlo como un auténtico medio masivo de comunicación social.

¹³ *Nueva enciclopedia temática, oficios, comunicaciones, transportes*, Tomo 6, Cumbre, México, 1978, pág. 313.

¹⁴ *Nueva enciclopedia temática, Op. Cit.*, pág. 31

¹⁵ Albert, Pierre y Tudesca, André-Jean, *Historia de la radio y la televisión*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981, pág. 17.

Radiotelefonía

Ante la necesidad de contar con una herramienta de comunicación que no empleara un código especial para ser comprendida, el físico de origen canadiense, Reginald Aubrey Fessenden, realizó desde 1900 experimentos para intentar transmitir la voz a distancia, sin necesidad de utilizar hilos de por medio; para lograr su objetivo, combinó la tecnología del radiotelégrafo y del teléfono, inventado en 1876 por Elisha Gray pero patentado por Alexander Graham Bell. Tras varias pruebas que se prolongaron más de un lustro, la noche de navidad de 1906 Fessenden consiguió transmitir música y voz desde una estación inalámbrica construida en Brant Rock, Massachusetts; en su experimento utilizó un micrófono para transformar las ondas de radio en voz electrónica.

Considerada la primera emisión de radio, la transmisión fue captada por algunos marinos que se encontraban en altamar, los cuales fueron avisados con anterioridad. "Después de un momento escucharon una voz humana y luego una mujer cantando. Llamaron a sus oficiales y en ese momento la cabina del telégrafo en cada nave estaba llena. No podían creer lo que oían. Luego Fessenden leyó de la Biblia: 'Gloria a Dios en el cielo, y en la tierra...' y tocó el violín. Les deseó feliz Navidad, prometió otra emisión en Año Nuevo".¹⁶

Escuchar voz o música fue posible gracias a la invención de nuevos instrumentos técnicos derivados de los estudios realizados por Thomas Alva Edison, como la válvula termoiónica o bulbo, inventada por el británico John Ambrose Fleming, en 1904, que mejoró el estadounidense Lee De Forest, y al perfeccionamiento de otros como la antena, el micrófono y las bocinas. Además, el desarrollo de la radiotelefonía generó una intensa competencia entre los científicos Reginald Fessenden y Lee De Forest; hacia 1907, el primero realizó una transmisión radiotelefónica en la costa oriental de Estados Unidos que cubrió 360 kilómetros de distancia; el segundo, por su parte, al año siguiente logró una emisión desde la Torre Eiffel donde difundió música de fonógrafo a 800 kilómetros.

Un hecho de importancia singular que no puede pasar desapercibido — en la ruta hacia la radiodifusión—, fue el protagonizado por el tenor italiano Enrico

¹⁶ Romo Gil, María Cristina. *Op. cit.*, pág. 34.

Caruso en 1910, cuando Lee De Forest instaló su equipo en el Metropolitan Opera House de Nueva York, para transmitir en directo la función operística; fue difícil distinguir con claridad las voces de los artistas, por las características de la nueva tecnología, pero el acontecimiento puso de manifiesto posibilidades inéditas en el uso de la comunicación a distancia.

Como había sucedido con el telégrafo sin hilos, poco a poco se logró mayor alcance en la transmisión de voz y música a distancia, Marconi quien nunca se mantuvo ajeno de esos avances, mediante la American Telephone And Telegraph Company hizo que la voz cruzara el Océano Atlántico en 1915; para ello instaló una parte de su equipo en una estación naval de Estados Unidos, situada en Arlington, Virginia, y otra en una base militar francesa, ubicada en lo alto de la Torre Eiffel; la prueba permitió que la voz se escuchara a 5 mil kilómetros.

Aunque la experimentación radiotelefónica se realizaba con frenesí por parte de la comunidad científica, a muy pocas personas les interesaba el invento como medio de comunicación; la gente le encontraba muchas desventajas: su señal carecía de claridad, pensaban que sólo se escuchaba ruido; era incómodo, pues había necesidad de usar audifonos para comprender algo; no ofrecía privacidad, cualquier persona podría enterarse de una conversación; el equipo resultaba difícil de operar en el uso cotidiano; y por si fuera poco, los empresarios consideraban poco rentable invertir en esa actividad, porque su público era muy limitado.

Radiodifusión experimental

El sueño de mandar la voz al aire y transmitirla a través del espacio, para poder ser captada en lugares distantes, se había hecho realidad; la voz ya se escuchaba no sólo en los alrededores de la vecindad, ciudad, estado, país o continente, ahora era posible enviarla al otro lado del mundo, pero se necesitaba crear una forma capaz de hacer que esta voz fuera escuchada por toda la humanidad.

Al estallar la Primera Guerra Mundial el 28 de julio de 1914, con el asesinato de Francisco Fernando, heredero al trono del imperio austro-húngaro, las investigaciones sobre radiotelefonía fueron controladas por el ejército de las potencias en conflicto, que buscaban obtener mejores sistemas de comunicación para sus operaciones bélicas. La lucha armada entre los países del continente europeo no frenó el desarrollo de las comunicaciones

inalámbricas, pero sí detuvo la feroz competencia por obtener las patentes o los derechos de explotación comercial de los nuevos inventos, creados para mejorar la transmisión de voz.

Algunos científicos fueron atraídos por las fuerzas armadas y el llamado del nacionalismo los hizo enlistarse en el ejército para servir a su país, como el estadounidense Edwin Howard Armstrong —diseñador, en 1912, de un sistema amplificador, que terminó con la necesidad de usar auriculares para escuchar la voz— asignado al cuerpo de señales de la armada y enviado a París, lugar donde desarrolló, en el transcurso de 1917, los transmisores y receptores para avión. Un año más tarde, la mente de Armstrong creó un circuito, denominado superheterodino, que permitía la sintonía libre de ruido o interferencia.

Al fin de la Gran Guerra, en 1918, se modificó el mapa político de Europa con el surgimiento de nuevas naciones; durante el conflicto bélico, los gobiernos de todo el mundo descubrieron la importancia de contar con el sistema de comunicación inalámbrico accesible, de gran cobertura y que combinara los dos medios de comunicación existentes: telégrafo y teléfono; pero la sociedad todavía no se convencía de sus beneficios, aún cuando la voz del hombre ya se escuchaba con calidad y sin dificultades mayores.

Sin embargo, poco a poco, el interés por captar las señales difundas por las estaciones experimentales fue en aumento y para 1920 empezaron a proliferar los artesanales radios de galena, construidos por noveles aficionados a las transmisiones radiales, quienes esperaban escuchar alguna novedad, pero en muchas ocasiones se quedaban sin recibir mensajes difundidos desde tierras lejanas, porque las emisiones no se realizaban de manera continua. "La fundación de las primeras estaciones emisoras de radio, a menudo, fue la obra de productores de material radioeléctrico que querían divulgar sus experiencias y popularizar sus técnicas difundiendo conciertos o noticias".¹⁷

Las condiciones más elementales de la radiodifusión surgieron en forma casi espontánea: por una parte existía una activa comunidad científica e industrial dedicada al perfeccionamiento de los instrumentos necesarios para la transmisión de voz a distancia y, por otra —a partir de la experimentación—, se generaba un selecto auditorio dispuesto a escuchar los mensajes emitidos

¹⁷ Albert, Pierre y Tudesa, Andre-Jean, *Op. cit.*, pág. 22.

durante las pruebas que pretendían mejorar la comunicación a través de las ondas de radio.

Radiodifusión pública

Resulta complicado señalar lugar y fecha exacta del inicio de la radiodifusión auténtica, porque en sus inicios la emisión de señales, realizada en forma simultánea en varias partes del mundo, no tenía el propósito de captar la atención de un público o auditorio determinado en forma previa; es decir, los experimentos se generaban para perfeccionar un instrumento que permitiera la transmisión de la voz, sin necesidad de ocupar conexiones por cable, no para desarrollar un medio de comunicación diferente.

En cambio, si es posible indicar con precisión que la radiodifusión pública arrancó en la ciudad de Pittsburgh, Pensilvania, el 2 de noviembre de 1920, a las ocho de la noche, mediante el lanzamiento al aire de la KDKA — propiedad de la empresa Westinghouse Electric and Manufacturing Company—, primera estación autorizada de manera oficial, que ofreció una emisión continua por más de cuatro horas e informó a sus receptores, de todos los detalles sobre el triunfo de Warren G. Harding, candidato republicano a la presidencia de Estados Unidos, ante el aspirante demócrata de apellido Cox.

Pero sobre este asunto, diferentes autores aseguran que en realidad la primera transmisión pública de radio se realizó en la ciudad británica de Chelmsford, el 23 de febrero de 1920, por una emisora experimental propiedad de Guillermo Marconi, autorizada por la oficina postal inglesa, donde la señal, de contenido musical se escuchó en forma regular durante catorce días, antes de ser suspendida por razones poco claras; después de superar diversos obstáculos, la empresa consiguió un nuevo permiso para transmitir —con ciertas limitaciones impuestas por las autoridades— en 1921 y luego otro en 1922.

Se dice que las dificultades de Marconi, en el trayecto hacia la obtención del visto bueno para realizar sus actividades radiofónicas, se debían al recelo de las autoridades galesas contra el inventor italiano; actitud que dio origen a la creación de la BBC, el 4 de noviembre de 1922. "Ante el malestar surgido porque Marconi tenía aparentemente todos los privilegios, se crea la British Broadcasting Company, en la que entran a formar parte todos los interesados

en la radio, pero bajo el control directo de la Post Office y con la prohibición expresa de incluir publicidad".¹⁸

Asimismo, existen datos sobre otras estaciones norteamericanas que pretendían ser consideradas como la primera emisora de radiodifusión pública, entre ellas se pueden mencionar la WHA, operada por el departamento de Física de la Universidad de Wisconsin; la WWJ, creada por William E. Scripps e instalada en Detroit, Michigan; la KQW de San José, California; y la WBZ de Springfield, Massachusetts, que realizaban transmisiones desde 1912.

De las emisoras anteriores sólo la WBZ podría ser considerada como la primera estación de radiodifusión pública, porque cumple de manera total con los cinco criterios que Francisco de Anda establece para las emisoras públicas: 1.- emplear ondas de radio, 2.- enviar señales no codificadas, 3.- realizar un servicio de comunicación organizado y en forma continua, 4.- ofrecer un contenido para satisfacer a todo tipo de público y 5.- contar con licencia o permiso para impartir el servicio. Es probable que el crédito de primera estación de radiodifusión pública se le otorgue a la KDKA, porque el contenido de su transmisión inicial, era de interés no sólo para los ciudadanos de Estados Unidos sino para el mundo entero.

Es importante voltear hacia las estaciones pioneras en la radiodifusión pública, porque —en su afán de ser primeras— establecieron las bases de la actividad radiofónica actual; por ello, cuando sus transmisiones dejaron de dirigirse a un público especializado y empezaron a realizar emisiones atractivas, con el propósito de captar la atención del mayor número de personas, se inició un impresionante auge de la radiodifusión que, también, dio origen a una industria diferente capaz de cambiar los hábitos y costumbres de toda la sociedad.

Las primeras radiodifusoras con transmisiones públicas, eran auspiciadas por empresas dedicadas a la fabricación de instrumentos eléctricos, cuyo único interés consistía en crear un mercado para vender aparatos receptores de señales radiofónicas; otras formaban parte de universidades prestigiosas concentradas en la formación de investigadores capaces de desarrollar nuevos instrumentos técnicos. La euforia radiofónica provocó que en menos de un año

¹⁸ De Anda y Ramos, Francisco, *Op cit.*, pág. 54.

se vendieran más de diez mil aparatos receptores y se autorizaran 670 permisos para operar nuevas emisoras.

“Es la época del gran auge, surgen estaciones por todos lados, la producción de receptores es insuficiente a la demanda; pero es tal el furor, que muchas veces se lanzan al aire estaciones sin planeación y se da el caso de que entre marzo y julio de 1923, 143 emisoras en Estados Unidos tienen que cerrar por razones económicas”.¹⁹

Radiodifusión comercial

Desde la gestación misma de la radiodifusión, sus creadores plantearon la fórmula para garantizar el desarrollo, éxito y permanencia de la radio. Lee De Forest fue uno de los primeros personajes que concibió la idea de transmitir contenidos patrocinados con publicidad, pero el controvertido David Sarnoff imaginó la forma de hacer atractiva y rentable una estación radial.

De origen ruso, Sarnoff se inició a muy temprana edad en los procesos previos a la radiodifusión, en 1912, cuando tenía 21 años trabajaba como operador de radiotelégrafo en la American Marconi, actividad que le permitió atestiguar la tragedia del Titanic, pues durante 72 horas, recibió y transmitió, toda la información generada durante el accidente. Hacia 1916 David Sarnoff, entonces asistente del gerente de compraventa de la compañía, redactó un mítico memorándum dirigido a sus jefes inmediatos, donde manifestaba sus inquietudes y planes para hacer del radioteléfono, un medio de comunicación masivo de carácter social. “Pero la American Marconi Co., se mostró tan escéptica que su junta de directores se rió de buena gana ante lo que consideraban una locura, y rechazó de plano la idea”.²⁰

Aunque existen versiones diferentes sobre el contenido del memorándum de Sarnoff, aún se puede disponer de un panorama general del mismo, por ejemplo, los investigadores Melvin L. de Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach ofrecen el siguiente texto:

“He concebido un plan de desarrollo que convertiría a la radio en un ‘artículo para el hogar’, en el mismo sentido en que pueden serlo un piano o un fonógrafo. La idea es llevar música al hogar por transmisión inalámbrica.

¹⁹ Romo Gil, María Cristina, *Op. cit.*, págs. 38 y 39.

²⁰ Stone, Pablo, *Op. cit.*, pág. 37.

"Aunque en el pasado esto ha sido probado con cables, fue un fracaso porque los cables no se adaptan a este esquema. La radio, sin embargo, lo haría factible. Por ejemplo: podría instalarse un transmisor radiotelefónico, con un alcance de 40 a 80 kilómetros, en un punto fijo, donde se produzca música instrumental o vocal o ambas [...]. El receptor puede ser diseñado como una simple 'caja de música con radio' y adaptado para que posea diferentes longitudes de onda, entre las que se pueda alternar con un simple giro de un resorte o apretando un botón.

"La caja de música de la radio puede ser entregada con amplificadores y con un altavoz, todo ello debidamente acondicionado en una caja. Esta puede ser colocada sobre una tabla en el salón o *living room*, y haciendo girar la perilla se escucharía la música transmitida [...].

"El mismo principio puede ser ampliado a muchos otros campos, como recibir lecciones en casa, que serían perfectamente audibles, o la difusión de acontecimientos de importancia nacional, que serían transmitidos y recibidos simultáneamente. Los resultados de los partidos de béisbol podrían ser transmitidos por el aire, con el uso de un aparato instalado en Polo Grounds. Lo mismo sería posible en otras ciudades. Este plan sería especialmente interesante para los granjeros y otros que vivan en distritos alejados de las ciudades. Con la compra de una 'caja de música de la radio' podrían disfrutar de conciertos, conferencias, actos musicales, recitales, etcétera. Aunque he indicado algunos de los probables campos de utilidad para el aparato, hay muchos otros a los que el principio podría ser ampliado".²¹

Los planes de Sarnoff para desarrollar un nuevo medio de comunicación no se limitaron solo por la incomprensión de sus superiores, también la Primera Guerra Mundial frenó su proyecto, pues al estallar el conflicto bélico mundial en 1914, las autoridades gubernamentales de varios países decidieron absorber todo el control de los instrumentos y técnicas más novedosos creados hasta el momento, con el fin de utilizarlos en sus operaciones militares; pero la lucha armada no detuvo las investigaciones encaminadas a mejorar las

²¹ De Fleur, Melvin L. y Ball-Rokeach, Sandra J., Teoría de la comunicación de masas, Paidós, México, 1994, pág. 136.

comunicaciones inalámbricas, al contrario, fomentó la creación de nuevos instrumentos técnicos.

Al terminar la Primera Guerra Mundial en 1918, se dio una recomposición sobre el dominio de las comunicaciones libres de cables, cuando el gobierno del Reino Unido y el Norteamericano decidieron terminar con el monopolio de la Marconi's Wireless Telegraph y sus filiales en otros países. Aprovechando esta coyuntura y las relaciones cosechadas durante la guerra entre miembros destacados de la milicia, como el general James Guthrie Harbord, David Sarnoff convenció al presidente Woodrow Wilson de que la American Marconi debería pasar a manos de inversionistas norteamericanos; así, el 20 de noviembre de 1919, con capital de las compañías General Electric, American Telephone and Telegraph y Westinghouse, se fundó la Radio Corporation of America o RCA. "La maniobra para quitar a Marconi del camino, aunque "legal", tenía en realidad como objetivo el que Harbord Young (presidente de la General Electric) y el mismo Sarnoff se apoderaran del gigante de las comunicaciones".²²

Ante el éxito obtenido por la Westinghouse con la KDKA en su transmisión de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 1920, David Sarnoff — ya como gerente comercial de la RCA— se lanzó a la conquista de una nueva aventura y junto con J. Andrew White, director de la misma empresa, organizó la transmisión radiofónica del combate boxístico, por el campeonato mundial de los pesos pesados, entre el estadounidense Jack Dempsey y el francés Jorge Carpentier.

Para lograr su cometido, los organizadores de la transmisión informaron a todos los aficionados al pugilismo que se prepararan para recibir la transmisión, luego invitaron a los miembros de la Asociación Nacional de Aficionados de la Radio a utilizar sus aparatos receptores para captar la señal originada desde el escenario de la función de box y, con ayuda del presidente Franklin Delano Roosevelt, convencieron a la marina de que les prestara su transmisor, considerado el más potente del mundo. Reunidos todos los elementos necesarios, el 2 de julio de 1921, desde Honoken, se realizó la primera transmisión en vivo de un evento deportivo, cuyo mérito fue lograr captar la atención del mayor número de público hasta ese momento.

²² De Anda y Ramos, Francisco, *Op. cit.*, pág. 51.

Con el éxito de su transmisión y sin olvidar los conceptos de su viejo memorándum, a mediados de 1922, David Sarnoff consideró que para solventar los gastos generados por las emisoras, éstos deberían ser cubiertos por los fabricantes, distribuidores y comerciantes de la cada vez más comunes radioreceptores. La idea de Sarnoff nunca se concretó, en cambio, la American Telephone and Telegraph, quien había retirado su participación económica de la RCA, lanzó el 16 de agosto del mismo año, la estación WEAJ en la ciudad de Nueva York, donde su principal fuente de recursos financieros provenía de la publicidad.

Gracias al novedoso sistema para obtener recursos que hicieran rentable sus radiodifusoras, con 25 empresas patrocinadoras fijas, la AT&T creó —en mayo de 1926— la Broadcasting Company of America o ABC (por sus siglas en inglés), con 26 estaciones distribuidas en las ciudades de Boston, Washington, Filadelfia, Pittsburgh y Kansas, entre otras. Para no quedarse fuera del negocio, en septiembre del mismo año, la RCA dio forma a su primera cadena de radiodifusoras con la National Broadcasting Company o NBC, de la cual años más tarde se crearía la Blue Network o cadena azul.

De manera paralela al desarrollo de la radio en Estados Unidos, en otras partes del mundo se fueron creando diversas instituciones dedicadas a la explotación de la radiodifusión, ya fuera mediante la creación de empresas públicas de carácter comercial u organismos públicos de sentido social; por ejemplo, en Inglaterra, a iniciativa de Neville Chamberlain, el 4 de noviembre de 1922, se fundó la British Broadcasting Company (BBC), con participación mayoritaria de seis empresas e inversionistas menores; en Alemania desde 1905 existía la Telefunken y en mayo de 1925 se constituyó la Reichsrundfunk Gesellschaft (RRG), con participación de la Deutsch Welle y nueve empresas más, entre otras.

La consolidación de las principales cadenas radiodifusoras en el mundo provocó una transformación cultural en la humanidad, generó un cambio de hábitos en los consumidores, modificó los valores sociales, marcó nuevas tendencias políticas, revolucionó los conceptos de la comunicación social masiva, creó fantasías mediante una industria del entretenimiento, estableció modelos comerciales diferentes, impuso nuevos estereotipos y rompió fronteras; pero lo más importante, es que se arraigó en los individuos cuando los llevó a conocer el mundo a través del oído y la imaginación.

1.3 Radiodifusión en México

Como siempre sucede en nuestro país, cuando se inventa o descubre una nueva tecnología con aplicaciones sociales, los técnicos mexicanos no desaprovechan la oportunidad de explorar esas novedades, con el propósito de adaptarlas a las condiciones de la sociedad mexicana e importarla desde su lugar de origen. Así, el desarrollo de la radiodifusión en México fue consecuencia directa del avance tecnológico y las aplicaciones sociales que se le dieron a la radio, como medio de comunicación, en Estados Unidos.

La radiodifusión llegó a México de manera directa, sin el complicado proceso que le dio origen; para muestra, en 1910 cuando Lee De Forest transmitía en vivo, desde el Metropolitan Opera House de Nueva York, la voz del tenor Enrico Caruso, se iniciaba en el país la Revolución encabezada por Francisco I. Madero, que tendría ocupada a la sociedad durante largos años; y, hacia 1920 cuando la Westinghouse Electric and Manufacturing lanzó al aire su estación radiodifusora KDKA, en la ciudad de Pittsburgh, Pensilvania — autorizada de manera oficial por el gobierno estadounidense —, en México se daba la elección de Alvaro Obregón como presidente del país, con quien se esperaba terminaría la lucha de los caudillos por el poder e iniciaría la etapa de reconciliación y reconstrucción nacional.

Es evidente que mientras en Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania, entre otros países, se llevaba a cabo un desarrollo frenético de la actividad radiofónica y existía una feroz competencia por obtener las patentes de los nuevos instrumentos creados, que permitieran la realización de mejores transmisiones a distancia, en México la guerra civil ocupaba la atención de toda la sociedad. Durante este periodo, prácticamente no existió experimentación científica de ningún tipo; así, al término de la lucha revolucionaria, para ponerse al corriente en materia de radiodifusión, los técnicos mexicanos sólo necesitaron voltear hacia el país vecino del norte, donde encontraron los instrumentos más avanzados, capacitación para usarlos o construirlos y sobre todo descubrieron un modelo de radiodifusión que se podía aplicar directamente a un país carente de antecedentes en la materia. "La radio en México nació no como un proceso científico de experimentación e investigación, sino como un reflejo de lo que ocurría en otros países, especialmente Estados Unidos".²³

²³ Romo Gil, María Cristina, *Op. cit.*, pág. 38.

Radiodifusión experimental a la mexicana

Para Francisco de Anda y Ramos, "los antecedentes más remotos se refieren a emisiones radiotelefónicas en el norte del país en 1908, aunque hay algunas informaciones que indican que Pancho Villa empleó en la División del Norte la radio", pero no ofrece datos sobre los técnicos que hicieron posible las transmisiones, las características de los equipos empleados, ni el alcance de las emisiones.

Aun con la carencia de datos, es posible afirmar que los primeros experimentos radiofónicos mexicanos se realizaron durante la época de la Revolución; por ejemplo, "En mayo de 1914, en la costa de Topolobampo, amenazada por el cañonero federal *General Guerrero*, ocurre un hecho notable. Por primera ocasión en la historia militar del mundo, el piloto Alberto Salinas, del ejército de Obregón, vuela en el biplano *Sonora* y ataca al cañonero adentrándose 180 kilómetros en el mar a 900 metros de altura"²⁴, y realizar una hazaña de esta naturaleza supone el empleo de equipos radiales.

Como conclusión de la Revolución Mexicana, en el año de 1917 se promulgó la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* que en su Capítulo II "De las partes integrantes de la Federación y del Territorio Nacional", Artículo 42, fracción VI dice: "El espacio situado sobre el territorio nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho internacional"²⁵; con esta disposición los diputados del Congreso Constituyente dejaron pruebas de no ser ajenos a los avances científicos y tecnológicos que, sobre radiodifusión, se desarrollaban en diversas partes del planeta; asimismo, demostraron conocer las intensas disputas por el control de la radiodifusión entre diferentes países y compañías privadas.

Resulta paradójico que en un país donde la experimentación radial es casi nula, sus leyes dispongan condiciones de exclusividad para el uso de un elemento básico en su desarrollo: el espacio. Tal vez, la explicación se encuentre en la rapidez con la cual llegaban las noticias, y al recibir información sobre los éxitos civiles o militares de la radiodifusión, se decidió incluir un ambiguo párrafo en la Carta Magna para establecer un antecedente, pero con escasos resultados, pues, primero se dio disposición legal y después

²⁴ Krauze, Enrique, *Biografía del poder, Álvaro Obregón, el vértigo de la victoria*, número 6, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, págs. 29-30.

²⁵ *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, UNAM, DDF y PGJ-DF, México, 1992, pág. 180.

llegó el nuevo medio de comunicación. Durante el gobierno de Venustiano Carranza fue cuando se realizaron los primeros experimentos formales de radio en la ciudad de México, por parte del ingeniero Modesto Roland y el doctor militar Adolfo Gómez Fernández, entre los años de 1917 y 1918.

Para 1919 Constantino de Tárnava hijo, joven graduado en ingeniería eléctrica por la Universidad de Notre Dame, de Estados Unidos, financiado por su padre aplicó sus conocimientos técnicos en la instalación de una estación radiodifusora experimental, desde el patio de su casa ubicada en Guerrero y Padre Mier, en la capital de Nuevo León, a la que denominó T-ND (Tárnava Notre Dame) a falta de otro indicativo; en la construcción de su emisora, que tenía una potencia de 50 watts, el ingeniero regiomontano usó material de desecho de la Primera Guerra Mundial. Esas primeras transmisiones de prueba, sólo contaban con dos radioaficionados: Rodolfo de la Garza, quien era gerente del Banco de Nuevo León y el señor R. Bermúdez, fabricante de acumuladores.

De Anda y Ramos cuenta que al concluir el mandato del general Adolfo de la Huerta, en junio de 1920, la British Marconi —empresa más poderosa e importante del momento en el área de las comunicaciones inalámbricas—, solicitó al gobierno de México permiso y autorización para instalar una emisora de "consumo popular", petición negada por las autoridades mexicanas con el argumento de que "sólo concierne al gobierno de la República el control de dichos servicios".

En 1921, México celebró el centenario de la firma de los Tratados de Córdoba —documento mediante el cual se hizo oficial la independencia del país ante la Corona Española, el 27 de septiembre de 1821—, con este motivo, el gobierno del presidente Álvaro Obregón planeó realizar diversos actos conmemorativos, entre ellos una visita a la ciudad de Córdoba, Veracruz, donde se realizaron algunas transmisiones radiofónicas como parte de los festejos.

Algunos días antes, en septiembre del mismo año se cumplió un aniversario más del levantamiento armado en busca de la independencia nacional, acto cívico que también se sumó a las festividades conmemorativas del centenario. En ese gran marco de orgullo patriótico, la Dirección General de Telégrafos construyó un aparato transmisor de radiotelefonía, como se conocía en la época, en los predios cercanos a donde se edificaba el Palacio Legislativo — hoy Monumento a la Revolución— y a las instalaciones de la "Exposición

Comercial Internacional del Centenario de la Independencia", con el fin de llevar a cabo una transmisión radiofónica que conmemorara la gesta heroica. El 27 de septiembre de 1921, fue el día marcado para realizar la emisión, al frente de ella se encontraba Agustín Flores, inspector de estaciones radioeléctricas de la Dirección General de Telégrafos y José D. Valdovinos, trabajador de la dependencia; la señal se difundió con éxito y se pudo captar hasta el Castillo de Chapultepec, mediante la estación inalámbrica, instalada ahí, propiedad del gobierno, así como en algunos otros puntos de la ciudad que contaban con equipo para ello.

En la noche de ese mismo 27 de septiembre, se realizó otra transmisión radiofónica, pero ésta organizada por particulares, desde la planta baja del Teatro Ideal, ubicado en la calle de Dolores. La emisión radiofónica fue preparada por Adolfo Enrique Gómez Fernández y su hermano Pedro, quienes pretendían que su señal —generada por un transmisor marca Forest de 20 watts de potencia, incautado por autoridades mexicanas a un bareo pesquero norteamericano que desarrollaba sus actividades de manera ilegal— fuera escuchada en el Palacio de Bellas Artes, entonces Teatro Nacional, el patrocinador del inédito acontecimiento social y proeza técnica fue el empresario Pedro Barra Villela.

"Un doctor, un dentista, un empresario teatral, un futuro sacerdote y una niña de once años, fueron los protagonistas de aquella velada en la cual se cantaron dos piezas musicales (*Vorrei*, de Paolo Tosti y *Tango Negro*, del compositor neolonés Belisario de Jesús García) y en la que se habló de quienes participaban como artistas invitados (la niña y el futuro ministro de Dios) y del productor (el médico, quien ese día cumplía 26 años), sin darle demasiada importancia al hecho radiofónico.

"Seguramente no creían que a dos manzanas de ahí, en el Teatro Nacional, una multitud (que asistía a una exposición comercial de productos exportables por México) se apretujaba para escuchar en los audifonos montados en el recinto ferial, no las canciones ni el timbre de los cantantes, sino la voz misma, la voz que, indudablemente, llegaba de otro lugar y abría otros horizontes.

"Lejos de allí, sin precisar en dónde, alguien decía algo; alguien cantaba una canción. Se establecía la relación entre seres distantes y distintos que provocaría la 'amistad' en la soledad del emisor y el

receptor. Se establecía la 'maravillosa' unión de los seres a través de la noche y el espacio".²⁶

La realización de estas dos emisiones radiofónicas el mismo día en la capital del país, una promovida por una institución "oficial" del gobierno de Álvaro Obregón y otra con patrocinio de un "particular", indica en forma muy clara, cuál sería el derrotero de la radiodifusión en México: la estación "privada" de los hermanos Gómez Fernández se mantuvo al aire hasta enero de 1922, durante ese tiempo transmitieron los sábados y domingos de ocho a nueve de la noche; en cambio, la emisora del "sector público" se diluyó en la historia.

Motivados por los resultados obtenidos en las transmisiones realizadas hasta ese momento, varios jóvenes emprendieron nuevas aventuras en el área de la radiodifusión y provocaron un verdadero "boom" radiofónico en el país, durante 1922. Surgieron emisoras como la de Jorge Peredo, que transmitía desde Mixcoac; Salvador Francisco Domenzán, en Azcapotzalco; José de la Herrán emitía su señal desde la calle de Relox, auspiciado por la Secretaría de Guerra y Marina; Tiburcio Ponce instaló la 7A-Experimental en Morelia, Michoacán; y, Manuel Zepeda Castillo usó los altos del Teatro Degollado, de Guadalajara, para iniciar sus actividades radiales, entre otros.

En menos de una década, los siempre ingeniosos técnicos e ingenieros mexicanos aprendieron a manejar y construir los impresionantes artefactos que hacían posible la transmisión de la voz a distancia; pero sobre todo, descubrieron las bondades comerciales del nuevo sistema de comunicación que había llegado de Estados Unidos y Europa, o como dice María Cristina Romo Gil, en la cita recogida con anterioridad: "La radio en México nació no como un proceso científico de experimentación e investigación, sino como un reflejo de lo que ocurría en otros países, especialmente Estados Unidos". Es decir, se fue desarrollando con el propósito de fundar un negocio, pero sin la intención de crear o aportar otros elementos al novedoso sistema de comunicación social, motivo que a la larga crearía una dependencia.

Radiodifusión comercial a la mexicana

Se puede decir, con seguridad, que la radiodifusión comercial en México la inició el ingeniero Constantino de Tárnava hijo, quien al frente su estación experimental creada en 1919, dio origen a una emisora que al paso del tiempo

²⁶ Septién Crespo, Jaime, *Op. cit.*, págs. 33 y 34.

se transformó hasta convertirse en una frecuencia de radio comercial; su historia se complica, porque existen diversas versiones sobre ella.

Para José Felipe Gálvez Cancino fue: "El domingo 9 de octubre de 1921, entre las 20:30 y las 22:00, el ingeniero Constantino de Tárnava Jr., realizó el 'primer programa vivo de estudio' de su estación TND (Tárnava Notre Dame). La emisión tuvo lugar en su propia casa, la cual fue acondicionada con alfombras, cortinas y un piano Stienway. En ella tomaron parte la soprano María Ytirria, los pianistas Carlos Pérez Maldonado y las señoras Sierra de Barragán y De Saint John Clerke, el tenor Aubrey Sant John Clerke, el solista doctor José F. Barragán Sierra y el declamador Eudoxio Villarreal. El locutor de aquella noche fue el propio ingeniero de Tárnava, quien armó el transmisor y varios aparatos receptores, acondicionó los micrófonos Ericsen, de teléfono, empleados esa noche, contrató a los artistas, formuló el programa, hizo las voces de locutor en inglés y español, fue técnico y, al concluir la emisión, llevó a los artistas a sus casas. La planta del ingeniero Constantino de Tárnava Jr. obtuvo en 1923 licencia para operar, y fue conocida como la 24-A0. Más tarde, dicha planta se transformó en la C40, de carácter comercial, misma que se convirtió en la XEH".²⁷

Por su parte la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión sostiene que "La emisora de Tárnava creció de otra manera, obtuvo licencia para operar experimentalmente con las siglas 24-A0 en 1923, y se fue transformando, primero como C40, emisora comercial, luego como radiodifusora, hasta llegar a ser una de las grandes radiodifusoras del norte mexicano, la XEH de Monterrey"²⁸. Y, Fernando Mejía Barquera en su texto titulado *Historia mínima de la radio mexicana* ubica el programa inaugural de la TND, el 27 de octubre de 1921, "De Tárnava había comenzado sus experimentos radiofónicos en 1919, pero es hasta dos años más tarde cuando logra difundir con regularidad en el horario de las 23 a las 24 horas".²⁹

Con el propósito de financiar sus transmisiones e incrementar la cantidad de radioescuchas, Constantino de Tárnava vendía receptores de la marca General Electric Crosley y ponía a disposición de los interesados los primeros radios de galena portátiles. Además, ofrecía entre sus amigos o conocidos, tiempo

²⁷ Gálvez Cancino, José Felipe, *Los felices del alba: la primera década de la radiodifusión mexicana*, tesis de licenciatura, FCPyS UNAM, México, 1975, pág. 118.

²⁸ Septien Crespo, Jaime, *Op. cit.*, pag. 39.

²⁹ www.cem.itesm.mx, página electrónica de la Fundación Manuel Buendía, *Historia mínima de la radio mexicana (1920-1990)*, Fernando Mejía Barquera, *Apud.*, Sánchez de Armas, Miguel Angel (coordinador) en *Apuntes para una historia de la radio mexicana*, diciembre de 2001.

para difundir anuncios comerciales durante sus emisiones; es importante recordar que su padre fue el primer tesorero de la Compañía Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey y más tarde socio de la firma Patricio Milmo e hijos sucesores, como lo señala Fátima Fernández en *Los Medios de Difusión Masiva en México*.

Un esfuerzo más hacia la instalación de la radiodifusión comercial en México, lo representó el convenio establecido por Félix F. Palavicini, entonces director del diario *El Universal*, con Raúl Azcárraga, propietario de "La Casa de la Radio", empresa dedicada a la comercialización de los cada día más populares radioreceptores, para fundar una difusora radial con el nombre de "El Universal Ilustrado-La Casa del Radio". La inauguración de la estación se llevó a cabo el día 8 de mayo de 1923 a las ocho de la noche, y para el singular acontecimiento prepararon un programa especial con la participación de los músicos Manuel M. Ponce, Andrés Segovia y Manuel Barajas; también intervinieron la diva Celia Montalbán y el escritor estridentista Manuel Maples Arce, quien compuso —de manera especial para la ocasión— su "Poema a la Radiofonía". A los dos días de ponerse la estación al aire, fue patrocinada con publicidad "cortesía" de Sanborns, cinco meses después, estrenó una nueva planta transmisora de 500 watts.

Otro paso hacia la consolidación de la radiodifusión comercial en México lo aportó la compañía cigarrera, de origen francés *El Buen Tono*, al inaugurar, el 15 de septiembre de 1923, su estación radial del mismo nombre; que en su primera transmisión tuvo como invitado de honor al presidente Álvaro Obregón. Para la instalación de la emisora, Jorge Reynoso senador de la República y gerente de la cigarrera, aconsejado por Raúl Azcárraga, contrató al equipo técnico, compuesto por el ingeniero José de la Herrán, el coronel José Fernando Ramírez y el capitán Guillermo Garza Ramos, quienes habían construido la estación de la Secretaría de Guerra y Marina; pero aún con su experiencia previa, el programa inaugural se interrumpió y saltó del aire a la media hora de haber comenzado, porque el transmisor se quemó; la actividad de la radiodifusora reinició una semana más tarde. "La estación del Buen Tono" se popularizó entre la gente muy pronto, gracias a la novedosa manera de promoverla, que consistía en regalar un aparato radioreceptor, a cambio de cierto número de cajetillas de cigarrillos —en especial los llamados "Número 12"— producidos por la empresa; con esto, la tabacalera incrementó sus ventas y fue dando forma a su auditorio. Durante 1923, también, se crearon otras estaciones de radio, como la emisora del diario *Excelsior*, que comenzó a trabajar el 19 de marzo, y la difusora de la empresa *High Life*.

Por su parte, el gobierno federal, que hasta el momento se había mantenido como promotor de la radiodifusión, mediante la realización e instalación de algunas emisiones experimentales, decidió poner al aire una estación operada por la Secretaría de Educación Pública; el proyecto se concretó el 30 de noviembre de 1924, cuando lanzó su señal de prueba; pero fue el 1 de diciembre la realización de su primer programa oficial, con la toma de protesta del general Plutarco Elías Calles, como presidente de la República. La difusora educativa desarrolló sus actividades de manera consecutiva durante cinco años; en 1929 dejó de transmitir, sin embargo el concepto se retomaría tiempo después.

En 1925, la compañía General Electric instaló una radiodifusora, cuyo principal objetivo era transmitir propaganda comercial; en 1930 la estación pasó a manos de Félix P. Palavacini, quien la convirtió en "Radio Mundial", mediante la cual ofreció el primer servicio radial de noticias continuo en el país, y en el mundo aseguran algunos especialistas.

Uno de los hechos más importantes en la historia de la radiodifusión mexicana y del país en general, fue la inauguración de la XEW, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, porque con esta emisora, la radio se convirtió en un verdadero negocio lucrativo. "Con la fundación de la XEW en 1930 están ya trazados los lineamientos de la industria radiofónica nacional".³⁰

La "W" lanzó su señal al aire el 18 de septiembre de 1930. "a las 20:00 hrs. en sus flamantes instalaciones de la calle 16 de septiembre número 9, en los altos del cine Olimpia, dio inició la programación de esta emisora con las palabras del locutor Leopoldo de Samaniegos y un impresionante elenco artístico... Desde las 19:00 horas los invitados llegaron poco a poco: políticos, artistas, empresarios y muchos de los personajes del teatro de revista: Roberto 'El Panzón' Soto, Lupe Rivas Cacho, Mimi Derba, Laura Marín y más de mil 500 personas representando a las autoridades, la industria, el comercio y las distintas esferas sociales que daban vida cosmopolita al país".³¹

Un viejo anuncio de la estación, reproducido por la revista *Somos* de septiembre de 2000, deja ver que en la primera emisión de la XEW se

³⁰ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos, México, 1982, pág. 90.

³¹ "La voz de la América Latina desde México", *Somos*, México, septiembre 2000, número 199, año 11, pág. 17.

presentó un programa musical, compuesto por la Orquesta de la Policía, bajo la dirección del maestro Miguel Lerdo de Tejada, el guitarrista Francisco Salinas, Alfonso Ortiz Tirado, Josefina Aguilar, los trovadores tamaulipecos y la pianista Ofelia Euroza.

A partir de la primera transmisión de la XEW, la sociedad se modificó sustancialmente con los sueños que le ofrecía la emisora, "La W es la primera estación que desarrolla estrategias de publicidad para incidir en las costumbres y pautas de consumo cotidiano de la población, y la primera que entiende que para tener éxito económico la radio tiene que convertirse en un referente cotidiano para las personas, es decir, que la información, el entretenimiento y la compañía deben ser buscados por la gente".¹² Los planes de la difusora eran tan ambiciosos que para alcanzarlos emitía una señal con 5 mil watts de potencia, algo extraordinario para una época donde su competencia apenas operaba con una fuerza de cien watts.

Emilio Azcárraga Vidaurreta fue el artífice principal en la fundación de la XEW, pero atrás de él se encontraba la RCA Victor —empresa estadounidense ya consolidada como una de las compañías más poderosas en el área de la radiodifusión, con su cadena radial denominada NBC—, que le brindó recursos financieros, apoyo técnico y sobre todo la conceptualización programática para alcanzar el éxito comercial.

Los vínculos entre Azcárraga Vidaurreta y la RCA Victor, iniciaron desde 1925 por medio de The Mexico Music Co. S.A., filial de la empresa estadounidense, que dirigida por el empresario tamaulipeco, tenía la misión de comercializar y distribuir todos los productos de su casa matriz.

"El atraso radiofónico de México respecto al estado de la radiodifusión comercial en Estados Unidos, representa un problema de mercado para la RCA. En nuestro país puede vender sólo discos, fonógrafos y escasos receptores de radio, ya que apenas existen incipientes emisoras no instaladas a manera de negocio. Hace falta, pues, fomentar la instalación de estaciones radiofónicas comerciales. No es entonces gratuito que en el acta constitutiva de la XEW aparezca como accionista mayoritario la Compañía México Music Co., aportando 3,500 de las 4 mil acciones que cubren el capital social de la emisora... Tampoco es producto de la casualidad que la XEW pertenezca a la

¹² www.cem.itesm.mx, página electrónica de la Fundación Manuel Buendía, *Op. cit.*

cadena de la National Broadcasting Corporation (NBC), división radiofónica de la RCA".³³

Con la fundación de la XEW se instaló en México el modelo radiofónico de Estados Unidos, que se sustentaba en el sistema de establecer grandes cadenas radiofónicas para distribuir sus programas y así poder comercializarlos con mayores utilidades; bajo esta idea la XEW, poco a poco, absorbió varias estaciones que ya operaban e instaló algunas repetidoras en el país. Siguiendo el ejemplo de la RCA, en 1938 la CBS intentó hacerle la competencia a la W al crear la XEQ, con sus correspondientes estaciones afiliadas; años más tarde, cuando las empresas radiodifusoras de Estados Unidos dirigieron sus intereses hacia el desarrollo de la televisión se olvidaron del mercado radiofónico mexicano y entonces en 1941 la XEW y la XEQ se asociaron, mediante la empresa conocida como Radio Programas de México, para vender la grabación de los programas estelares de ambas emisoras y crearon la Cadena Azul con el propósito controlar el mercado.

Se puede decir que, en un primer momento, los contenidos de la radiodifusión comercial en México no surgieron por una necesidad social; nacieron como un canal de distribución y venta para todos los productos estadounidenses relacionados con la industria radiofónica, no sólo los técnicos, también los conceptuales. Así, la mayor parte de los programas difundidos por las principales estaciones eran una copia de las emisiones norteamericanas con éxito probado, que respondían a un contexto cultural ajeno al país.

Cuando "Emilio Azeárraga intuyó que era el momento para crear un nuevo concepto; tomó como modelo la barra programática de la NBC y la adaptó a nuestro país".³⁴ Nunca pensó que esa acción marcaría el futuro de la radiodifusión mexicana y la sometería a una dependencia que permanece hasta nuestros días.

Regulación de la radiodifusión en México

En muchas ocasiones las siglas de identificación de las primeras estaciones radiodifusoras, mexicanas provocan confusión cuando se intenta hacerles un seguimiento histórico; este problema se debe a que en algunos casos la misma emisora tuvo hasta tres siglas de identificación diferentes, por ejemplo la estación de Constantino de Tárnava inició con el indicativo T-ND formado

³³ Fernández Christlieb, Fátima, *Op. cit.*, pág. 95.

³⁴ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, Una historia que si suena, México, 1998, pág. 287.

con letras significativas para el radioaficionado, pero al obtener permiso oficial de operación en forma experimental se le asignó la denominación 24-A0, al convertirse en estación comercial cambió a C40 y terminó con las siglas XHE, por disposición internacional.

El primer intento por regular la identificación de todas las estaciones radiofónicas existentes en el planeta, se dio en 1924 mediante la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en la ciudad de Berna, Suiza, donde se le otorgó a todos los países una nomenclatura de identificación, aunque México no mandó ninguna representación se le asignaron las siglas CYA a CZZ. Por el vertiginoso desarrollo de la radiodifusión, en 1929 la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, ahora celebrada en Washington, determinó nuevos indicativos de identificación, en esa ocasión México sí envió una delegación y se le asignaron las siglas XAA a XPZ. Las autoridades mexicanas decidieron distribuir las siglas de la siguiente manera: XA para la aviación, XB servicios generales, XD y XF telegrafía, XC usos marítimos y XE radiodifusión.

El gobierno del general Plutarco Elías Calles, con el objeto de evitar la anarquía en el terreno de la radiodifusión, elaboró la Ley de Comunicaciones Eléctricas que se dio a conocer el 23 de abril de 1926. Durante la administración del presidente Lázaro Cárdenas, en 1936, se creó el primer Reglamento para las Estaciones Radioeléctricas, Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, pero es hasta 1960, durante la presidencia de Adolfo López Mateos cuando se presentó la Ley Federal de Radio y Televisión, vigente hasta el día de hoy.

La radio hoy

En la actualidad existe un total de mil 329³⁵ radiodifusoras en todo el país, de ellas, 841 transmiten en Amplitud Modulada (A.M) y 488 en Frecuencia Modulada. Los estados que cuentan con el mayor número de estaciones son: Tamaulipas, 92; Sonora, 91; Veracruz, 87; Jalisco, 80; Chihuahua, 80; y Coahuila 78. Entre las entidades federativas que agrupan el menor número de estaciones radiodifusoras se encuentran: Tlaxcala con cinco; Durango, 13; Colima, 16; Nayarit 16; Quintana Roo, 17; y Zacatecas, 17.

³⁵ Cabrera, Omar, "¡Cámbiale!", de la serie "La radio en México", Reforma, México, 4 de octubre de 2001, sección gente, pág. 8E.

La ciudad de México concentra 61 frecuencias radiofónicas, que transmiten las 24 horas del día, 33 en AM y 28 en FM; de ellas, sólo tres pertenecen a instituciones educativas. En conjunto producen cerca de mil 440 horas de entretenimiento, cultura e información al día, con programación musical de diversos géneros o series habladas sobre temas de actualidad dirigidos a trabajadores, amas de casa, automovilistas, estudiantes, profesionistas, ancianos, adolescentes y hasta para esotéricos.

Las estaciones radiofónicas que generan su señal en el valle de México se agrupan en 19 consorcios: Grupo Radio Centro (GRC), 11 estaciones; Instituto Mexicano de la Radio (IMER), siete; Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (Grupo Acir), siete; Núcleo Radio Mil (NRM), seis; Televisa Radio (Sistema Radiópolis), seis; Organización Radio Fórmula (ORF), cinco; Grupo Imagen, tres; MVS Radio, dos; Infored, dos; Grupo Siete, dos; Radiodifusores Asociados (RASA), dos; Radio UNAM, dos; Radiorama, SEP, IPN, Promosat, Radio S.A., Grupo Pegaso y México Radio S.A. con una emisora.

Cadenas y programas nacionales e internacionales

A pesar del avance tecnológico y el poder de los consorcios radiofónicos, en México no hay estaciones que abarquen con su señal todo el territorio nacional; sin embargo, existen cadenas radiales autodenominadas nacionales, porque su programación cubre las principales ciudades de la República, a través de estaciones repetidoras, filiales o asociadas. Además, con el uso de la internet, los concesionarios de radio aseguran transmitir sus mensajes a nivel internacional por medio de su página electrónica o "web site".

De los monopolios radiofónicos que afirman contar con cadenas nacionales para ofrecer sus contenidos destacan: Radio Fórmula, que en su publicidad se dice "líder nacional en radio", cuenta con tres cadenas (NERFR, XEDF y NEAI); Televisa Radio, tiene la "Cadena Azul y Plata" (XEW) y la "Cadena Verde y Oro" (NEQ); Radio Acir con "la señal del país" (NEL); y Grupo Radio Centro, a través de su Organización Impulsora de Radio (OIR), además de la NERED. Existen otros grupos radiofónicos que, sin formar cadenas nacionales, tienen programas que se transmiten a varias ciudades del país.

A últimas fechas, para hacer frente a la competencia y superar los vaivenes de la economía internacional, los grandes grupos radiofónicos han optado por establecer nuevas alianzas entre ellos, con la pretensión de monopolizar, aún

más, las frecuencias, para conseguir el control del mercado publicitario, las tarifas y los contenidos, en su beneficio.

El primer intento de establecer este tipo de alianzas se dio entre Grupo Radio Centro y la división radio de Grupo Televisa, a mediados del año 2000, operación —donde se involucraba la cantidad de 500 millones de dólares— que fracasó ante las autoridades del ramo, representadas en la Comisión Federal de Competencia, frente a la presión ejercida por la sociedad y otras empresas radiofónicas.

Un intento más por establecer una “mega” alianza, se realizó entre Televisa Radio y Grupo Acir que, en el marco de los festejos del 70 aniversario de la XEW, anunciaron su acuerdo calculado en 101³⁶ millones de dólares, mediante el cual darían forma a un consorcio de 161 estaciones radiodifusoras distribuidas en todo el territorio nacional; una vez más la presión social contribuyó para que dicha alianza no pudiera concretarse y aún se encuentre indefinida.

El episodio más reciente sobre las fusiones entre los monopolios radiofónicos lo vuelve a protagonizar Televisa, con su división de radio, quien llegó a un acuerdo con Grupo-Prisa, el consorcio español más importante de radio, para establecer un convenio millonario en donde los empresarios ibéricos podrán operar las estaciones radiodifusoras del Sistema Radiopolis, mediante la inversión de 50 millones de dólares.

Con la incorporación de inversionistas extranjeros en la industria de la radiodifusión mexicana, se abre un nuevo debate nacional en torno a las concesiones de radio, por las restricciones e imposiciones que establecen las leyes del país sobre la materia.

“Incluso, la propia Ley Federal de Radio y Televisión (promulgada en 1960 y cuya ‘vigencia’ es hoy tan defendida ante la posibilidad de cambios de fondo en el marco legal de los medios electrónicos), marca en su artículo 14 que las concesiones de radio y TV ‘se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratase de sociedades por acciones, éstas tendrán el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la SCT la lista general de sus socios’.

³⁶ Flores Millán, Ricardo, “Interferencias”, La Jornada, México, 1 de octubre de 2000, sección de espectáculos, pág. 6a.

“Más preciso es todavía el artículo 23 de la misma ley, en cuanto a la participación extranjera en la radiodifusión al señalar: “No se podrá ceder, ni en manera alguna gravar, dar en fideicomiso o enajenar total o parcialmente la concesión, los derechos en ella conferidos, instalaciones, auxiliares, dependencias o accesorios, a un gobierno o persona extranjeros, ni admitirlos como socios de la empresa concesionaria”.³⁷

Hoy en día, la constante en la radio mexicana es el cambio de propietario de las diferentes frecuencias radiofónicas, que se ven en la necesidad “vender” sus activos o de asociarse con grupos económicos más fuertes, para poder sobrevivir ante la competencia.

Notas adicionales

La historia de la radio, en sus diferentes etapas, es un elemento indispensable para comprender el origen del medio de comunicación masiva con mayor penetración en la sociedad; investigar con atención cuáles fueron los principales acontecimientos científicos, sociales y culturales que dieron forma a la radiodifusión, nos brinda la posibilidad de explorar nuevas perspectivas de análisis, descubrir otros enfoques o proponer puntos de vista diferentes, para contribuir a su desarrollo.

Estudiar la evolución de la radio siempre será una tarea necesaria, para entender cómo fue posible que diversos experimentos de carácter científico y técnico se convirtieran, de pronto, en la base creadora de una actividad capaz de revolucionar todas las formas de comunicación social, conocidas en la época, e influir en la mente de todos los seres humanos; al seguir los primeros pasos de la radiodifusión, desde su punto de partida, se puede observar que para lograr su consolidación, esta actividad, tuvo la necesidad de modificar radicalmente sus objetivos y funciones.

Para entender las características básicas de la actividad radiofónica, es indispensable recurrir al pasado porque, examinar cada una de sus facetas, nos permite identificar cuáles son los principios fundamentales de la disciplina, qué elementos la componen y cómo fue inventando sus propios recursos. La memoria histórica es una herramienta útil en la búsqueda de las respuestas y explicaciones más elementales sobre las virtudes o defectos de la radio.

³⁷ Alva de la Selva, Alma Rosa, “Televisa Radio-Prisa: una ‘controvertida’ alianza”, La Jornada, 23 de octubre de 2001, sección de espectáculos, pág. 9a.

Revisar los sucesos más importantes del desarrollo de la radiodifusión es un ejercicio necesario —en emisores y receptores de mensajes radiales— para establecer cuáles son los principales conceptos, teóricos y prácticos, que han hecho de la actividad radiofónica actual una ciencia, con un sólido sustento científico y una personalidad propia

Documentar las primeras experiencias de la radiodifusión permite descubrir la verdadera esencia de la radio y nos ayudará a sentar bases firmes, cuando se intente hacer un juicio más exacto sobre los contenidos que ofrece este medio de comunicación. Como en todas las áreas del conocimiento humano, si no se tiene conciencia del pasado, difícilmente se puede entender el presente y, peor aún, jamás se podrá mejorar o corregir el futuro.

CAPÍTULO 2

DEFINICIONES Y CONCEPTOS: PROGRAMAS, GÉNEROS Y FORMATOS

Al revisar la historia de la radiodifusión podemos identificar que la disciplina se compone de dos elementos básicos: por un lado, encontramos su parte tecnológica o técnica y, por el otro, descubrimos su faceta conceptual o de contenido, la distinción ayuda para concebir a la radio como un proceso de transmisión de mensajes, pero no es suficiente si se desea entender como un sistema de comunicación humana.

La radio como medio de comunicación social se conformó a partir de la experimentación, de ella surgieron las primeras reglas para crear mensajes de interés público; al paso de los años y con nuevas aportaciones se fue integrando un método más elaborado que sirve a la realización de emisiones radiofónicas con mejor hechura.

Un paso importante para definir a la radio como medio de comunicación social, es conocer la composición de todos sus elementos, qué procesos emplea, cuáles son los recursos que le dan personalidad propia y cómo se relacionan, entre sí, para lograr difundir un mensaje con contenido social.

2.1 Programas

En los albores de la radio, el lanzamiento de señales a través de las ondas hertzianas, tenían como prioridad crear instrumentos tecnológicos para establecer "contacto" entre los hombres, a grandes distancias, como lo describe María Cristina Romo Gil: "La radio nació por la enorme necesidad que tiene el ser humano de comunicarse en todas las formas posibles. A diferencia de los otros medios de comunicación, se origina por una imperiosa necesidad de comunicarse con los barcos en altamar. No nació como 'la radiodifusión' propiamente, medio de comunicación social capaz de enviar un mensaje a las masas, sino como un medio que podía poner en comunicación a dos sujetos en circunstancias muy particulares, en las que la retroalimentación era indispensable. La invención de la radio no fue un hecho fortuito, fue un hecho buscado".¹

¹ Romo Gil, María Cristina, *Loc. cit.*, cap. I.

El principal objetivo de los pioneros en la materia, era inventar artefactos capaces de mejorar la calidad de las transmisiones inalámbricas, obtener su patente y explotarla de manera comercial; al inicio de la radiodifusión, los mensajes empleados para realizar los experimentos radiofónicos pasaban a segundo plano.

En apoyo de esta lectura se puede citar la obra de Melvin L. De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach, que señalan: "Al reconstruir los caminos principales por los que la sociedad ha moldeado a los medios de comunicación a distancia, tres temas de alguna forma diferenciados requieren de una clarificación. En primer lugar están los abundantes y complejos factores sociales que establecieron la necesidad y la consiguiente búsqueda de un medio de comunicación instantánea, capaz de salvar océanos y atravesar continentes. En segundo lugar está la cadena de invenciones científicas y técnicas que se fueron acumulando, a medida que las invenciones se sucedían, mientras se buscaba por diversos caminos el modo de cubrir aquella necesidad. Finalmente, están los hechos que transformaron la telegrafía inalámbrica comercial y la tecnología de la radio y el teléfono, en un medio de masas idóneo para transmitir programas a los receptores domésticos de naciones enteras".²

Los mensajes de las emisiones radiofónicas empezaron a tomar importancia, cuando los científicos e inventores resolvieron las dificultades técnicas para hacer posible la transmisión de sonido a través del "éter"; a partir de ese momento, algunos hombres como Reginald Aubrey Fessenden y David Sarnoff —a través de sus experimentos o planes registrados en propuestas para desarrollar el medio—, establecieron las bases para una dar forma a un sistema de comunicación diferente, pero también se dieron cuenta que para desarrollarlo necesitaban encontrar un contenido atractivo que despertara el interés de la sociedad por los mensajes radiales; una muestra de dicho propósito es el memorándum de Sarnoff enviado a los ejecutivos de la American Marconi Co., en 1916.³

Haciendo referencia a Erick Barnow, María Cristina Romo Gil, en *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, señala que la noche del 25 de diciembre de 1906, Fessenden realizó la primera emisión radiofónica,

² De Fleur, Melvin L. y Ball-Rokeach, Sandra J., *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, México, 1989, pág. 122.

³ *Supra.*, págs. 24 y 25.

donde ofreció voz y música a la tripulación de un barco que efectuaba actividades en altamar. Aubrey Fessenden, leyó algunos pasajes bíblicos, interpretó con su violín varias notas musicales y deseó feliz navidad a sus escasos radioescuchas; emisión cuyo objetivo fue encontrar mejores y mayores aplicaciones a los experimentos de radio.

Lo más trascendente de este acontecimiento histórico, fue que por primera ocasión alguien empleó su voz e interpretó música para darle "contenido" a una transmisión de radio, buscando captar la atención de un grupo de marineros ubicados en un lugar diferente de donde se generaba la señal.

Con datos recogidos en el texto de Francisco de Anda y Ramos, *La radio, el despertar del gigante*, es posible observar que siguiendo los pasos de Fessenden, en 1908 Lee De Forest difundió música de fonógrafo desde la Torre Eiffel y dos años después instaló su equipo en el Metropolitan Opera House de Nueva York, para transmitir en directo la función de ópera protagonizada por el tenor italiano Enrico Caruso.

Los primeros esfuerzos por transmitir voz y música a través de las ondas hertzianas, tuvieron la virtud de abrir la puerta a posibilidades infinitas en el uso de la radio como medio de comunicación social y a falta de antecedentes, por ser una actividad inédita en la humanidad, la experimentación se convirtió en la mejor herramienta para delinear las características básicas en la elaboración de emisiones radiofónicas.

Al finalizar la Primera Guerra Mundial, cientos de estaciones experimentales invadieron el espacio aéreo del planeta, con el lanzamiento de señales radiofónicas irregulares, que transmitían contenidos desarticulados e inconsistentes, pero con elementos de interés para atrapar la atención de los numerosos radioaficionados, dispuestos a captar las emisiones mediante sus artesanales radios de galena.

Pierre Albert y André-Jean Tudesca, en *Historia de la radio y la televisión*, ubican el lanzamiento de la estación KDKA, en Pittsburgh, Pensilvania, el 2 de noviembre de 1920, estación que ofreció a sus receptores una emisión continua con más de cuatro horas de duración, para informar los detalles sobre el triunfo de Warren G. Harding como presidente de Estados Unidos. Con la instalación de ésta radiodifusora y su operación inició la producción formal de mensajes con contenido social creados especialmente para transmitirse por medio de las ondas hertzianas.

Alcanzar la meta de difundir mensajes radiofónicos mejor elaborados, con propuestas atractivas que despertaran el interés de un público numeroso, implicó el establecimiento de reglas elementales en su realización y emisión. La integración de los principios para construir contenidos radiofónicos, se llevó a cabo con base en la práctica cotidiana, pero al paso del tiempo se hizo necesario idear métodos más completos que respondieran a las nuevas exigencias del medio, hasta llegar a consolidar un sistema propio.

De Fleur y Ball-Rokeach, describen que después de la Segunda Guerra Mundial --hacia 1920, en particular-- se instalaron y operaron de manera oficial diversas estaciones radiodifusoras con transmisiones regulares, una de ellas fue la 8XK, a cargo del doctor Frank Conrad, éste "había recurrido a un fonógrafo. Sus oyentes empezaron a pedir determinadas canciones y le llamaban a horas intempestivas para pedirle que transmitiera algún disco favorito... con la colaboración de un comerciante local en fonógrafos pudo presentar una sesión de música continua, con una duración de dos horas, dos noches a la semana. La cantidad de oyentes creció rápidamente y la familia de Conrad se incorporó con entusiasmo a la diversión de constituirse en los primeros *disc jockey*".⁴

Por su parte, el teórico estadounidense Marshall MacLuhan sostiene: "Incluso después de varios años de existencia, la emisión de programas no despertó interés comercial. Fueron las peticiones de los radioaficionados y de sus simpatizantes las que, finalmente, consiguieron que se emprendiera la construcción de instalaciones"⁵, y empleando un razonamiento lógico es posible deducir que las instalaciones sirvieron para albergar los artefactos e instrumentos científicos necesarios para hacer posible, la transmisión de voz o música, para marcar el inicio del desarrollo de la radio.

Al generalizarse la instalación de estaciones radiodifusoras comenzaron a ofrecer, en sus diferentes emisiones, sencillos mensajes radiofónicos con características musicales; ante este hecho inédito, su contenido se empezó a denominar elegantemente "programa", pues parecía un concierto musical emitido a través de las ondas hertzianas. Además, cuando las estaciones difusoras intentaron ordenar u organizar sus contenidos, mediante la

⁴ De Fleur, Melvin L. Y Ball-Rokeach, Sandra J., Teorías de la comunicación de masas, Paidós, México, 1989, pág. 139

⁵ McLuhan, Marshall, Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano, Paidós, Barcelona, 1996, pág. 312.

utilización de un esquema —o mejor dicho un listado— donde se enumeraba el momento de la presentación de cada “pieza” musical, la costumbre se fortaleció (ver anexo I).

Partiendo de la definición de Serafina Llano Prieto y Oscar Alberto Morales Huerta, un programa radiofónico es la instrumentación de un sistema o conjunto de operaciones, previsto para el desarrollo de un proceso en la transmisión de mensajes; no es una sucesión de acciones realizadas al azar, sino una combinación ordenada de reglas establecidas previamente.⁶

Los pioneros de la radiodifusión en México, enfrentaron las mismas dificultades que sus colegas de otras partes del mundo, pues cuando Constantino de Tárnava inició las transmisiones de su estación experimental TND, en 1919, los mensajes lanzados durante sus emisiones se componían de música producida por fonógrafo y lectura de noticias publicadas en los diarios. Algo similar ocurrió con los hermanos Adolfo Enrique y Pedro Gómez Fernández, al poner en operación su radiodifusora en 1923, porque la señal generada sólo incluyó la ejecución de dos piezas musicales y datos sobre los intérpretes.

José Felipe Gálvez Cancino, asegura que Constantino de Tárnava hijo, realizó el “primer programa vivo de estudio” en México, el 9 de octubre de 1921 entre las 20:30 y las 22:00 horas. Además, el ingeniero De Tárnava, informaba a sus radioescuchas sobre los horarios de sus transmisiones y el contenido de ellas, mediante la publicación de anuncios, en el diario regiomontano *El Porvenir*.⁸

“Lo que sí es cierto es que 1921 fue el año del arranque de la radiodifusión en México y, aunque parezca una coincidencia, ocurre lo mismo en casi todas las naciones del mundo”.⁹ Sin embargo, en nuestro país la organización de una programación radiofónica más formal, comenzó con la fundación de las estaciones “El Universal Ilustrado-La casa de la radio” y “La Estación Del Buen Tono” —pues como ya se explicó—, éstas contaban con un permiso oficial para desarrollar sus actividades, tenían una transmisión regular con

⁶ Moles, Abraham. *Aput.*, Llano Prieto Serafina, y Morales Huerta, Oscar Alberto, La radiodifusión en México, Comunicación tecnológica e investigación, México, 1984, pags. 14 y 15.

⁷ Cancino Gálvez, José Felipe, Los felices del alba: la primera década de la radiodifusión mexicana, tesis de licenciatura, FCPyS, UNAM, México, 1975, pág. 118.

⁸ *Cfr.* www.geocities.com/familiartarnava/introduccion, “Inicio de la radio en México y Latinoamérica: Don Constantino de Tárnava”, julio, 2001.

⁹ Figueroa Bermúdez, Romero, ¿Qué onda con la radio?, Alahambra mexicana, México 1997, pág. 42.

horario fijo y realizaban emisiones cuyo objetivo consistía en proporcionar mensajes mejor definidos, más elaborados y con el propósito específico de atrapar la atención de un público diverso, mediante la construcción de un contenido especial: como ejemplo, baste recordar la primera emisión de "El Universal Ilustrado-La casa de la radio", donde se ofrecieron interpretaciones de los músicos Manuel M. Ponce, Andrés Segovia y Manuel Barajas, el arte dramático de la actriz Celia Montalbán y la creación poética de Manuel Maples Arce.

Con base en el análisis histórico referido se puede decir que las primeras emisiones radiofónicas generaban transmisiones con señales indefinidas, pero al evolucionar el sistema de radiodifusión se crearon procedimientos particulares, que posibilitaron la realización de propuestas ordenadas para producir mensajes más articulados y consistentes.

En síntesis, un programa de radio es un sistema de mensajes configurados de manera especial, para ofrecer información coherente, organizada en un cuerpo bien delineado, en un contenido de interés público, a través de un espacio y tiempo preestablecido.

2. 2 Géneros

La radio es un medio de comunicación social que se percibe sólo por el sentido del oído, por ello en la construcción de sus mensajes emplea elementos exclusivamente auditivos como la palabra, voz, música, ruido y silencio, que dan origen a emisiones radiofónicas con un lenguaje propio, capaces de transmitir contenidos a partir información sencilla y de fácil asimilación para cualquier persona.

En los primeros programas radiofónicos creados en México, y otras partes del mundo, se empleó la voz de los locutores —conocidos inicialmente como "voçiferadores", anunciadores o perifoneadores, como recuerdan Alma Rosa Alva de la Selva y José Guadalupe Martínez García¹⁰— y la música, interpretada en directo o grabada, como materia prima para conseguir captar la atención de toda una comunidad o del país entero; así, con la utilización de estos dos recursos básicos e incorporando otros componentes acústicos como los efectos sonoros, se generaban proyectos radiales ingeniosos, que se iban colocando en el gusto del público —principalmente— por su novedad.

¹⁰ Alva de la Selva, Alma Rosa y Martínez García, José Guadalupe, Y se hizo la radio, los primeros días de la radio en México, 1921-1945, Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, México, 2001, pág. 49.

“La radio de gran auditorio comenzó de manera muy parecida en todas partes: con emisiones en vivo, con música y cantantes vernáculos, con radionovelas, con noticias, con series que desplegaban talento y humor”¹¹, señala Fátima Fernández. Pero el verdadero auge de la radio, como medio de comunicación masiva, se dio a partir del uso de la palabra y la música como instrumentos para transmitir, emociones, pensamientos, conceptos e ideas.

Al paso de los años, cuando la realización de emisiones radiales se fue depurando, se empezaron a distinguir dos modelos de producciones radiofónicas: las habladas y las musicales. Los programas hablados o de contenido se caracterizan por ofrecer a sus radioescuchas un discurso articulado a través de la palabra; por su parte, las emisiones musicales desarrollan mensajes a través de la ejecución e interpretación de conciertos o melodías.

Mario Kaplún, sostiene “En una primera instancia podemos agrupar los programas de radio en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predomine netamente bien la música, (o) bien la palabra”¹², al autor le interesan los últimos, “puesto que son los que permiten expresar ideas”¹³.

Kaplún marca la diferencia entre géneros de radio, musicales o hablados, pero no ofrece una definición concreta de cada uno. Para obtener una idea más clara del término, es necesario remitirse al diccionario y buscar el significado de la palabra género: “especie, conjunto de cosas que tienen caracteres comunes; clase a que pertenecen personas o cosas”¹⁴, y complementarlo con el concepto de programa radiofónico descrito páginas atrás: sistema de mensajes configurados de manera específica para brindar información de interés general que se encuentra organizado en un cuerpo bien definido. Por lo tanto, un género radiofónico sea musical o hablado, es un conjunto de mensajes con características comunes, ordenado u organizado de manera particular, mediante una estructura discursiva para integrar un modelo general con técnicas, procedimientos y reglas propias.

¹¹ Camacho, Lucha, La imagen radiofónica, McGraw Hill, México, 1999, pág. vii

¹² Kaplún, Mario, Producción de programas de radio, el guión-la realización, CIESPAL, Quito, 1978, pág. 133.

¹³ *Ibidem.*, pág. 133.

¹⁴ Diccionario enciclopédico, Hachette Castell., Tomo 5, México, 1981, pág. 996.

Es importante hacer la distinción entre géneros radiofónicos hablados o de contenido y los musicales, aun cuando utilicen los mismos códigos generales, porque cada uno ha desarrollado su propia fórmula para transmitir mensajes e influir en la audiencia, sin importar que sean de interés cultural o comercial.

Por un lado, los géneros radiofónicos hablados fomentan procesos mentales racionales en su público y a través de su contenido provocan una reflexión, por ejemplo cuando alguien escucha una conversación de cualquier tipo en su radio receptor, si se encuentra atento, asumirá una postura al respecto; por el contrario, los géneros radiofónicos musicales dirigen su mensaje a las emociones humanas, y por medio de melodías producen sensaciones agradables a quien las escucha, prueba de ello son las obras operísticas o temas interpretados en un idioma diferente al receptor que provocan goce, aunque no se entienda completamente su alocución.

Casi desde el inicio de la radiodifusión en México, hacia la segunda mitad de los años 20, de manera regular, los géneros radiofónicos hablados o de contenido incorporaron técnicas de la prensa escrita, preceptos de los diversos estilos literarios y herramientas de otras áreas del conocimiento humano, para presentar su discurso ante el auditorio; con ellas provocaron la creación de nuevas formas radiales. "La radio, entonces, vino a significar el rearmado de la prensa en nuestro país del cual, a no dudarlo, salieron fortalecidas ambas instancias al conformar una red específica de comunicación pública"¹⁵, asimismo, "la radio se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes"¹⁶.

En tanto, los géneros radiofónicos musicales desarrollaron esquemas rígidos, muy particulares al difundir sus mensajes melódicos; en un primer momento ofrecen a su auditorio la interpretación de conciertos y canciones en vivo, pero después —para abatir costos— se concentran en la difusión de melodías grabadas; en su caso, la creación y variedad de nuevas fórmulas radiales dependen del tipo de música a promover. "Los programas musicales se transmitían prácticamente uno tras otro, sin un hilo conductor temático, pues igual se pasaba de un concierto de música clásica a un programa de corridos y de ahí a la música jarocho"¹⁷.

¹⁵ Septien Crespo, Jaime, *La industria de la radio y televisión en México*, Tomo I, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, 1991, pag. 65.

¹⁶ Kaplún, Mario, *Op. cit.*, pag. 132.

¹⁷ Alva de la Selva, Alma Rosa y Martínez García, José Guadalupe, *Op. cit.*, pag. 51.

A partir de la adaptación de técnicas, esquemas y métodos provenientes de otras áreas del conocimiento humano, los géneros radiofónicos se fueron enriqueciendo para dar pie al surgimiento de una gama amplia de formatos radiofónicos novedosos. Hasta la fecha los dos géneros se han consolidado como la esencia de la radio, aunque el que ocupa mayor tiempo de transmisión en las radiodifusoras, es aquel que apela más a ser captado por el sentimiento que por la razón.

Profesionales e investigadores de la radio como Mario Kaplún, María Cristina Romo Gil, Marco Vinicio Escalante, Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo, entre otros, no coinciden cuando exponen las diferencias entre géneros y formatos radiofónicos, situación que ha causado una gran confusión teórica, metodológica y práctica sobre este medio electrónico de comunicación masiva, por lo cual es necesario realizar una exploración en torno a la integración de los diversos formatos radiales.

2.3 Formatos

En radio, el género define los dos perfiles básicos en la transmisión de mensajes —musicales o hablados—, pero es muy común que éste se confunda con el formato, que son las múltiples maneras de presentarlos al público; es decir, a uno corresponde el contenido o fondo y al otro, la forma que adquiere la información del discurso; no son conceptos idénticos, ni se deben emplear como sinónimos, pues responden a circunstancias diferentes dentro de la actividad radial, uno representa el qué y otro el cómo.

El formato radiofónico tiene que ver con la configuración del mensaje; es un proceso más sofisticado, encargado de proponer u ofrecer una serie de operaciones discursivas, integradas en un conjunto, que permitan contar con un soporte argumental en la realización de contenidos particulares.

“Los formatos son los signos que transmiten los componentes opcionales de un mensaje comunicativo, que encierra una idea...” señalan Gavriel Salomon y Akeha Cohen y agregan: en el medio radiofónico “todo mensaje implica un contenido y un formato”¹⁸, entonces, a partir de esto, se puede deducir que el formato es un mensaje compuesto y elaborado con una forma especial para transmitir una idea.

¹⁸ Salomon, Gavriel y Cohen Akeha, *Apud.* Llano Prieto, Serafina y Morales Huerta, Oscar Alberto, La radiodifusión en México, Comunicación tecnológica e investigación, México, 1984, pág. 15 y 16.

La realización de contenidos especializados, implica agrupar elementos, recursos y herramientas diversos, propios del medio o provenientes de otras ramas de la ciencia, así como el empleo de un sistema perfectamente bien definido que garantice orden, coherencia, consistencia y cuerpo al discurso; sin embargo, el formato no es sólo la combinación de elementos para la creación de mensajes, es la construcción del vehículo que permite hacer efectiva su transmisión.

Marco Vinicio Escalante destaca que "el mensaje sufre un proceso de variación en sus formas. Así tenemos, la forma como se le concibe, la forma como se le codifique, la forma como se lo redacte, la forma como se lo diga y, finalmente, la forma como se lo reciba (sic)"¹⁹, en consecuencia, el formato radiofónico moldea el cuerpo del discurso, mediante todos sus componentes, para satisfacer las necesidades específicas del emisor y del receptor.

En resumen, los formatos de radio son modelos narrativos con sistemas o métodos especializados encargados de dar cuerpo, forma y soporte a la elaboración de contenidos, que al desarrollar nuevas técnicas para presentar su información, dan origen a la creación de otros estilos y moldes en la difusión de su discurso.

Los formatos radiofónicos surgieron ante la necesidad de ofrecer variedad en los contenidos de la programación, son una herramienta útil para diversificar mensajes similares o del mismo género y sirven, fundamentalmente, para concentrar temas e ideas diferentes en una sola línea argumental.

El desarrollo de la radiodifusión ha dado paso a la creación de una variedad extraordinaria de formatos radiales hablados y de contenido que es difícil enumerar y peor aún describir; no obstante lo anterior, algunos estudiosos de la materia ofrecen una lista de los que consideran los formatos principales o básicos.

Por ejemplo, Mario Kaplún enumera doce formatos "más clásicos", con sus respectivas derivaciones, para la realización de programas educativos: 1.- Charla: a) explosiva, b) creativa, c) testimonial; 2.- Noticiero; 3.- Nota o crónica; 4.-Comentario; 5.- Diálogo: a) didáctico, b) radio consultorio; 6.-

¹⁹ Escalante D., Marco Vinicio, Comunicación radiofónica, teoría y práctica, CIESPAL, Ecuador, 1996, pág. 244.

² Los autores citados sobre el tema emplean las palabras género y formato como sinónimos, pero ya se marcaron las diferencias entre los conceptos páginas atrás.

Entrevista informativa; 7.- Entrevista indagatoria; 8.- Radioperiódico; 9.- Radiorevista (programas misceláneos); 10.- Mesa redonda; 11.- Radioreportaje: a) con documentos, b) con testimonios; 12.- Dramatización: a) unitaria, b) seriada, c) novelada.²⁰

Por su parte, Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo exponen siete formatos, con algunas variaciones: 1.- Magazine: a) de comentario u opinión, b) de puesta en escena; 2.- Informativos: a) diarios hablados, b) boletines informativos, c); informativos especiales; 3.- De ficción: a) dramáticos, b) docudrama, c) de creación; 4.- Monográficos; 5.- Documentales; 6.- Publicitarios: a) cuña, b) comunicado c) microespacio, d) publireportaje.²¹

En el caso de otros investigadores como María Cristina Romo Gil sólo aborda el "formato del noticiero" y al explicarlo expone otros modelos que lo integran: 1.- Entrevista: a) noticiosa, b) de opinión c) de semblanza; 2.- Editorial; 3.- Comentario, 4.- Especiales: a) deportivos b) de personalidades; 4.- Revista.²²

Respecto a los formatos radiofónicos del género musical Serafina Llano Prieto y Oscar Alberto Morales Huerta, identifican diferentes fórmulas a partir del tipo de melodía, como las clásicas, de rock and roll, de nostalgia o ráfagas del pasado y vernácula, entre otras²³; sobre el mismo asunto, Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo enumeran listas de éxitos o *Top*, discos dedicados, peticiones de discos, revistas musicales, especializados en géneros musicales, temáticos, especializados, y otros formatos.²⁴

Con los ejemplos anteriores se puede observar que no existe un acuerdo, entre los estudiosos del tema, al momento de intentar hacer una clasificación de los formatos del género radiofónico hablado, pero queda claro que se pueden agrupar partiendo de algunas características constantes en ellos como: la de su origen discursivo, del tema o tópico a abordar y de sus objetivos.

Por lo tanto, resulta más práctico dividir los formatos radiofónicos a partir del origen de sus mensajes, de esta manera se ubican los derivados de la prensa,

²⁰ Kaplan, Mario, *Op. cit.*, pag. 135.

²¹ Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús, *Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica*, Paidós, España, 1994, págs. 92-147.

²² Romo Gil, María Cristina, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, Diana, México, 1991, págs. 69-90.

²³ Llano Prieto, Serafina y Morales Huerta, Oscar Alberto, *Op. cit.*, págs. 17 y 18.

²⁴ Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús, *Op. cit.*, pag. 17.

los vinculados a la literatura, los identificados por su tema o tópicos, los reconocidos por el tipo de discurso empleado y los distinguidos por su tiempo de duración.

Así, a los formatos radiales derivados de la prensa se les considera como informativos, y presentan sus propias variantes: noticiarios, entrevistas, reportajes, crónicas, documentales, de opinión, análisis, entre otros. Los derivados de la literatura se les conoce como dramáticos, que también ofrecen variaciones: radionovela, sicodrama, dramatización, por citar algunos. En las fórmulas por tema o tópicos se pueden encontrar los de entretenimiento, deportivos, científicos, de concurso, culturales, entre varios otros. Entre los formatos producidos a partir de su discurso se hallan el monólogo, el diálogo, el debate y muchos más. Por último, las propuestas realizadas dependiendo del tiempo de duración incluyen las series, unitarios, cápsulas y promocionales.

Como la radiodifusión es una actividad viva que se encuentra en constante movimiento y evolución, los formatos radiofónicos se han ido adaptando a las nuevas necesidades, planteadas por un público cada día más exigente, con la elaboración de formas radiales más novedosas e integrales, que dan paso a los formatos llamados mixtos, como la revista o el *magazine*, en los cuales se combinan varios perfiles para lograr mayor soporte, atractivo e impacto.

En forma esquemática, la clasificación de los formatos radiofónicos por el perfil de contenidos que se ofrecen al público y por los diferentes estilos de presentarlos queda de la siguiente manera:

GÉNEROS RADIOFÓNICOS

Hablados o de
contenido

Musicales

Formatos radiofónicos

DERIVADOS DE LA PRENSA (INFORMATIVOS)

- *Noticiarios
- *Entrevistas
- *Documentales
- *Reportajes
- *De análisis
- *Crónicas

- *Lista de éxitos o Top
- *Especializados en
géneros melódicos
- *Temáticos
- *De peticiones
- *De dedicatorias

DERIVADOS DE LA LITERATURA (DRAMÁTICOS)

- *Radionovela
- *Radioteatro
- *Sicodrama
- *Dramatizaciones

POR TÓPICO O TEMA

- *Entretenimiento
- *Culturales
- *Deportivos
- *Educativos
- *De concurso

MIXTOS (COMBINACIÓN DE DOS O MÁS FORMATOS)

- *Revistas
- *Miscelánea
- *Magazine

POR DISCURSO

- *Monólogo
- *Diálogo
- *Mesa redonda

POR TIEMPO DE DURACIÓN

- *Serie
- *Unitario
- *Cápsula
- *Promocional

En pocas palabras, los programas radiofónicos son emisiones que articulan una serie de mensajes auditivos, con el objeto de configurar un contenido atractivo de interés público, para construir un discurso social, mediante el empleo de un esquema metódico, donde se definen y ordenan diversas operaciones argumentales en un espacio, lugar, periodicidad y tiempo preestablecido.

Los géneros radiofónicos definen los dos perfiles discursivos empleados por la radio para transmitir sus mensajes o contenidos, cada uno cuenta con normas y reglas particulares que le proporcionan personalidad propia; el género hablado o de contenido induce al auditorio a desarrollar procesos mentales racionales o reflexivos; en cambio el género radiofónico musical se dirige y explota la sensibilidad innata del ser humano.

Por su parte, los formatos radiofónicos son modelos discursivos —creados con el objeto de dar variedad a los géneros—, que cuentan con sistemas especializados para proporcionar cuerpo, forma y soporte a la elaboración de contenidos dirigidos a un público específico; asimismo, tienen la peculiaridad de concebir nuevas técnicas y diseñar otros estilos, para presentar diferentes mensajes o contenidos en un discurso general, pero mediante una sola línea argumental.

Finalmente, el género representa el qué; es decir, cuál es el tipo de mensaje que se pretende emitir. En tanto, el formato significa el cómo se va a transmitir ese mensaje.

CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN, ESTRUCTURA Y DISEÑO EN LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS HABLADOS

En la realización de programas radiofónicos hablados, es requisito indispensable conocer los principios fundamentales del medio, porque con base en ellos, se pueden explotar al máximo todas sus posibilidades expresivas y, al mismo tiempo, evitar improvisaciones en la producción de emisiones radiales, que dicho sea de paso, cada día son más frecuentes.

Pero no basta conocer las definiciones básicas de la radio, para construir programas que posean un buen soporte teórico y ofrezcan contenidos de interés público con calidad; es necesario tener un método más acabado capaz de marcar, en forma sistemática, cada paso a seguir en la confección de espacios radiales hablados bien elaborados.

Es cierto, que la realización de programas radiofónicos es un proceso creativo producto de la imaginación; sin embargo, para materializar este proceso es indispensable el empleo de una metodología —con cierto rigor científico—, capaz de proporcionar un plan general, suficientemente sólido, que logre transformar una simple idea, en un verdadero discurso radial.

Concebir programas para ser difundidos a través de las ondas hertzianas, sin importar su género y formato, va más allá de la inspiración o el talento, porque la mayor dificultad se encuentra en su planteamiento; es decir, para producir emisiones radiofónicas habladas con algunos elementos del método científico es indispensable integrar una guía metódica con los principales instrumentos que den vida a un verdadero concepto radiofónico.

Las herramientas metodológicas básicas en la construcción de programas radiofónicos hablados, que proporcionan un concepto perfectamente bien definido, son la planeación, la estructura y el diseño; éstas, constituyen un proceso que garantiza el cabal cumplimiento de los objetivos impuestos, mediante la conformación de un cuerpo firme pero funcional, modelado de manera atractiva para captar la atención del auditorio.

3.1 Planeación

El punto de partida para la realización de un programa radiofónico hablado se encuentra en saber qué mensaje se desea comunicar, cómo se pretende transmitir y a quién se dirigirá; es decir, es necesario concebir una idea novedosa, pero también es indispensable elaborar un plan general que indique la manera de producirla; es una combinación de talento y conocimiento técnico.

Planear un programa de radio, consiste en definir perfectamente el contenido que se desea difundir; justificar la necesidad o atractivo del tema; determinar los fines u objetivos a conseguir; establecer el género y formato; indicar cuáles son los elementos, recursos, herramientas e instrumentos para configurar el cuerpo; diseñar la estructura de ese cuerpo; explicar los mecanismos que se pretenden emplear para llevarlo a cabo; designar los recursos humanos; señalar los requerimientos técnicos o materiales; evaluar los costos; marcar periodicidad, horario, tiempo de duración, así como la permanencia; informar si la realización es en vivo o grabada; y, sobre todo, construir un esquema completo de carácter científico que sirva de proyecto o guía conceptual.

“El proceso de creación de un programa pasa por el análisis de toda esta serie de factores —a los que habrá que sumar los medios humanos y técnicos, la periodicidad, etc.—, que condicionarán el posterior proceso de producción y realización.

“A partir de todos estos datos será preciso definir el objetivo, la filosofía y el planteamiento general. El punto de partida, el núcleo central sobre el que se construye el programa de radio es, evidentemente, la idea.

“El resto de los elementos —formato, estructura, género—, aun siendo importantes, están supeditados a esta idea general, que será la que determine las características diferenciales del nuevo espacio”.¹

La delimitación del contenido a desarrollar en un programa de radio permite reconocer, en forma casi inmediata, al auditorio interesado en el tema propuesto; distinguir sus inquietudes e identificar las características

¹ Ortiz, Miguel Angel y Marchamalo, Jesús. *Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica*. Paidós, España, 1994, pág. 92.

particulares de éste, sirve para determinar la línea discursiva de la emisión. "Los mensajes estarán condicionados, necesariamente, por la audiencia a la que éstos teóricamente van dirigidos".²

Por su parte, en la justificación se argumenta por qué es necesario o atractivo, para la radio, un tema en particular, tarea que implica el análisis de ofertas similares y la exploración del cuadrante con el fin de evaluar sus carencias o aciertos, en su interés de contribuir a fomentar la creación y búsqueda de nuevos proyectos radiofónicos. "La elaboración de una serie... para radio, implica un proceso de investigación previo".³

Asimismo, determinar los fines u objetivos en un nuevo programa radiofónico y cumplirlos cabalmente, requiere tomar en cuenta las circunstancias que le dan sentido a la creación de ese espacio como son: el contenido a transmitir, el tipo de auditorio previsto y el perfil de la difusora. El alma de una emisión radial se encuentra en la realización de sus propósitos; por lo tanto, dependiendo del mensaje, del público y de la estación, las metas de una serie en el cuadrante pueden ser educar, entretener, divertir, informar y vender, entre otras, e incluso varias a la vez.

Establecer el género de una emisión radial, no representa muchas dificultades, pues al decidir el tipo de mensaje que se desea poner al aire, de inmediato queda establecido, porque como ya se explicó, sólo existen dos tipos: hablado o de contenido y musical.

La dificultad se presenta a la hora de elegir el formato, Mario Kaplún postula, que "para proyectar un programa de radio se puede partir: A) de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar, de la temática definida que deseamos abordar. A partir de ella, determinamos el formato, la estructura radiofónica más adecuada para vehicular esos contenidos... B) o bien de una estructura previamente determinada. En este caso escogemos un formato... de ricos y variadas posibilidades, y que se adecua bien a un mensaje o a una temática general que tenemos en mente".⁴ Entonces, el formato depende de las características generales del mensaje y de las necesidades para su transmisión.

² *Ibidem*, pág. 25

³ Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1991, pág. 106.

⁴ Kaplún, Mario. Producción de programas de radio, el quién-la realización, CIESPAL, Quito, 1978, pág. 131.

Aquí cabe recordar la sentencia de Marshall McLuhan cuando dice "el medio es el mensaje", porque es el medio el que modela y controla la escala y forma⁵; es decir, en este caso el formato ordena los contenidos para lograr el control de todos los elementos que configuran los mensajes. El formato modela todos los contenidos del programa y marca el contorno de su cuerpo.

Sin embargo, para dar forma al cuerpo de un programa es menester indicar con precisión qué tipo de elementos lo componen y le dan personalidad: cuántos instrumentos se pueden emplear para proporcionarle consistencia argumental y cuáles son las herramientas útiles en la confección de su "decoración, vestido o indumentaria". "Luego de que se decidió el tema y todos los elementos, se establece la unidad de la obra... Esto es, que todos los elementos de la obra se relacionen de manera completa y consistente. No debe haber elementos extraños que puedan distraer al público de una impresión total unificada. La obra debe tener una consistencia y una integridad...".⁶

Es claro que el cuerpo de una emisión radial se integra por una serie de elementos tradicionales del medio, pero para hacer de éstos algo más que un "bulto o masa amorfa", compuesta por un "montón" de recursos radiofónicos, es necesario diseñar una estructura original capaz de proporcionarle, además de consistencia en el discurso, continuidad en los contenidos y secuencia en los mensajes. En otras palabras, la estructura es un sistema operativo que asigna, mediante un trabajo de jerarquización, a cada elemento del programa un lugar o una posición para conformar un "esqueleto" firme, capaz de sostener todas las partes del cuerpo. Sobre el tema, Mario Kaplún apunta: "Elegimos, del conjunto de signos de que disponemos (el idioma español), una serie de signos, (palabras) que expresan nuestra idea y agrupamos y ordenamos esos signos de acuerdo con una determinada estructura convencional establecida...".⁷

Poner en movimiento el cuerpo de un programa, requiere el uso de mecanismos diversos como el guión, el libreto, la escaleta, el *teaser*, la pauta o la bitácora, por citar algunos, los cuales a partir de las necesidades del discurso permitan la circulación y el desplazamiento de todos sus componentes —elementos, herramientas e instrumentos— dentro del mismo. Es decir, los dispositivos que dan movilidad al cuerpo de la emisión, también

⁵ McLuhan, Marshall, *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*, Paidós, Barcelona, 1996, pág. 30.

⁶ Romo Gil, María Cristina, *Op. cit.*, pág. 59.

⁷ Kaplún, Mario, *Op. cit.*, pág. 84.

hacen factible la fluidez de los contenidos a través de su ordenamiento, distribución, dosificación, duración y en menor medida del tratamiento, para poder ser asimilados por el auditorio.

Al hacer referencia a la importancia del guión Mario Kaplún señala que "su uso demanda, evidentemente, creatividad; nos enfrenta a la necesidad de plantearnos técnicamente el problema de la composición radiofónica de nuestros mensajes y de encuadrar los mismos en estructuras específicamente radiofónicas... tiene que ser también y ante todo, un buen programa de radio, atractivo y capaz de captar la atención del destinatario" y agrega: "Nuestra tarea no termina, pues, en el momento que seleccionamos los temas y los contenidos para nuestra emisión; diríamos más bien que allí comienza. ¿Cómo los convertimos en una creación radiofónica atrayente y eficaz? En eso consiste realmente nuestro trabajo. Todo mensaje... debe ser 'traducido', reelaborado y puesto en lenguaje radiofónico"⁸

La designación de los recursos humanos no sólo es una labor de selección, es un trabajo de análisis dónde se deben tomar en consideración múltiples variables, como el tipo de voz del locutor —masculina o femenina—, perfil cultural del comunicador, cantidad de titulares o colaboradores y edad idónea para la conducción, por citar algunas; éstas se determinan al considerar el género, formato y tema del programa.

"Conducido de un modo 'personal': quien 'lleve ante el micrófono' el espacio va a determinar su aceptación o rechazo en especial medida. Es verdad que siempre sucede así, pero en programas 'de entretenimiento' la figura del presentador es la esencial. 'De hecho, el locutor se ha convertido en el personaje central de las emisiones radiofónicas, sobre todo una vez consolidada la radio comercial'.⁹

Otra parte del equipo, en la realización de una emisión radiofónica —tan importante como la que sale al aire—, es el personal de producción: el director, productor, coordinador y asistente, quienes también se eligen tomando en cuenta su formación profesional, pero ante todo, a partir de las dificultades, necesidades y recursos disponibles.

⁸ *Ibidem*, pág. 81.

⁹ Ortiz, Miguel Ángel y Volpini, Federico, Diseño de programas de radio, guiones, géneros y fórmulas, Paidós, España, 1995, pág. 94.

Sobre los requerimientos técnicos o materiales, basta enumerar los instrumentos, poco convencionales como unidades móviles, necesarios en la realización del programa, porque normalmente las estaciones radiodifusoras cuentan con la infraestructura suficiente para resolver cualquier problema de esta naturaleza.

La evaluación de costos en la producción de un programa de radio, significa efectuar una labor presupuestal para medir la viabilidad financiera del proyecto, es decir, es necesario calcular todos los gastos para comprobar si es posible realizar la serie, con los recursos económicos previstos. En muchos casos la rentabilidad se impone al beneficio social, pero esto no significa que a menor presupuesto, menor calidad; por el contrario, es posible lograr mayor calidad con menor presupuesto, si interviene la creatividad e imaginación.

Marcara la periodicidad de la emisión representa un paso decisivo para su producción, pues cuando se establece si el programa saldrá al aire todos los días, algunos días de la semana, una vez por semana o cada mes, es posible darle un carácter serial, monográfico o unitario. Además, la periodicidad fomenta la inclusión de características especiales en cada emisión, dependiendo del día; así, los espacios de sábado y domingo cuentan con elementos distintivos especiales, por ejemplo.

El horario también es un factor determinante en la incorporación o exclusión de algunos elementos en el formato y contenido del programa, pues tomando en cuenta la hora de transmisión, sea matutina, vespertina, diurna o nocturna, el ritmo puede ser más explosivo, dinámico, relajado, reflexivo e íntimo, entre otras modalidades.

Conforme se va consolidando, cada emisión encuentra su propio tiempo de duración; es decir, la cantidad o el volumen de tiempo está estrechamente relacionado al atractivo de la propuesta general; así, cuando se tiene un buen soporte metodológico es posible construir contenidos con un formato de estructura sólida que mantenga el interés del público por largos periodos de tiempo, pero a falta de éste, el relleno de tiempo es aburrido hasta en segundos, porque carecen de cuerpo y consistencia.

Sólo en contadas ocasiones es posible predecir cuál será la permanencia al aire de un programa radiofónico, porque el éxito de una emisión depende del empleo de un sencillo método científico, de un poco de talento y de la coyuntura social. En radio, el éxito no siempre depende de la permanencia,

pues, también podría estar determinada por el servicio y ayuda que brinde a la comunidad.

“La planificación de un programa de radio comienza con la reunión de contenidos. En ella se seleccionan los temas, se decide el tratamiento de cada uno de ellos y, atendiendo al tiempo y los medios de que se dispone, se organiza la producción... de esta primera reunión deberá salir un esquema completo del programa”.¹⁰ En resumen, la planeación representa la construcción de un esquema general de carácter científico que sirve como proyecto o guía conceptual en la producción y realización de programas radiofónicos.

3.2 Estructura

Un paso más en el proceso de realización de programas radiofónicos, bajo la guía de un proceso que haga uso de algunos elementos del método científico, es la construcción de una estructura sólida, capaz de conjugar todos los elementos, recursos, herramientas e instrumentos derivados de su planificación y formato para emitir su discurso; sin embargo, poner en marcha este soporte sistemático, requiere de un andamiaje técnico completo que permita aprovechar al máximo cada una de sus piezas.

La estructura de una emisión radial, es más que un simple utensilio capaz de combinar recursos radiofónicos, es un “sistema operativo” cuya función principal es la de ofrecer e implantar un engranaje dinámico que permita el acoplamiento de mensajes diversos, para armar y desarrollar un discurso coherente. “En primera instancia, el mensaje es una construcción obtenida con elementos tomados por el emisor de entre todo un repertorio de signos, es decir, es un conjunto de ideas extraídas de un hecho determinado o de una realidad completa... Se organizarán... de forma tal que la presentación de sucesos se manifiesten a través de signos que puedan ser asimilados y comprendidos por la mayoría...”¹¹

En un programa radiofónico la estructura funciona como el principal eje argumental del discurso, donde convergen la totalidad de los mensajes a comunicar, sin importar su forma, tema u origen; es decir, se convierte en la columna vertebral de la emisión al hacer posible la articulación de un

¹⁰ Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús. *Op. cit.*, págs. 103 y 104.

¹¹ Toussaint, Florence. Critica de la información de masas, Trillas, México, 1990, págs. 45 y 46.

contenido completo, con la incorporación de piezas diferentes en una misma línea discursiva.

Sobre el tema, Umberto Eco sostiene que "El modelo estructural interviene siempre para reducir las experiencias heterogéneas a un razonamiento homogéneo. En este sentido, el modelo se propone como un *procedimiento operativo*, como la única manera posible de reducir a un razonamiento homogéneo la experiencia viva de los objetos distintos".¹² Con esta premisa se puede entender que la estructura de una emisión radiofónica se debe emplear como un instrumento capaz de unificar y conservar los criterios discursivos de los diferentes mensajes a emitir, así como simplificar su construcción.

Pero en una emisión radiofónica, para armar el andamiaje que permita acoplar el conjunto de piezas —impuestas por el formato general—, en una sola unidad, es indispensable establecer algunas directrices que sirvan de enlace o "procedimiento operativo" en la organización, distribución y ordenamiento de los contenidos. Estas normas se pueden instituir a partir del principio básico de jerarquización, ya sea, por la importancia, actualidad, forma, originalidad, procedencia y novedad, entre otros, de los mensajes a difundir. "Basados en un tema central, las ideas deben plantearse coherentemente y con organización. Hemos de buscar los subtemas pertinentes principales para darle estructura a la exposición... pondremos elementos sustanciales que iremos reforzando para hacer un todo que satisfaga al oyente... no es conveniente amontonarse de ideas y dispararlas como salgan...".¹³

Para Lidia Camacho "Una definición simple y precisa de la palabra estructura es la que nos proporciona el diccionario: 'disposición y orden de las partes de un todo'. Un elemento no tiene valor por sí mismo, lo adquiere en la medida en que se relacione con los demás. La estructura es la disposición de los elementos que le da forma a la idea".¹⁴ Por lo tanto, la estructura de una emisión radiofónica es un instrumento metodológico donde se reúnen, organizan e integran una serie de herramientas discursivas para construir un soporte que proporcione solidez al contenido general del programa.

Existen diversas estrategias para estructurar, de manera consistente, el discurso general de un espacio radiofónico: entre los modelos básicos destacan

¹² Eco, Umberto. *La estructura ausente, introducción a la semiótica*. Lumen, Barcelona, 1978, pág. 399.

¹³ Escalante D., Marco Vimeio. *Comunicación radiofónica, teoría y práctica*. CIESPAL, Ecuador, 1986, pág. 237.

¹⁴ Camacho, Lidia. *La imagen radiofónica*, McGraw Hill, México, 1999, pag. 91.

la división en bloques temáticos, segmentación por tipo de formato y secciones o colaboraciones especializadas. La articulación del contenido con bloques temáticos representa el enlace de los mensajes a través de la materia que difunden; la segmentación por tipo de formato, implica hilvanar la información por su configuración formal; y, en el acoplamiento discursivo mediante secciones o colaboraciones especiales, su común denominador es el comentario del presentador o experto en el área. En el caso de las radionovelas, la estructura, de manera regular, se organiza por escenas y secuencias, enlazadas por medio de un narrador, la historia o los personajes.

El empleo de las diferentes estrategias para estructurar un programa, dependerá del formato radiofónico a desarrollar, pues cada uno puede ofrecer ventajas o desventajas; por ejemplo una mesa redonda carente de una articulación por bloques temáticos resultaría caótica, a diferencia de una radionovela que con bloques temáticos no podría desarrollar y entrelazar mucho dramatismo en sus historias.

Para desarrollar dichas estrategias es necesario tomar en cuenta que un bloque representa la unidad más grande en una estructura, la cual puede incluir diferentes segmentos y secciones o colaboraciones; por su parte, un segmento es posible conformarlo con secciones y colaboraciones. Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo, definen al bloque como "un conjunto de elementos y recursos utilizados generalmente para la presentación de un tema, aunque hay veces que el bloque comprende varios temas o secciones"¹⁵.

Esta idea se refuerza cuando Florence Toussaint, al comentar la teoría estructuralista del investigador italiano Umberto Eco, señala "Las *unidades del sistema* se diferencian y se reconocen por su posición en la estructura, por la manera en que se combinan unas con otras... *la estructura es un sistema* en el que el valor de cada uno de sus componentes se haya establecido o determinado por sus posiciones y diferencias dentro del mismo. Esta estructura sólo aparece cuando se comparan entre sí fenómenos diversos, reduciéndolos a un mismo sistema de relaciones. Su forma cambia a través de los personajes, objetos, objetos-personajes, situaciones, lugares, etc."¹⁶

Al establecer una estructura discursiva firme, en un programa de radio, también se garantiza la creación de un procedimiento metodológico estable que permite la reproducción del mismo discurso —sin perder de vista sus

¹⁵ Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús. *Op. cit.*, pág. 93.

¹⁶ Toussaint, Florence, *Op. cit.*, pág. 50.

objetivos, características y elementos generales—, aún cuando desarrolle contenidos o temas diferentes, en emisiones distintas: es decir, en una serie radiofónica, cada programa cuenta con su propio sistema "operativo" que reproduce la estructura original de todo el concepto, sin importar su periodicidad u horario de transmisión. "Independientemente de los cambios, la estructura tiene elementos que, aunque parezcan contradictorios, son iguales, permanentes e invariables".¹⁷

La solidez y constancia en la estructuración radiofónica no implica rigidez absoluta, por el contrario, la estructura debe ofrecer la flexibilidad necesaria que permita la incorporación y adaptación de elementos nuevos para enriquecer el programa; pero esto, no impide a cada emisión, de una serie, presentar recursos novedosos al azar, para desecharlos en la siguiente transmisión.

En un programa radiofónico, la estructura es un instrumento de carácter científico que funciona como un "sistema operativo" en la articulación de un discurso completo conformado por elementos diversos, con formatos heterogéneos y provenientes de múltiples fuentes; además, sirve de herramienta metodológica para jerarquizar, organizar y ordenar cada una de las partes integrantes en el contenido de una emisión radial, con el objeto de definir una línea argumental permanente en la construcción de un discurso coherente; pero sobre todo, la estructura es un soporte técnico imprescindible para evitar la improvisación e invención diaria de un mismo programa; sin embargo, esto no significa carencia de novedad, variedad y originalidad.

3.3 Diseño

El diseño es la herramienta teórica que completa el proceso metodológico básico en la construcción de programas radiofónicos hablados o de contenido, con sentido científico, porque es la parte donde se le proporciona el acabado estético a todos los elementos que componen e integran el discurso radial a emitirse. "La radio puede ser un vehículo artístico, y lo será en la medida en que sus mensajes y la composición de sus elementos sonoros se fijen esa meta".¹⁸

Es decir, el diseño de un programa radiofónico proporciona una determinada figura o apariencia a todo el conjunto de método, procesos, y técnicas —con

¹⁷ *Ibidem*, pág. 50.

¹⁸ Camacho, Lidia, *Op. cit.*, pág. 1.

sus diferentes elementos, recursos o herramientas— para integrar un discurso radiofónico congruente con la línea argumental del concepto general y dotarlo de un estilo distintivo que le proporcione de una personalidad propia, original e innovadora, mediante la utilización de los principios fundamentales del medio como la actualidad, novedad, originalidad y variedad, así como del empleo de los códigos o símbolos afectivos recogidos por la empatía.

Existe una amplia gama de definiciones sobre la palabra diseño, pero en este estudio emplearemos la que ofrecen Niegel Cross, David Elliott y Robin Roy donde señalan: “En vista de esa diversidad de significados e intuiciones respecto al ‘diseño’, tal vez lo mejor que podamos hacer es adoptar otra definición de J. Christopher Jones: ‘El efecto de diseñar *es iniciar un cambio en las cosas realizadas por el hombre*’. Esto desplaza claramente el problema de la definición de ‘¿Qué es diseñar?’ a ‘¿Cuál es el efecto de diseñar?’ Cualquier actividad que inicia un cambio en las cosas realizadas por el hombre es, pues, una actividad de diseño”.¹⁹

Por lo tanto, en un programa radiofónico hablado o de contenido, el diseño es el instrumento metodológico que le proporciona carácter y estilo propio al conjunto de recursos que lo integran, para dotarlo de una apariencia original e innovadora, con el propósito de identificarlo frente a otras emisiones de formato similar, estructura parecida o del mismo tópico. “La estética... es uno de los elementos que definen la personalidad y estilo”²⁰, en un espacio de radio, comentan Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo.

Para conseguir forjar o moldear un carácter distintivo en una emisión radiofónica, es indispensable tomar en cuenta los principios fundamentales del medio como la actualidad, novedad, originalidad y variedad; es decir, el estilo de un programa de radio, depende de la sensibilidad en el manejo de recursos creativos con cierto grado de subjetividad, pero no por ello, menos racionales. “Podremos introducir determinados elementos creativos que contribuyan a hacer más radiofónico el formato”.²¹

El principio de actualidad, en un programa de radio —tanto en el contenido como en la forma—, se determina a partir de los aspectos culturales, tradicionales e históricos del auditorio al que se pretende llegar; es decir, la idiosincrasia del público delimita la actualidad de cualquier espacio radial.

¹⁹ Cross, Niegel, *et al.*, *Diseñado el futuro*, Gustavo Gil, Barcelona, 1980, pág. 11.

²⁰ Ortiz Miguel Ángel, y Marchamalo, Jesús, *Op. cit.*, pág. 114.

²¹ *Ibidem.*, pag. 94.

La novedad, por su parte, significa la renovación permanente de todos los recursos plásticos que le proporcionan un "temperamento" especial al espacio radial; la novedad, es la búsqueda y creación permanente de materiales auditivos modernos —como la música, los efectos sonoros y el silencio, entre otros—, cuya finalidad es imprimir un sello especial que distinga a la emisión.

En el caso de la originalidad, representa la recomposición de todos los elementos radiofónicos que llevan a la invención de fórmulas cada vez más atractivas, para la creación de una identidad particular; con la exploración de nuevas presentaciones en cada una de las piezas integrantes de un programa, se logran configurar propuestas de vanguardia. "La originalidad no está asociada con la complejidad o grado de abstracción de la imagen sonora, sino con un planteamiento nuevo que rompa creativamente con los estereotipos".²²

"La radio es una función de originalidad. No puede repetirse. Día con día debe crear algo nuevo. No es simplemente una función que transmita verdades e informaciones. Debe tener una vida autónoma en esta logósfera, en este universo de la palabra, en esta palabra cósmica que es una nueva realidad del hombre. Es necesario que vaya a buscar al fondo humano principios de originalidad.

"Lo cual será una paradoja. Pues si la radio debe encontrar temas de originalidad, no debe ser fantástica. La hora de la fantasía es una hora particular, es un valor enteramente accidental. Tiene su hora: es necesario que el mundo se divierta, que los padres y los hijos tengan su hora de relajamiento. Pero la fantasía no lo es todo".²³

Por otro lado, en una emisión radiofónica, la variedad en la forma y en el fondo, es una parte fundamental en la presentación del discurso, porque a través de ella se diversifica el contenido para lograr establecer un estilo propio; además, la variedad se convierte en un componente adicional, atractivo e innovador en la difusión de los mensajes, ya que evita la monotonía y la exposición lineal o repetitiva.

²² Camacho, Lidia. *Op. cit.*, pág. 9.

²³ Bacherlad, Gaston. "El derecho de soñar", *Apud.*, Septién Crespo, Jaime. La industria de la radio y la televisión en México. Tomo I, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, 1991, pág. 16.

“En consecuencia, la estética radiofónica considera y valora tres aspectos fundamentales que, por supuesto, constituyen una sola unidad inseparable:

1. Los materiales físicos del sonido: palabra, música, ruidos o efectos sonoros y el silencio.
2. Los códigos culturales.
3. La expresión radiofónica como resultado del proceso de la elaboración creativa que ordena y unifica los dos aspectos anteriores, con el propósito de hacer de la obra radiofónica un objeto estético acabado, con sistemas de significación específicos que ejercerán una influencia en el sujeto receptor”.²⁴

Empatía

Pero el diseño, en un programa de radio, no se compone sólo de herramientas absolutamente racionales que tienen conexión con el contexto cultural, social e histórico de su audiencia, también incorpora códigos y símbolos afectivos relacionados con el ámbito sentimental y emocional del público; es decir, en la construcción del discurso siempre es necesario incluir una buena dosis de recursos expresivos dirigidos a la sensibilidad humana, pero sin llegar a la cursilería.

“Por ser un medio auditivo la radio es más propicia a la palabra-emoción que a la palabra concepto. Un ingrediente estético, emocional y afectivo debe estar siempre presente en la comunicación radiofónica si se la quiere eficaz.

“...un concepto, una idea, puede vehicularse mejor por radio si se la enmarca en una dinámica afectiva, cálida y vivencial, que establezca una comunicación personal con el oyente y le haga sentir la emisión y no sólo percibirla intelectualmente.

“La auténtica comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no sólo el estrato pensante del perceptor sino también su estrato emocional”.²⁵

²⁴ Camacho, Lidia, *Op. cit.*, pág. 4.

²⁵ Kaplún, Mario, *Op. cit.*, pág. 65.

Entonces, para conseguir el ingrediente sentimental y emocional, en el diseño de un espacio radial, es necesario utilizar la empatía como recurso que sirva de vínculo afectivo entre el emisor y el receptor del discurso. "Cuando el comunicador establece empatía, el receptor siente como suyo el mensaje y lo decodifica más fácilmente".²⁶

El concepto de empatía proviene básicamente de la psicología, se deriva de la palabra *empathie*; como verbo, *emparar* tiene su origen en el término latino "impetire o impedire" que significa unir o empalmar dos cosas perfectamente. Por lo tanto, para fines radiofónicos, la empatía se entiende como un instrumento de identificación y vínculo entre los dos elementos fundamentales de la comunicación —emisor-receptor—; en otras palabras, la empatía es el código sentimental o afectivo entre un programa y su audiencia, "es la facultad de saber 'sintonizar' con el oyente; de ponernos en su misma 'onda'".²⁷

Sin embargo, crear una empatía eficaz en el diseño de una emisión radiofónica y hacerla efectiva, necesita del empleo de otros factores creativos que influyan en la percepción sensorial, como la identificación por medio del lenguaje, el impacto a través de los matices en la voz, la creación de atmósferas particulares por medio de efectos sonoros, la sugestión mediante la ambientación musical y la simpatía del conductor, entre otros.

Ritmo

Una pieza más en el diseño de programas radiofónicos hablados, es el ritmo que se impone al discurso general y a sus contenidos particulares para establecer un dinamismo armónico en todos los mensajes, con el objeto de consolidar su estilo; su función es la de instituir una secuencia perfectamente definida durante la exposición de los temas a comunicar, garantizar la continuidad en cada uno de los elementos integrantes y ofrecer consistencia argumental, con el objeto de reforzar el carácter y temperamento del espacio.

Definir la secuencia consiste en concatenar, de manera estética, una serie de contenidos para mantener el interés del auditorio durante todo el programa y por periodos largos; los mensajes se eslabonan en forma ascendente, descendente o en zig zag, dependiendo de su atractivo, con el propósito de conformar una historia o anécdota completa.

²⁶ Escalante D., Marco Vinicio, *Op. cit.*, pág. 74.

²⁷ Kaplun, Mario, *Op. cit.*, pág. 67.

La continuidad responde a la necesidad de que todos los mensajes se dirijan hacia un mismo sentido, evitando con ello la dispersión del discurso: la continuidad permite el desarrollo lógico de los contenidos porque, aún cuando sus mensajes sean diferentes, se presentan como parte de una misma exposición.

Por su parte, la consistencia se encarga de garantizar coherencia en la integración de los mensajes y contenidos que componen el discurso, para constituir una propuesta sólida.

“El ritmo es un fenómeno estético que, aplicado a la radio, resulta de extrema complejidad. Las variaciones del ritmo radiofónico responden a aspectos temáticos, expresivos, culturales, etc. Aunque resulta difícil de analizar, se puede decir que el ritmo radiofónico está condicionado por la interdependencia de los elementos sonoros que conforman el discurso radiofónico”.²⁸

En el diseño de un programa radiofónico, el ritmo no tiene mucha relación con la velocidad o la lentitud en la presentación y difusión de sus contenidos, ni con el establecimiento de crestas o depresiones destinadas a marcar cierta intensidad discursiva; el ritmo es un sistema armonioso que permite la orquestación estética de los elementos teóricos y sonoros para integrar una identidad propia a la emisión.

En resumen, el diseño como parte del proceso metodológico básico en la construcción de programas radiofónicos hablados o de contenido, es un instrumento estético o artístico que ofrece una serie de técnicas útiles para moldear el carácter, estilo y personalidad propia a una propuesta radial.

Y, a manera de síntesis general, se puede decir que la planeación, estructura y diseño, con sus múltiples procesos, sistemas y técnicas, son las herramientas metodológicas más útiles en la construcción de una guía o estrategia sistemática básica, que ayude en la creación de espacios radiofónicos hablados conceptuales, con un firme sustento científico.

²⁸ Canacho, Lidia. *Op. cit.*, pág. 36.

CAPÍTULO 4

PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE PERSONALIDAD

La radio es una actividad social producto de la experimentación técnica, que evolucionó gracias a la integración de otros campos del conocimiento humano como la física, ingeniería, electrónica, literatura, oratoria y periodismo, entre otras; en sus inicios, la actividad radiofónica se desarrolló de manera empírica, pero con el paso del tiempo la suma del conocimiento, derivado de la práctica cotidiana, se fue sistematizando hasta llegar al establecimiento de procesos metodológicos de carácter científico en los cuales se sustentó la creación de una nueva ciencia de la comunicación social.

Al principio, cuando se lanzaron al aire las primeras transmisiones radiofónicas "El contenido de los mensajes no importaba demasiado... El sueño de una comunicación sin hilos surge en algunos lugares como una simple ampliación de las salas de música que, poco a poco, fue música, anuncios publicitarios y la voz de un locutor que no sólo improvisaba su discurso, sino también la programación. No había estilo, o mejor, el estilo se fue configurando y perfeccionando con la experiencia, con las constantes confrontaciones, con las innovaciones técnicas que fueron apareciendo".¹

La radiodifusión evolucionó a través del tiempo en su técnica y su discurso, así para la década de los años 30, las emisiones de radio empezaron a ofrecer mensajes mejor articulados, que fueron dando forma a contenidos atractivos de interés para la comunidad en general; poco a poco, la radio dejó de ser una curiosidad tecnológica, para convertirse en un medio de comunicación masivo, con múltiples funciones sociales.

Así, ante la necesidad de responder a todas las expectativas de su auditorio, que cada día exigía novedades, la radio creó procedimientos teóricos, herramientas metodológicas e instrumentos conceptuales, para construir un discurso sólido capaz de revolucionar, de manera paulatina, la vida de toda la humanidad, al modificar sus hábitos y costumbres.

Pero en la actualidad, aún cuando la radio se ha convertido en una ciencia de la comunicación social y cuenta con una amplia gama de recursos metodológicos para la elaboración de su discurso, contenido y mensaje, la

¹ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, Una historia que sí suena, México, 1998, pág. 107.

producción de programas radiofónicos hablados o de contenido, todavía se realiza con base en la experiencia, simpatía, talento o habilidades de una "personalidad reconocida" por la sociedad; en el mejor de los casos, se hacen empleando unos cuantos procesos metódicos que esta ciencia establece.

4.1 Antecedentes

Desde su invención, el radio se ha desarrollado en dos vertientes paralelas: por un lado, se encuentra su área técnica encargada de la creación e innovación tecnológica que la provee de todos los instrumentos y materiales necesarios para la transmisión de voz a distancia con mayor calidad; por el otro, está su parte discursiva o de contenido, que le da sentido a la voz articulada para ser difundida a través de las ondas hertzianas, estas dos características hacen de la radiodifusión una materia compleja, difícil de producir, realizar y comprender con la sola experiencia diaria, sin tener el respaldo de un estudio profundo, sustentado con base en un método científico.

En sus primeros años, los inventores de el radio tuvieron como prioridad crear los elementos e instrumentos tecnológicos necesarios para lograr la transmisión de voz a grandes distancias, con claridad; resuelta esta dificultad, se empezaron a transmitir señales, difundidas en la comunidad, ofreciendo mensajes poco definidos; con el paso del tiempo, a falta de conocimientos teóricos —por ser una actividad inédita en la historia de la humanidad—, se empleó la palabra, a través de la voz, y la música como los elementos principales para proporcionar un contenido más comprensible a las nascentes emisiones radiofónicas.

El uso de palabra y música permitieron la consolidación de el radio como un medio de comunicación social, al ofrecer mensajes sencillos de fácil asimilación para toda la sociedad, mediante la transmisión de conciertos con "música culta", lecturas de obras literarias, recitales —en vivo— de intérpretes populares y la difusión de noticias extraídas directamente de los diarios, entre otras modalidades.

Con la emisión de mensajes, elaborados en forma rudimentaria, se fue delineando el contorno de un discurso muy elemental, carente aún de una identidad o carácter original, lenguaje propio, principios básicos sobre la configuración de mensajes y de recursos argumentales para estructurar un contenido atractivo, de interés general, capaz de establecer un vínculo común entre emisor y receptor.

El investigador norteamericano Marshall McLuhan, en su texto sobre *La radio* sostiene: "Incluso más que el teléfono o el telégrafo, la radio es una extensión del sistema nervioso central, solamente igualado por el habla humana. ¿No se merece alguna meditación el hecho de que la radio éste sintonizada precisamente por aquella primitiva extensión de nuestro sistema nervioso, ese medio aborígen de comunicación de masas que es la lengua vernácula? El cruce de estas dos tecnologías humanas más íntimas y poderosas no podía dejar de producir algunas formas extraordinarias para la experiencia humana"² y el resultado de esa experiencia fue la creación de la radio como instrumento de comunicación

Asimismo, MacLuhan en su investigación sobre los *Medios fríos y medios calientes* señala: "Hay un principio básico que distingue un medio caliente como la radio, de otro frío como el teléfono... El medio caliente es aquel que extiende, en 'alta definición', un único sentido"³, es decir, para captar y comprender los sonidos producidos por la radio, el ser humano sólo requiere de un buen sistema auditivo.

Con referencia al mismo tema, al hablar de los orígenes de la radio Jaime Septién Crespo considera que una de las razones por las cuales la radio se introdujo, con mucho éxito, en ciertos países se debió a la arraigada tradición oral de algunas naciones, "...la radio en México crece y se especializa entre 1924 y 1930 por una razón de privilegio histórico hacia uno de los órganos de los sentidos (el oído) y por una razón cultural: el respeto hacia la tradición oral; la palabra hablada frente a la palabra escrita"⁴.

Otros investigadores como María Cristina Romo Gil simplemente afirman "Por sus características puramente auditivas, la radio puede ser un vínculo de comunicación con todo tipo de personas, de cualquier condición social y educativa y sobre todo sin exigir demasiado esfuerzo... En consecuencia, se considera el medio propicio para los analfabetos..."⁵ Y personajes como Mariano Palacios Alcocer, expresidente del Partido Revolucionario Institucional, en su texto "La radio: como factor de credibilidad y confianza",

² McLuhan, Marshall, Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano, Paidós, Barcelona, 1996, pág. 310.

³ *Ibidem*, pag. 43.

⁴ Lowe, M. y Hall, Edward T., *Apud.*, Septién Crespo, Jaime, La industria de la radio y televisión en México, Tomo I, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, 1991, pág. 75.

⁵ Romo Gil, María Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1991, pág. 19.

señala: "en México, país de profunda tradición oral, la radio encontró campo fértil en un amplio auditorio que se multiplicaría con rapidez".⁶

Un factor adicional que contribuyó a hacer de la radio un artículo doméstico indispensable —entre la sociedad—, simplemente, fue la novedad del incipiente sistema de comunicación a distancia, alimentada por la curiosidad natural del hombre ante la invención de instrumentos técnicos capaces de transformar su realidad e incluso superar su propia imaginación. "En la actualidad, más de mil millones de aparatos de radio están presentes en otras tantos hogares... Parece omnipresente... Esta realidad, que ahora nos parece tan familiar, todavía en 1933 causaba asombro". El auge inicial de la radio, fue resultado de la admiración social por una herramienta que retó y superó las limitaciones físicas, geográficas e intelectuales del ser humano en su interés por comunicarse con sus semejantes y ser escuchado por grandes masas de individuos en forma simultánea.

"Cualquier medio tiene el poder de imponer sus propios supuestos al incauto... Y la mejor ayuda para lograrlo es el conocimiento de que el encantamiento puede darse en el acto, por simple contacto, como en los primeros compases de una melodía...

"Sumergir a los nativos bajo diluvios de conceptos para los que no han sido preparados es el efecto acostumbrado de toda nuestra tecnología. Pero, con los medios electrónicos, el occidental también experimenta los mismos diluvios que el remoto nativo. En nuestro entorno alfabetizado, no estamos más preparados para encontrarnos con la radio y la televisión que el nativo de Ghana para vérselas con la lectura, que lo saca de su mundo tribal colectivo y lo deja varado en el aislamiento individual. Estamos tan desamparados ante el nuevo mundo eléctrico como el nativo involucrado en nuestra cultura alfabetizada y mecánica".⁸

Un factor que reforzó la fascinación social por las transmisiones radiofónicas fue el empleo de un código muy básico pero universal: la música instrumental o cantada, la cual sólo requería de sensibilidad para su comprensión, sin necesidad de realizar un ejercicio intelectual extraordinario en la asimilación e interpretación de sus mensajes.

⁶ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op. cit.*, pág. 107.

⁷ Michel, Guillermo, Para leer los medios, prensa, radio, cine y televisión, Trillas, México, 1993, pág. 87.

⁸ McLuhan, Marshall, *Op. cit.*, págs. 36 y 37.

Superado el asombro inicial por la radio, como medio de comunicación, se le empezaron a explorar otras aplicaciones sociales; así, dependiendo del significado de su discurso —elaborado siempre a partir de música y palabra—, se descubrieron, para ésta, nuevas funciones: como aparato de entretenimiento, instrumento educativo, medio de información o difusión, vehículo propagandístico y escaparate comercial, por citar algunas.

Pero, poco a poco, la música se fue consolidando como la materia prima en la elaboración de mensajes —con escaso contenido— que “llenaban” los espacios de las incipientes estaciones radiodifusoras; sin embargo, aún con toda su diversidad de géneros, estilos y corrientes resultaba insuficiente en su intento de satisfacer el apetito de una sociedad cada vez más pendiente de la radio como medio de entretenimiento; así, surgió la necesidad de crear nuevos elementos con el fin de ofrecer más variedad y proporcionar mayor consistencia al discurso musical, que se venía realizando en forma completamente práctica o “lírica”, para evitar su desgaste.

4.2 La creación de personalidades

Entonces, ante la necesidad de mejorar su discurso musical, hacer más atractivo el contenido, ofrecer variedad en los mensajes y generar mayor impacto e interés en la sociedad, la radio creó una fórmula muy simple: le brindó espacio a los personajes más sobresalientes del ámbito cultural, social y, sobre todo artístico, para aprovechar “la fuerza de su personalidad” en la captación de un auditorio más amplio. Poetas, músicos y actores, entre otras “figuras públicas de renombre nacional e internacional”, participaron en las grandes estaciones radiodifusoras, brindando a la sociedad su talento y sapiencia.

Asimismo, para satisfacer la demanda de “personalidades destacadas” la radio inventó sus propias “estrellas”, como ejemplo se puede citar el trabajo de Emilio Azacárraga Vidaurreta y sus acciones empleadas para proyectar su estación radiodifusora: “Es indudable que desde sus comienzos, X.E.W. se preocupó por instituir programas con elementos artísticos de valía. Para ello siguió dos procedimientos. Uno fue la incorporación de valores ya conocidos, a quienes brindo mejores oportunidades y ayudó a encontrar su verdadera expresión artística... El otro camino fue el descubrimiento de nuevos valores, de los que se ha dicho son hechura de la estación de Azcárraga; pero de los

cuales, en estricta justicia, habría que decir que, a su vez, contribuyeron a 'hacer' a la 'W'.⁹

Para ilustrar lo anterior se puede tomar el caso de Agustín Lara: "Al escuchar por primera vez al Músico-Poeta, Emilio Azárraga Vidaurreta se percató de su futuro como compositor, y creó un proyecto para su popularización masiva, en el que interpretaba una canción cada semana... Bajo el sencillo esquema de crear ídolos y hasta mitos artísticos que se identificarán con la mayoría del público latinoamericano"¹⁰; con su método, Azcárraga logró establecer un sistema de estrellas que generaría un verdadero auge de la XEW y de la radio en general.

Aunque el sistema empleado por Azcárraga Vidaurreta no era original, pues al ver "que era el momento para crear un nuevo concepto; tomó como modelo la barra programática de la NBC y la adaptó a nuestro país... (su) base primordial fueron los programas musicales"¹¹, el modelo se impuso y fue adoptado por todas las estaciones de la naciente industria de la radio en México, que se extendería por muchos años e incluso décadas, hasta dar forma a toda una época en la historia de la radiodifusión mexicana.

Alma Rosa Alva de la Selva y José Guadalupe Martínez García señalan: "Se ha afirmado que durante sus primeras tres décadas de existencia la radio fue eminentemente musical, y prácticamente todos los cantantes y compositores destacados en México y en gran medida en América Latina actuaron en vivo ante reducido público".¹²

Además, sostienen "La programación musical de la radio en general desarrollaba una vena popular, pero difundiendo el material más variado posible, aunque sin distinguirse por una línea de programación preestablecida o sistemática".

Por lo tanto, el sistema de crear luminarias de la canción popular dio origen a los primeros "programas de personalidad" con un contenido musical, que a pesar de su éxito, carecían de una proceso metodológico durante su creación, y

⁹ Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y la televisión, Octavio Colmenares, México, 1972, págs. 49 y 50.

¹⁰ "Cancionera que brotó como besos de mujer", Revista Somos, año 11, núm. 199, 1 de septiembre de 2000, pág. 23.

¹¹ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op. cit.*, pág. 287.

¹² Alva de la Selva, Alma Rosa y Martínez García José Guadalupe, Y se hizo la radio, los primeros días de la radio en México 1921-1945, Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, México, 2001, pág. 51.

cuyo único atractivo consistía en el talento y simpatía del compositor o cantante.

La revista *Somos* del 1 de septiembre de 2000, dedicada al 70 aniversario de la XEW, enumera algunas de las series más sobresalientes de la radiodifusora en su "época de oro", destacan: *Revista musical Nescafé, Cómicos y canciones, Así es mi tierra, Rapsodia panamericana, La hora del aficionado, Florilegio romántico de Myrurgia, La hora íntima de Agustín Lara, La hora azul, Revista Montecarlo, Concierdos Palmolive, Melodias radiantes, Concierdos Colgate, Reloj musical, Inspiración, Desfile de éxitos musicales Choco milk, Cancionero Picot, Melodias inolvidables Colgate, Noches tapatías, Concierdos Coca-Cola, Serenata, Camino de estrellas, Cri cri el grillito cantor, México canta en la feria, El milagro de las canciones, Caminos de ayer, Marimbas y maracas, Evocaciones líricas y El instante de Pedro Vargas.* En estos programas la variedad y atractivo se concentraba en un sólo elemento, representado por el compositor o intérprete quien daba forma a un contenido muy pobre, medianamente articulado y muy lejano de la estructuración discursiva elemental.

Personalidades del micrófono

A la fórmula de crear estrellas musicales, se le agregó otro elemento —bajo el mismo sistema—, la invención de locutores o presentadores; al igual que a los "ídolos de la canción", la radio hizo de los locutores luminarias del espectáculo radial para mantener el atractivo por sus emisiones, carentes de herramientas metodológicas capaces de ofrecer novedad y diversidad en los contenidos.

"Desde un principio se requirió la importante participación de los locutores, *speakers*, pertoneadores, vociferadores o anunciadores, como se les llamaba; ellos eran tan importantes como los artistas, cantantes, actores o músicos que se presentaban. El público identificaba a las estaciones por la voz de sus locutores, gran parte de la leyenda se construyó así con las voces ya seductoras, ya engoladas..."¹³

Los locutores y cantantes convertidos en "personalidades" suplían al método científico en la realización de programas radiofónicos, que a falta de un planteamiento metodológico, dependían del talento, habilidad y simpatía de

¹³ *Ibidem*, pág. 49.

una figura destacada para alcanzar su éxito. Empleados como único punto de interés de las emisiones radiofónicas, las personalidades marcaron el estilo de hacer radio, producido con base en la práctica diaria, de manera empírica, donde se explotaba siempre la misma fórmula.

“Desde la inauguración de la XEW los locutores o *speakers* eran distintos a los artistas, pero con tanta fama como el mejor de los astros o las estrellas... Nadie de afuera conocía las carencias o las elevadas cualidades de estos personajes... los cuales externaban ante los micrófonos una vasta cultura, pero también había los que decían una sarta de tonterías, aunque eran los menos.

“En esencia, locutores, comentaristas y maestros de ceremonias de la Voz de la América Latina desde México, forjaron gran parte de la leyenda radiofónica del país”.¹⁴

En el caso de los locutores, el sistema para hacerlos personalidades de la radio llegó a extremos de improvisación; por ejemplo, en junio de 1940 Paco Malgesto, que era vendedor de seguros, acudió a una estación radiodifusora para realizar un contrato y lo emplearon como cronista taurino. “Paco llega un día a la XEQ. Se topa ahí con Enrique Contel, gerente de la estación y descubridor de talentos. Malgesto insistía en venderle un seguro de vida y no paraba de hablar. Impresionado por su facilidad de palabra, Contel le pregunta si le gustaban los toros. Paco responde que sólo es un aficionado. Sin embargo, el ejecutivo le propone la compra del seguro a cambio de la narración de una corrida de toros. Paco se aterra, pero no podía dejar escapar una venta, y acepta”.¹⁵

Los primeros programas radiofónicos de personalidad, presentaban escasos recursos metodológicos como planeación, diseño y estructura que se percibe hasta en los títulos de los programas pues sólo son variaciones de un mismo nombre, por ejemplo: *Conciertos palmolive*, *Conciertos colgate*, *Conciertos Coca-Cola*, *La hora íntima de Agustín Lara*, *La hora del aficionado*, *La hora azul*, por citar algunos; además su contenido consistía en ofrecer una simple rutina melódica con algunos comentarios de músicos, intérpretes populares o locutores.

¹⁴ “De voz cristalina y profunda”. *Somos*, México, septiembre de 2000, año 11, número 199, pág. 79.

¹⁵ De León, Angelica, “Entra su vida a otra frecuencia”. *Reforma*, México, 2 de octubre de 2001, de la serie “La radio en México”, sección gente, pág. 6.

El periodista y catedrático Víctor Roura, en su trabajo "La música moderna es justamente esa que está usted escuchando en la radio", expone: "Al incorporarse a la sociedad de los años veinte, la radio fue el medio apropiado para la divulgación de los trabajos personales tanto de intérpretes como de compositores. La creación musical, encontró de esta forma, el canal idóneo"¹⁶, y con base en esta referencia se puede observar que durante su etapa inicial, los programas radiofónicos sólo empleaban —como materia prima— canciones populares de diversos estilos, pero sin ofrecer una estructura discursiva real, elaborada para dar mayor significación social al medio.

Para complementar la idea veamos el punto de vista de Alma Rosa Alva de la Selva y José Guadalupe Martínez García quienes apuntan: "Con algunos cambios, pero siempre con la presencia de reconocidos cantantes, de grandes músicos y de aquellos locutores que forman parte de la memoria popular, se desarrollaba la actividad de la radio... (e) hicieron posible la llamada época de oro del radio, que puede situarse entre 1935 y 1955"¹⁷. Es decir, el contenido de la radio se realizaba en función del cantante o compositor del momento, soslayando un poco la creación de estructuras y diseños argumentales más complejos en términos metodológicos.

En otras palabras, la radio creó rutinas de trabajo sencillas y rentables que explotó hasta agotarlas "Eran tiempos en que este tipo de programaciones no resultaban anárquicas: más bien, las pautas se conformaban según los requerimientos de los anunciantes, mismos que contrataban guionistas, músicos e intérpretes con gran profesionalismo... La especialización vendría años más tarde en todos los niveles de la comunicación"¹⁸.

Por lo tanto, los programas radiofónicos realizados con base en el talento, habilidad y simpatía de un personaje, definen el discurso principal de la radio durante la primera época de su desarrollo, que se puede ubicar entre 1924 y 1950; periodo de tiempo en el cual, la radio fue un medio de comunicación carente de una plataforma teórica, capaz de proporcionarle procesos metodológicos que contengan herramientas técnicas suficientes, para dar sustento científico a todas sus creaciones y productos.

¹⁶ Reberl, Corella, María Antonieta, *et al.*, Perfiles del cuadrante, experiencias de la radio, Trillas, México, 1989, pág. 119.

¹⁷ Alva de la Selva, Rosa Alma y Martínez García José Guadalupe, *Op. cit.*, pág. 59.

¹⁸ "Cancioncita que brotó como beso de mujer", *Op. cit.*, pág. 29

4.3 Programas de personalidad

Con el desarrollo de la televisión, las personalidades de la radio trasladaron su talento, arte, habilidades, simpatía y toda su parafernalia ante las cámaras del nuevo medio de comunicación social, que además del sonido, empleaba la imagen para ofrecer su discurso; en poco tiempo, la radio se vio en la necesidad de armar su contenido utilizando grabaciones con las grandes voces de los ídolos que había creado.

A la llegada de la televisión, la radio no sólo perdió a sus estrellas, también olvidó el escaso lenguaje y elementos gramaticales que dieron forma a su incipiente discurso. Bajo el dominio de la televisión, la radio se sumergió en un profundo letargo donde las fórmulas musicales grabadas invadieron todo el cuadrante. Algunos investigadores identifican a este lapso de tiempo como la etapa de la radio "rocola" o radio "tocadiscos".

"A partir de 1950 y a consecuencia de la aparición de la televisión que se desarrolló técnicamente a raíz de la guerra, la radio sufrió una gran transformación. Si bien después de la guerra la radio intentó volver a hacer la programación espectacular que hacía antes de la misma, el público había cambiado y ya no le interesaba oír lo que podía ver en la televisión".¹⁹

Durante el auge de programas con música grabada, las emisiones radiofónicas habladas prácticamente desaparecieron del cuadrante y solamente unos cuantos espacios intentaron explorar otras fórmulas, sobre todo en el área noticiosa e informativa, con el fin de recuperar al auditorio que ahora se encontraba atento a la pantalla de televisión.

"A la llegada de la televisión, la radio mexicana tuvo que enfrentar una etapa de crisis, que sólo fue superada con el establecimiento de perfiles programáticos para cada emisora"²⁰. Además, "Por un tiempo, la radio se resigna a ser el fondo melódico, el sonido incesante que no reta a la televisión pero le proporciona a su público el equilibrio de la música"²¹. Pero, en poco tiempo "Las radiodifusoras pensaron que la única forma de hacerle frente a la televisión era centrarse en la información...".²²

¹⁹ Romo Gil, María Cristina. *Op. cit.*, pág. 44.

²⁰ Figueroa Bermúdez, Romero. *¡Qué onda con la radio!*, Alhambra Mexicana, México, 1997, pág. 48.

²¹ Asociación de Radiodifusores del Valle de México. *Op. cit.*, pág. 69.

²² Romo Gil, María Cristina. *Op. cit.*, pág. 44.

No sucedió lo mismo con su parte técnica que experimentó un avance acelerado en su desarrollo tecnológico, provocando el surgimiento de la banda de frecuencia modulada o FM, la aparición de la cinta magnética de grabación, el perfeccionamiento de los micrófonos y la compactación de los receptores de radio con la invención del transistor.

Fue hasta 1985, a consecuencia del trágico sismo del 19 de septiembre, cuando la radio salió del prolongado letargo musical, para descubrirse como un medio de comunicación que insistía en explotar un discurso caduco, atrasado y monótono; ante este panorama, la radio tenía sólo un camino: ponerse a la altura de las nuevas circunstancias sociales —transformadas en forma drástica, desde la aparición del medio, gracias a la evolución intelectual de la comunidad—.

“Todos, la radio principalmente, dejaron de lado sus actividades cotidianas para dedicarse a dar a poyo a una ciudadanía desconcertada y dolida... Sin embargo el reto que tenían enfrente era más grande: servir a la sociedad que necesitaba de ellos. La estructura noticiosa de la radio fue enfrentada a la necesidad de la comunicación social y abrió sus espacios para informar y poner en contacto a los radioescuchas. La radio cumplió un papel fundamental como medio de comunicación entre la ciudadanía, se redescubrió en esa inmensa capacidad de convocatoria y confiabilidad que la sociedad depositaría en ella. La radio viva renació en ese encuentro con su audiencia satisfaciendo una necesidad existente, pero evidenciada por la crisis, de información inmediata, de interlocución con su audiencia de servicio urbano. No cabía duda de que, después de 1985, ya nada podría seguir igual. Los noticieros se ajustaron a los nuevos tiempos y las nuevas exigencias sociales. Se ampliaron los tiempos, se invirtió en infraestructura para dar cobertura, su margen de libertad se amplió de acuerdo con la nueva época”.²³

Ante el empuje de la sociedad, que imponía una lección de civilidad, libertad, creatividad e ingenio, la radio fue obligada a mejorar el contenido de sus mensajes, a perfeccionar la estructura de su discurso y a explorar nuevos formatos para la programación; sin embargo, su respuesta fue débil, pobre e insuficiente, pues aunque diversificó sus contenidos, la construcción de los

²³ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op cit.*, págs. 32 y 33.

mensajes se realizaba sin el empleo de los procesos metodológicos elementales de la radio como ciencia de comunicación social, y sólo en contadas excepciones se usaron las herramientas técnicas básicas en la elaboración de los mensajes que se ofrecieron al público.

"El sismo de 1985 —llamada de atención a las autoridades, radiodifusoras y capitalinos en general, sobre la servicial presencia de la radio no sólo en situaciones de emergencia, sino también sobre sus potencialidades de uso social—, fue, en otro sentido, otra fuerte sacudida: obligada por las circunstancias, la radio comercial debió hacer otro uso de sus ondas y micrófonos, descubriendo apenas esa otra cara de la radio, novedosa en apariencia pero en realidad tan vieja como la radio misma. De las *posibilidades* de la radio, comenzaron a probarse las *aplicaciones* de la radio. Sin embargo, el encanto fue fugaz: superados los momentos más graves, presurosa, la radio comercial recuperó su faz e identidad acostumbradas..."²⁴

De manera un tanto apática, la radio retomó el interés por la creación de programas contenido, pero "con su faz e identidad acostumbrada" regresó a la antigua fórmula de poner "personalidades" al frente de los nuevos espacios hablados, buscando atraer la mayor audiencia posible. Por ejemplo, "Clemente Serna Alvear ha declarado: 'en el mundo de los medios lo único que realmente sobrevive son los *Personality Show*... Ésta es la era nueva de la radio, grandes personalidades que no son muchas...'"²⁵; con esta práctica, sustituyó el empleo de otros recursos científicos, como la estructuración de los contenidos a través de un cuerpo y el diseño estético del mismo que dan mayor variedad, consistencia, novedad y riqueza discursiva a sus mensajes.

Ya no se empleaba sólo a cantantes populares o locutores con voz seductora, ahora los ídolos de la canción eran reemplazados por brujos, médicos, periodistas, yerberos, sicólogos, estilistas, investigadores, actores, veterinarios, economistas, académicos, terapeutas y escritores, por mencionar algunas personalidades, que con su erudición, simpatía, punto de vista experimentado, habilidad, opinión crítica y comentario especializado, se han convertido en el único atractivo de la radio hablada.

Las nuevas "estrellas" del cuadrante ya no se fabrican al vapor, ni salen de las cabinas radiofónicas; en cambio, ahora se traen directamente de las pantallas

²⁴ Rebel Corrella, María Antonieta, et al., *Op. cit.*, pág. 39.

²⁵ Martínez, Sara, *En 25 años Monitor transforma a la radio*, Infored, México, 1999, pág. 76.

de televisión, de los centros de investigación o de los consultorios, con el propósito de darle al medio una imagen de profesionalización, aunque en el fondo sea una estrategia encaminada a disimular la falta de procesos científicos y metodológicos necesarios para la conceptualización de programas radiofónicos hablados o de contenido con identidad, carácter y lenguaje propios.

“Pero también puede argüirse, a partir de los ochenta, la existencia de una nueva ‘Edad de Oro’, donde el escucha obtiene ya de la radio un trato más complejo, al cabo de las modificaciones forzadas de la vida hogareña, de la expansión de las ciudades y de la consagración de los poderes publicitarios, mercantiles y culturales”.²⁶

Aunque se comenta acerca de un resurgimiento de los programas hablados en la radio nacional, lo cierto es que el contenido musical sigue ocupando el mayor espacio en el cuadrante; por ejemplo, en la ciudad de México de 60 estaciones radiodifusoras, 36 transmiten mensajes cien por ciento musicales y 24 ofrecen un discurso hablado o de contenido²⁷; además, en muchas ocasiones las estaciones habladas también se combinan con música, y en otros casos un mismo programa se transmite por dos frecuencias.

Entre los programas hablados o de contenido se distinguen los espacios conducidos por personalidades muy famosas, a veces no tanto, cuyo mayor atractivo se sustenta en su simpatía y talento para establecer empatía con los radioescuchas, dejando a un lado la amplia gama de herramientas metodológicas en el diseño de un discurso más diverso.

Para ilustrar lo anterior, citemos a Radio Fórmula —grupo radiofónico con tres estaciones habladas de cobertura nacional, 970 A.M, 1500 A.M y 1470 A.M—, que desde el *slogan*: “Radio Fórmula, tu contacto con las grandes personalidades” enuncia y define su sistema de programación, que consiste en explotar un solo esquema, donde el único recurso es la conducción de las luminarias en el cuadrante.

“Su elemento diferenciador por excelencia es el presentador, cuya personalidad y notoriedad le convierten en un auténtico referente para la audiencia... Esto ha propiciado la aparición de una auténtica

²⁶ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op. cit.*, págs. 66 y 67.

²⁷ ARVM, *Apud.* Alberto Castillo, “Tiene 80, pero es la mejor acompañante”, *Reforma*, México, 3 de octubre de 2001, de la serie “La radio en México”, sección gente, pág. 8.

batalla de estrellas en la que las grandes cadenas pugnan por conseguir la presencia en sus programaciones de los presentadores más populares.

“Así, las diferencias entre los programas no radican tanto en sus contenidos o formatos, sino en la capacidad y en el tratamiento personal de cada director-presentador. Es más, en los últimos años la presentación de alguna de las nuevas programaciones ha estado caracterizada por una ausencia total de innovación y por una escasa creatividad. La única aportación ha sido el intercambio de presentadores-estrella entre las más importantes empresas... Esto explica que cada nueva fórmula o presentador de éxito que aparece en el mercado intente ser imitado por el resto de las cadenas... Es el clásico *más de lo mismo*, tan habitual en los últimos tiempos en radio...”²⁸

La dependencia hacia las “personalidades” para la elaboración de programas radiofónicos hablados o de contenido, no es exclusiva de la radio comercial, pues estaciones culturales o educativas también se han inclinado, aunque en menor medida, por el empleo de fórmulas convencionales, donde el personaje académico, científico o cultural, es la esencia de la serie o espacio radial; es probable que esto responda a criterios burocráticos obsoletos difíciles de modificar con la simple aplicación del método científico dispuesto por las ciencias de la comunicación y a limitaciones presupuestales que obstaculizan el campo de acción de los creadores radiofónicos.

Sobre el tema, Lidia Camacho directora de Radio Educación señala: “El problema de la radio en México es que le ha apostado a una suerte de repetición en los formatos. Por ejemplo el informativo, que es el esquema de mayor éxito, provoca que el radioescucha ya no se guíe por la calidad del programa, sino por la personalidad del locutor”.²⁹

Además, comenta “En el caso específico de Radio Educación, dice, la reticencia por explorar otros formatos es latente, ya que la gente está acostumbrada a un sistema de trabajo. Sin embargo, la apuesta mayor... es la capacitación. “Cuando le das a la gente las herramientas para que pueda

²⁸ Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús. *Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica*. Paidós, España, 1994, págs. 121 y 122.

²⁹ Hernández, Edgar Alejandro. “Perceben una crisis de formato en la radiodifusión mexicana”, *Reforma*, México, 14 de septiembre de 2001, sección cultura, pág. 5C.

pensar, concebir y producir de manera diferente, no habrá reticencias, que si existirían si pidieras un cambio para hacer lo mismo”.³⁰

Uno de los ejemplos más ilustrativos sobre los programas radiofónicos hablados de personalidad, es la emisión *Fox en vivo, Fox contigo*, que se transmite todos los sábados por 476 estaciones radiodifusoras en todo el país, espacio donde el presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Vicente Fox Quesada —con la ayuda de algún comunicador “reconocido”—, comenta diversos tópicos relacionados con su administración y entrevista o conversa a diferentes funcionarios del gabinete para aclarar ciertos temas de interés social.

En “el programa del presidente” la mayor atracción en su contenido son las declaraciones del propio jefe del Ejecutivo, porque la propuesta radiofónica carece de las herramientas metodológicas necesarias para integrar una estructura sólida que ofrezca más elementos de interés en el discurso; es decir, a falta de otros instrumentos que den consistencia a la emisión, el punto de interés se concentra en la figura presidencial con su mensaje —para algunos especialistas— a veces atinado, otras ocasiones desatinado, pero siempre locuaz.

En relación con el programa *Fox en vivo, Fox contigo*, Pedro Ferriz de Con, conductor del noticiario *Imagen Informativa* de Grupo Imagen, comentó al periódico *Reforma*: “Es muy peligroso que tenga una hora de programa porque no es un profesional de la comunicación y puede decir muchas inconveniencias. Esa tradición que inició en EU el Presidente Rossevelt, de que el mandatario hablaba por radio, está hecha por ideólogos, analistas, las mejores mentes del momento y él está solo, sin una estructura radiofónica, que incluso está mal planteada. Tiene micrófono abierto y su mejor invitado puede resultar su peor enemigo (las cursivas son del autor de la nota)”.³¹

En tanto, el periodista Miguel Ángel Granados Chapa en su columna *Plaza Pública* señaló: “Si Vicente Fox se improvisó político, si se improvisó autor de artículos en la prensa, no hay nada de extraño que se improvise también hombre de micrófono, protagonista de un programa tan suyo que en su título lleva su sentido: ‘Fox en vivo, Fox contigo’. Su iniciación en tales actividades corresponde a la pretensión de quien suple con audacia el conocimiento y la

³⁰ *Ibidem*, pag. 5C.

³¹ Mann, Nora, *et al.*, “Declinan moderar críticas a Fox”, *Reforma*, México, 7 de noviembre de 2001, sección gente, pag. 14E.

experiencia. Hasta podemos imaginar el intrincado proceso de decisión que condujo a establecer la emisión sabatina que se transmite desde el lugar donde se encuentre el presidente, Los Pinos o San Cristobal: "¿Qué tal si nos echamos un programita de radio? ¡Sale, nos lo echamos!".¹²

En resumen, los programas radiofónicos de personalidad son el resultado, en un primer momento, de la experimentación discursiva consolidada mediante la fórmula práctica de fabricar "estrellas", "luminarias" e "ídolos de la canción y el micrófono", para atraer la atención de la sociedad por un nuevo medio de comunicación.

Los programas de personalidad alcanzan el éxito, en una sociedad asombrada por un instrumento de comunicación que le ofrece mensajes sencillos y de fácil asimilación, mediante el empleo de un discurso elemental, poco elaborado, sin contenidos complejos, comprensibles tan sólo con la sensibilidad humana, en un lenguaje universal: la música.

Con el traslado de las personalidades radiofónicas hacia la televisión, en una segunda etapa, la radio sólo le quedó como alternativa sobrevivir en un profundo letargo, mediante la programación grabada de los éxitos de las "grandes estrellas nacionales". Es, hasta la sacudida de la sociedad, en 1985, cuando la radio se vio obligada a modificar su discurso con programas hablados, y recurrió al antiguo sistema de utilizar personalidades para intentar diversificar su contenido, pero sin el sustento y apoyo de un proceso metodológico que estructure sus contenidos.

Ante las nuevas circunstancias sociales, la radio responde de una manera débil, limitada e insuficiente; y para hacer frente a los retos del futuro es necesario que desarrolle procesos científicos más efectivos, encaminados a mejorar los sistemas en la producción de programas radiofónicos hablados, donde la personalidad, luminaria o eminencia cultural sea parte de un conjunto de herramientas e instrumentos planeados y estructurados, para elaborar mensajes que proporcionen contenidos sólidos a un discurso conceptual, con identidad propia.

¹² Granados Chapa, Miguel Ángel, "Plaza Pública" Reforma, México, 19 de noviembre de 2001, sección A, pág. 25.

CAPÍTULO 5

PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE CONCEPTO

Después de un periodo de experimentación, desarrollado con base en la simple práctica diaria, la radio emprendió una búsqueda de nuevos significados, integrando recursos auditivos diferentes, que al paso del tiempo le proporcionaron elementos suficientes para crear un lenguaje sencillo e inédito, provisto de identidad propia, capaz de articular y difundir ideas completas, más allá de señales musicales.

En la exploración hacia el encuentro de otras formas expresivas, la radio perdió el carácter de prodigio tecnológico, para convertirse en un medio masivo de comunicación social, que se incorporó a la vida diaria de la humanidad, cuando conjugó su incipiente lenguaje y realizó los primeros intentos por elaborar mensajes mejor configurados, con el propósito de diseñar contenidos de interés público, que dieran soporte argumental a un discurso sólido, coherente y consistente.

Durante sus primeros años de existencia, la radio en México se ganó la aprobación de la sociedad como un nuevo medio de difusión masivo, al ofrecer mensajes sencillos elaborados con base en la música popular, interpretada por las máximas personalidades de la canción vernácula, así como por la voz engolada e impostada de locutores talentosos, quienes con habilidad y simpatía improvisaban contenidos rudimentarios, buscando captar la atención de un público ansioso de conocer las virtudes auditivas de este novedoso instrumento de comunicación.

Pero, la amplia oferta musical que ponía al aire la radio, no era suficiente para mantener el interés de la sociedad en su programación: entonces, con el propósito de satisfacer la demanda de innovaciones discursivas, fue necesario crear propuestas radiofónicas más completas, con mensajes elaborados a partir de diversos elementos auditivos, mayor variedad en los contenidos y formatos originales.

Sin embargo, los múltiples recursos sonoros o "hablados", imaginados por el hombre, resultaban inútiles si no se contaba con una herramienta, que presentara algunos elementos del método científico, eficaz para

proporcionales orden, organización, consistencia, forma, y coherencia que diera origen a un concepto radiofónico general.

Por lo tanto, ante la necesidad de ofrecer proyectos radiofónicos hablados o de contenido más atractivos, que no dependieran de una "rutina" donde se emplearan unos cuantos recursos sonoros durante la transmisión de sus mensajes, fue necesario concebir nuevas propuestas, pero ahora, a partir de un método científico con una planeación, una estructura y un diseño como soporte técnico para construir programas conceptuales de radio.

Los programas radiofónicos de concepto no sólo juntan o combinan "un montón" de recursos auditivos y sonoros, para ofrecer mensajes de atractivo público, sino que planean, estructuran y diseñan contenidos que constituyen un discurso verdadero, cuya finalidad es transmitir ideas, connotaciones y significados sociales.

A ochenta años del lanzamiento al aire de los primeros programas radiofónicos --si tomamos en cuenta las transmisiones realizadas por Adolfo Enrique Gómez Fernández y los trabajadores de Telégrafos Nacionales el 27 de septiembre de 1921--, la radio se encuentra bajo el imperio y dominio absoluto del género musical; mientras que el género hablado o de contenido es sometido por la autoridad de las "grandes personalidades del cuadrante", frente a una débil respuesta de los programas de concepto.

Ante este panorama, es indispensable investigar y analizar, mediante los procedimientos teóricos dispuestos por las ciencias de la comunicación social, cuáles son y cómo se planean, estructuran y diseñan las mejores herramientas e instrumentos metodológicas necesarias para construir una propuesta radiofónica, con un discurso conceptual.

5.1 Antecedentes históricos

Durante su primera etapa de desarrollo, la radio se caracterizó por emplear la experimentación práctica en la identificación de los principales elementos, herramientas e instrumentos necesarios, para conformar un lenguaje propio, capaz de armar mensajes de interés público; es decir, en sus primeros años de vida, la radio se dedicó a buscar, probar y depurar los modestos recursos que integraran su contenido.

Al lograr establecer algunos principios argumentales, con el fin de articular mensajes más completos y configurar contenidos coherentes, la radio concibió los primeros programas más o menos organizados, al combinar la palabra y la música, para ofrecer un incipiente discurso de interés social.

Desde sus orígenes, la radio en México tuvo la intención de realizar programas con una orientación más conceptual, recuérdese que en las transmisiones radiofónicas del ingeniero Constantino de Tárnava hijo, se incluía la "lectura" de noticias en sus programas; además, hacia 1923 el diario *El Universal* en colaboración con *La casa de la radio* fundaron la radiodifusora *El Universal Ilustrado-La Casa de la Radio*; asimismo, el diario *Excelsior* inauguró su estación radial, en 1924; y por si fuera poco, "el 5 de febrero de 1930, empezó a operar el primer servicio de noticias continuas por radio en México y probablemente en el mundo"¹, a través de la emisora XEN, Radio Mundial.

Muy pronto, por su larga trayectoria como medio de comunicación, la prensa se convirtió en el modelo idóneo para dotar a la radio de un contenido de interés público y sentido social; así, con el empleo del periodismo y sus diferentes géneros, tomados —o mejor dicho leídos— de los diarios, la radio pretendió ofrecer un discurso diferente. Pero, aunque cada uno de los géneros periodísticos contara con una organización, estructura y diseño propios, era necesario adaptarlos a las características del nuevo medio de comunicación social, que también requería de su propia nomenclatura.

Otro intento por fomentar la producción de proyectos radiofónicos que respondieran a un concepto particular e integral, fue encabezado por el estado mexicano en 1924 —cuando iniciaba el periodo presidencial de Plutarco Elías Calles—, a través de la Secretaría de Educación Pública, quien puso en operación la emisora CZE de carácter cultural, antecedente directo de Radio Educación, cuyo propósito fue difundir una "intensa propaganda cultural".²

Pero, ante una sociedad posrevolucionaria, eminentemente rural y con escasa instrucción —recordemos que tan sólo "a pocos días de inaugurar su régimen, Obregón crea la Secretaría de Educación Pública y federaliza su ámbito de acción. Gracias a su simpatía e interés, Vasconcelos pudo realizar su obra

¹ www.cem.inesm.mx, página electrónica de la Fundación Manuel Buendía, *Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)*, Apud, Fernando Mejía Barquera, tomado de Sánchez de Armas, Miguel Ángel (coordinador) en *Apuntes para una historia de la radio mexicana*, diciembre de 2001.

² Septien Crespo, Jaime, *La industria de la radio y televisión en México*, Tomo I, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, México, 1991, pág. 129.

educativa y cultural... Uno de los capítulos de aquella aurora educativa fue la creación de las escuelas rurales, técnicas, elementales e indígenas... la Secretaría envió a los sitios más apartados a varios cientos de maestros misioneros. En Teotihuacán, por ejemplo, el antropólogo, Manuel Gamio inauguró una 'escuela integral' que buscaba guiar la vida de los campesinos sin desarraigarla"³—, la radio se inclinó por la realización de programas con un contenido ligero, donde la voz y la música eran sus principales o únicos protagonistas en su labor de atrapar la atención del naciente auditorio.

Además de incursionar en la prensa y el periodismo para explorar sus técnicas de expresión, la radio también fue atraída por los procedimientos argumentales y creativos de la literatura, en su búsqueda por encontrar un código original que le permitiera desarrollarse, como ejemplo, se puede citar que durante la inauguración de la estación radiodifusora de *El Universal Ilustrado-La Casa de la Radio*, realizada el 8 de mayo de 1923, el poeta estridentista Manuel Maples Arce ofreció al público presente el "Poema a la radiofonia" escrito de manera especial para la ocasión.

Aunque, la poesía fue uno de los géneros literarios más usados por la radio, en su afán por ofrecer contenidos más consistentes, el teatro y, en menor medida, el cuento, también, se convirtieron en terreno fértil de exploración radiofónica, al descubrir en ellos más recursos prácticos coadyuvantes en la realización de programas radiales. "Desde su nacimiento, la radio ha transmitido obras literarias, sean cuentos, poesía o teatro. La relación de éste, por ejemplo, con el medio radiofónico data de los años veinte; es decir, casi desde sus orígenes".⁴

De la misma forma en que pretendió utilizar a la prensa y al periodismo, la radio trasladó el teatro a los micrófonos, de manera directa, desde los escenarios; en otras palabras, con el fin de llenar su vacío discursivo, provocado por la falta de herramientas y procesos metodológicas suficientes para diseñar contenidos conceptuales originales, la radio recurrió una vez más a reproducir formas de comunicación humana ya probadas. "Fue también mérito de la antigua estación de *El Buen Tono* el gran fomento que dio al radioteatro con la transmisión dominical de obras completas..."⁵

³ Krauze, Enrique, *Biografía del poder, Álvaro Obregón, el vértigo de la victoria*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, págs. 86 y 87.

⁴ Camacho, Lidia, *La imagen radiofónica*, McGraw Hill, México, 1999, pág. 1.

⁵ Mejía Prieto, Jorge, *Historia de la radio y la televisión*, Octavio Colmenares, México, 1972, pág. 35.

Las técnicas argumentales del periodismo y los procesos creativos o expresivos de la literatura, sirvieron a la radio de ensayo práctico, nutriéndola de ideas, para lograr integrar diversos elementos narrativos que le permitieron integrar un auténtico pero incipiente lenguaje discursivo. "Pasar de la transmisión en vivo de obras de teatro en la radio al trabajo creativo de la creación (sic) y adaptación radiofónica contribuyó a la consolidación y estructuración de un genuino código de expresión radiofónico".⁶

Aún con todos sus intentos por diversificar los elementos que daban forma a las emisiones radiofónicas, por más de una década, la voz y la música fueron los componentes más socorridos en la realización de programas radiofónicos mexicanos, que a falta de una metodología sistematizada ofrecían al público largas "rutinas" melódicas, con conciertos de música culta o popular.

Además, sin considerar la saturación de estos elementos, la radio incorporó un componente adicional a sus lineales mensajes melódicos: la "personalidad o figura reconocida", que con talento, simpatía y habilidad dio espectacularidad al mismo contenido radiofónico, pero sin conseguir una evolución sustancial en el discurso, y por el contrario reforzó su incapacidad de concebir proyectos más completos, compuestos de múltiples recursos conceptuales o auditivos.

En medio de la avasalladora realización de programas radiofónicos musicales de personalidad, se producían modestos proyectos donde se combinaban los métodos de creación literaria, con los "rutinarios mecanismos" empleados por la radio, para concebir emisiones radiales —con una nomenclatura propia integrada a partir de diferentes elementos discursivos— que dieran forma a un concepto con verdadero significado social.

Sobre este punto, los investigadores José Luis Gutiérrez Espíndola y María Petra Lobato en su texto sobre *La radionovela comercial: ¿Un género en decadencia?*, citando a Jorge Mejía Prieto, señalan que "A principios de los 30 debutó como actor radiofónico Carlos Chacón Jr. en el cuadro de comedias dominicales de XEN. Chacón empezó a incursionar como escritor radiofónico en el programa 'Las mejores escenas de teatro', en el que se presentaban escenas culminantes del repertorio teatral de todos los tiempos. Fue en 1934 cuando Chacón Jr. escribió y realizó lo que sería la primera radionovela: 'el

⁶ Camacho, Lidia. *Op. cit.*, pág. 2.

proceso de Mary Dugan', que constó de 20 capítulos de 15 minutos cada uno".⁷

"La radio se convirtió rápidamente en un medio consumidor de obras narrativas para adaptarlas a su lenguaje sonoro, lo que dio origen a las radionovelas, cuyo éxito en nuestro país perduró tres décadas (de 1930 a 1950), y aún cuando la mayor parte de ellas era de corte comercial, representaban un reconocimiento al valor de la palabra en la radio".⁸

Así, en los primeros esfuerzos de la radio por encontrar su identidad copió de otras formas de comunicación y expresión humana, como el periodismo, literatura o teatro, algunas propiedades para explorar recursos técnicos diferentes, con el fin de constituir un código narrativo original; a esta etapa, cuyo objetivo fue el de encontrar un estilo propio, diferentes investigadores, como Angel Faus y María Cristina Romo Gil, la denominan "radio-imitación".

"La radio-imitación surge precisamente cuando las estaciones intentan hacer una programación más o menos planeada. Pero no desarrollan las posibilidades propiamente radiofónicas sino que la radio se limita pura y simplemente a imitar todas las formas preexistentes para difundir sus contenidos. De esta manera transmite las noticias como si estuviera escribiendo para periódicos (Sic), los programas musicales como si estuviera en una sala de conciertos, la literatura como si estuviera leyendo, y la palabra hablada como si un orador estuviera diciendo un discurso".⁹

5.2 Integración del concepto radiofónico

Es posible considerar a las radionovelas como los primeros programas radiofónicos hablados de concepto, porque su contenido ya se producía a partir de varios recursos argumentales que le proporcionaban suficientes elementos narrativos para establecer un lenguaje propio, capaz de articular un discurso completo de interés general.

Con el desarrollo de las radionovelas la radio descubrió su faceta más importante como medio masivo de comunicación, que es el de transmitir o

⁷ Ribel Corella, María Antonieta, *et al.*, Perfiles del cuadrante, experiencias de la radio, Trillas, México, 1989, pag. 177.

⁸ Camacho, Lidia, *Op. cit.*, pag. 2.

⁹ Romo Gil, María Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1989, págs. 39 y 40.

difundir ideas, razonamientos y significaciones sociales, a través de la palabra, que ya no era la voz "cantada o musicalizada" de las grandes personalidades.

Al establecer esta nueva forma de expresión, la radio inventó un lenguaje expresivo inédito, que se propuso estimular el pensamiento e inteligencia de la humanidad, mediante la construcción de un contenido más completo y mejor articulado, para no explotar sólo la sensibilidad natural del hombre, por medio de la estimulación de su sentido del oído, con música o la voz cantada. Es decir, la radio apeló al pensamiento y al sentimiento social a partir del surgimiento de la radionovela como modelo de expresión.

Durante toda la década de los años 30, mediante su práctica cotidiana, la radionovela incorporó nuevos recursos argumentales o sonoros que enriquecieron su lenguaje, y al paso del tiempo dieron forma a una nomenclatura completa que le permitió concebir programas en serie poseedores ya de una sencilla planeación, estructura y diseño.

En marzo de 1941, las radionovelas alcanzaron un aceptable nivel expresivo y discursivo, cuando la NEW produjo *Ave sin nido, la vida apasionante de Anita de Montemar*, protagonizada por Emma Telmo, que hizo de esta fórmula radiofónica todo un fenómeno social, porque "se ajustaba al entretenimiento elemental, a la identificación primaria o a la necesidad de escape (ante una realidad poco gratificante) de un público poco exigente en la materia, no tanto por limitaciones propias, sino por las que le imponía un medio que casi no le ofrecía otras opciones".¹⁰

El auge de las radionovelas se extendió por varios años y provocó una verdadera revolución cultural en el país con series como *Chucho el roto, El derecho de nacer, Corona de lágrimas, El dolor de ser madre, Los ricos también lloran, Sendero de cipreses, Marcelino pan y vino, Una flor en el pantano, Carlota y Maximiliano, El fístol del diablo, La diosa arrodillada, El hombre del brazo de oro, El idolo de barro, La importancia de llamarse Ernesto y El baisano Jalil*, entre otras, que se mantuvieron al aire por varios años e incluso algunas como *Chucho el roto* tuvieron una segunda versión con un éxito superior a la primera.

¹⁰ Rebeil Corella, María Antonieta, et al., *Op. cit.*, pág. 173.

Bajo el esquema de las radionovelas se dieron a conocer actores como José Antonio Cosío, Arturo de Córdova, Amparo Rivelles, Enrique Rambal, Rita Rey, Miguel Manzano, Rosario Muñoz Ledo, Prudencia Grifell, Emilia Carranza, Emma Telmo, Narciso Busquets, Estela Inda, Eulalio González, Rita Macedo, Anita Blanch, Pura Córdoba, Carmen Madrigal e Iracema Dilian, por citar algunos.

De los escritores que dieron sentido al discurso dramático de la radionovela se encuentran: Pedro de Urdimalas, Francisco Márquez García, Pedro de D'Aguillón, Eduardo Marquina, Fernanda Villeli, Félix B. Cagnet, Pura Córdoba, Caridad Bravo Adams, Delia Fiallo, Inés Rodena y Carmen del Hierro, entre varios más.

El éxito de las radionovelas era producto de sus historias, la interpretación de los actores (que daban vida a personajes singulares), la gramática auditiva (con los efectos sonoros y la musicalización), las temáticas abordadas (situaciones familiares, conflictos morales, acontecimientos históricos y pasajes religiosos, son sólo algunos ejemplos) y el reparto, que en conjunto constituían un discurso de gran impacto por su elaboración.

Para configurar el discurso radiofónico, cada uno de estos elementos desempeñaba una labor particular, todos con la misma importancia, que al sumarse proporcionaban un soporte estructural a cada emisión del programa y a la serie en general; es decir, la radionovela podía prescindir de alguno de los elementos sin verse afectada.

Por ejemplo: "Félix B. Cagnet, según él mismo lo reveló en alguna ocasión, solía escribir los capítulos de la radionovela conforme ésta se transmitía con el objeto de ir siguiendo la reacción del público. Este método se reveló muy útil, incluso para cuando hubo que ajustar la trama a diversos imprevistos. Así, cuando durante su transmisión original en Cuba uno de los actores amenazó con retirarse si no le aumentaban el sueldo, Cagnet, elegantemente, hizo presa a su personaje de un ataque de apoplejía, que lo tuvo postrado y sin habla durante varios meses, los suficientes para que el actor desistiera de sus descabellados propósitos".¹¹

Además, en la creación y realización de radionovelas ya se notaba un procedimiento real de trabajo pues "Las compañías productoras se reunían con

¹¹ *Ibidem...* pág. 181.

frecuencia con los escritores (la mayoría mujeres) para revisar las sinopsis y diálogos de cada capítulo. Enseguida los actores elegidos leían el *script* — primero 'en frío' y luego con música en vivo—, y ensayaban los efectos físicos: pasos, puertas que abren y cierran, galope de caballos, balazos, etc. Después de cuatro pruebas debían entrar al aire y ¡sin equivocaciones! Aunque había escritores tan atareados, como Francisco Márquez García y Pedro de Urdimalas, que entregaban su trabajo al estudio en plena grabación y conforme acababan de escribir las cuartillas faltantes. De esta manera operadores, efectistas, músicos y el grupo de actores aglomerados frente al micrófono se esforzaban por 'hacer vivir' las líneas y actuarlas intensamente".¹²

Frente al surgimiento de la televisión, la radionovela perdió terreno y su auge empezó a declinar, pues sus historias fueron llevadas a las pantallas, aún así se desarrollaron series exitosas como *Kalimán*, *San Martín de Porres*, *Porfirio Cadená* "*El ojo de vidrio*", *La hiena*, *La Biblia y Cárcel de mujeres*, entre otras.

Los elementos básicos que dieron forma a la radionovela o radiodrama son los siguientes:

- ** Trama: conjunto de acontecimientos vinculados entre sí que nos son comunicados a lo largo de la emisión. Costa de presentación, nudo y desenlace.
- * Argumento: modo en que está resuelta, dispuesta y compuesta radiotónicamente la trama (guión).
- * Narrador: útil cuando hay que explicar una información que resultaría tediosa en forma de diálogo o cuando se requiere especial comprensión por parte del oyente.
- * Personaje: para caracterizar a un personaje radial es preciso calificar psicológicamente la voz, musicalizarla y nacionalizarla.
- * Descripción: puede hacerse mediante palabras, música, ruidos, atmósferas acústicas (combinaciones de lo anterior), efectos especiales o sonidos puros.
- * Narración: puede descansar en un simple sonido o en una combinación de sonidos.
- * Diálogo.
- * Dialogismo: la persona habla como si platicara consigo misma.

¹² "Los dramas en el aire". *Somos*, México, septiembre 2000, número 199, año 11, págs. 74 y 75.

* Monólogo.

* Leitmotiv: tema musical como cortina o fondo que distingue a un personaje o situación. Puede ser también otro sonido.

* Efectos dramáticos: todo recurso destinado a producir un ánimo de suspenso y un corte sensacionalista en la trama.

* Metáforas auditivas: sonidos simples o compuestos que figuradamente significan un suceso o un estado de ánimo (por ejemplo, el tictac del reloj/paso del tiempo; gaviotas/costa, etcétera).

* Cinetismos: sonido real o simbólico que describe el desplazamiento de personas, animales, objetos, fuerzas de la naturaleza".¹³

Las radionovelas hicieron escuela al imponer esquemas de trabajo y algunas técnicas de producción radiofónica, que sirvieron para la realización de otros programas, pero con el mismo estilo, dónde también se dramatizaban historias reales, así cobraron vida *El monje loco*, *Investigador policiaco del aire*, *Gracias doctor*, *Confesiones de un hombre audaz*, *La policía siempre vigila*, *Ayúdame doctora corazón* y *El que la hace la paga*, por mencionar unos cuantos.

Además, en menor medida, se realizaron programas radiofónicos — empleando algunos procedimientos y herramientas técnicas desarrolladas por las radionovelas, como el guión— con la fórmula de concurso, en los que la participación del público era una parte fundamental de la emisión, destacan: *El risómetro*, *El Dr. I.Q.*, *El pungarabato* y *Los niños catedráticos*; asimismo, se consolidaron espacios al estilo de *El club de la escoba* y *el trapeador*, que tuvieron su máxima expresión con *El club del hogar*. Lugar aparte merecen los programas deportivos, que también hicieron uso de las diferentes técnicas, mencionadas con anterioridad, por ejemplo, basta recordar a Pedro *El Mago* Septién que con una bitácora de béisbol y varios efectos sonoros podía recrear un juego completo y hacer toda una narración colorida.

En síntesis, las radionovelas se pueden considerar como las pioneras en la elaboración de programas radiofónicos hablados de concepto, porque aun cuando no cuentan con una planeación, estructura y diseño perfectamente definido, en su producción ya se distingue el empleo de un proceso de trabajo organizado, un sistema de realización ordenado y la creación de herramientas

¹³ Rebeil Corella, María Antonieta, *et. al.*, *Op. cit.*, pág. 176.

e instrumentos técnicos suficientes, que dan soporte a la construcción de un discurso social atractivo.

5.3 Hacia la sistematización de la experiencia radiofónica

Los programas radiofónicos hablados o de contenido realizados a partir de una conceptualización teórica y metodológica, se integraron con las diversas técnicas, procedimientos, herramientas e instrumentos obtenidas por la experiencia práctica cotidiana —acumulada durante varios años—, que dieron forma a un discurso radiofónico original, dotado de un lenguaje propio y, sobretudo, con una nomenclatura dotada de mayores elementos con carácter científico.

En México, el primer registro sobre la intención de sistematizar los conocimientos, obtenidos mediante la experimentación empírica, para elaborar mensajes y contenidos radiofónicos de interés general, data de 1920, cuando se estableció la Liga Nacional de Radio “Con la finalidad de intercambiar experiencias, programar seminarios y conferencias...”¹⁴ y que tres meses después adoptaría el nombre de Liga Central Mexicana de Radio, “entre cuyos dirigentes figuraron Vicente Lombardo Toledano, Felipe Sierra, Francisco C. Steffens, Salvador F. Domenzán, Modesto Rolland y Manuel L. Stampa”.¹⁵

Con el paso del tiempo, cuando la NEW inició su despegue, “los locutores” mexicanos desconocían el parámetro exacto del estilo de la impostación en radio; es decir, cuál era la guturación, el grado de engolamiento o la foniatría adecuada. Para ello, la gente del micrófono recurrió a los discos fonográficos de 78 revoluciones por minuto que contenían voces a imitar... También en esa época existía un tratado de ‘foniatría’, método utilizado por actores y declamadores. De estos personajes parte la influencia del comportamiento fonético de los locutores, es decir, el estilo de anunciar”.¹⁶

Años más tarde, hacia 1937, durante la administración del presidente Lázaro Cárdenas, “En vista del crecimiento de la radio se abrió la carrera de Comunicaciones Eléctricas y Electrónicas en la Escuela Superior de Ingeniería

¹⁴ www.cem.itesm.mx, página electrónica de la Fundación Manuel Buendía, Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996), *Apud.*, Fernando Mejía Barquera, tomado de Sánchez de Armas, Miguel Ángel (coordinador) en Apuntes para una historia de la radio mexicana, diciembre de 2001.

¹⁵ Septién Crespo, Jaime, *Op. cit.*, págs. 123 y 124.

¹⁶ “Quimera convertida en realidad”, Somos, México, septiembre 2000, número 199, año 11, pág. 12.

Mecánica y Eléctrica. Allí se formarían muchos de los cuadros técnicos de la radiodifusión mexicana que contribuirían en la práctica a dar un contenido nacional a esta parte de la industria".¹⁷

Con la inauguración de la XEQ, en 1938, se dio un paso más en el camino hacia el establecimiento de distintos procesos técnicos para producir emisiones radiofónicas de manera más sistematizada y profesional, pues "La estación capitaneada por Enrique Contel fue la primera que creó un departamento de Producción que a la sazón no tenía ninguna emisora mexicana ni las agencias de publicidad".¹⁸

Siguiendo el ejemplo de la XEQ otras radiodifusoras "crearon los departamentos de producción de radionovelas, donde espléndidos técnicos en la materia adiestraban a jóvenes escritores, productores y actores que llegaban a adquirir un notable dominio del oficio". El sistema tuvo su base de operación en La Habana y Nueva York..."¹⁹. Aunque las estaciones de radio contaran con su departamento y estudio de producción, quienes realmente concebían los programas eran las agencias de publicidad que compraban espacio o tiempo para transmitir emisiones pagadas por sus clientes u otros "patrocinadores".

"En esos años las estaciones se contentaban con difundir programas preparados por otros, o a preparar programas para otros, es decir, se limitaban a vender tiempo de emisión"²⁰. "Había barras completas del género. Los patrocinadores por excelencia de dicho género fueron Procter and Gamble y Colgate Palmolive (recuérdese que en aquel entonces los patrocinadores compraban tiempo en la emisora y producían ellos mismos la mayoría de los programas)".²¹ Es por esta razón que los elencos de algunos programas eran contratados por las empresas comerciales o las agencias de publicidad y no por la estación que los transmitía.

Las estaciones radiodifusoras se involucraron de lleno en la producción y diseño de emisiones radiales, a partir de que introdujeron el sistema de vender anuncios comerciales pequeños "Con el paso de los años, la fórmula de patrocinio de programas completos dio paso a la venta y compra de espacios

¹⁷ Alva de la Selva, Alma Rosa, y Martínez García, José Guadalupe, Y se hizo la radio, los primeros días de la radio en México, 1921-1945, Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, México, 2001, pág. 27.

¹⁸ Mejía Prieto, Jorge, *Op. cit.*, pág. 68.

¹⁹ Rebeil Corella, María Antonieta, *et al.*, *Op. cit.*, pág. 178.

²⁰ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, Una historia que si suena, México, 1998, pág. 162.

²¹ Rebeil Corella, María Antonieta, *et al.*, *Op. cit.*, pág. 179.

de unos cuantos segundos. Este nuevo sistema de insertar mensajes cortos, iniciado en México en los años sesenta, dio entrada al spot publicitario, moderno, que benefició a pequeños anunciantes incapaces de costear un programa entero y terminó con la exclusividad de los anunciantes en un solo espacio programático".²²

En la década de los sesenta, ante la carencia de un soporte teórico que conjuntara los conocimientos argumentales o narrativos acumulados por la radio, desde su aparición, la sociedad —representada por algunos intelectuales e investigadores— inició sus propios estudios dirigidos a comprender el discurso de este medio de comunicación social masivo, por esta razón "durante esa década hacen su aparición, en el contexto de la educación superior del país, las llamadas escuelas de comunicación social, inaugurando así un 'campo disciplinario' que se distinguía (o por lo menos pretendía hacerlo) de los tradicionales estudios de periodismo. A partir de entonces, y en el transcurso de los siguientes 20 o 25 años, la comunicación masiva fue adquiriendo un lugar de cierta relevancia en el medio ambiente académico y político de México".²³

"La importancia de la radio y su evidente influencia en la vida cultural hacían indispensable su conocimiento y desarrollo. Para ello se tuvo la visión de valorar el papel que la investigación cumpliría para sistematizar la información que generaba la industria".²⁴

Fue en 1960 cuando se instituyó la carrera de ciencias de la comunicación o comunicación colectiva en la Universidad Nacional Autónoma de México y en la Universidad Iberoamericana, "para conferir grados académicos de licenciatura a sus egresados, previa elaboración de tesis y examen profesional"²⁵ y a partir de ese momento la radio pasó de ser una actividad práctica a convertirse en un objeto de estudio que la transformó en una ciencia social, con asignaturas que sistematizaban todo el conocimiento y experiencia recogido durante su evolución

Con los esfuerzos realizados por el Estado, empresarios de la radio y publicistas, para sistematizar las experiencias adquiridas, en los múltiples

²² Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op. cit.*, pág. 162.

²³ Rebel Corella, María Antometa, *et al.*, *Op. cit.*, pág. 220.

²⁴ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op. cit.*, pág. 26.

²⁵ Corral Corral, Manuel, La ciencia de la comunicación en México, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM), Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, 1992, pág. 71.

ensayos radiofónicos practicados durante más de cuatro décadas, se establecieron las bases metodológicas que sirvieron de fundamento a la creación de una nueva ciencia social, que integró cada uno de los métodos, procesos, técnicas, herramientas e instrumentos discursivos necesarios en la construcción de programas radiofónicos conceptuales.

5.4 Programas radiofónicos de concepto

Al incorporar diversos procesos técnicos, argumentales, creativos y de investigación —provenientes de otras disciplinas sociales como la literatura o el periodismo, principalmente—, adaptados a sus características discursivas, para dar forma a un lenguaje propio, un código original y a una nomenclatura particular, la radio propició las condiciones científicas necesarias, para la elaboración de programas radiofónicos hablados, con el empleo de todas las herramientas e instrumentos creados de manera metódica para ese fin.

Cuando se sistematizó el conocimiento y la experiencia acumulados durante varias décadas, en una ciencia de la comunicación social, para establecer procesos metodológicos propios, con un lenguaje original sujeto a normas o reglas particulares, surgió la posibilidad de concebir programas radiofónicos hablados o de contenido a partir de diversos elementos discursivos y sonoros que dieron forma a un concepto integral de radio. "La creación en radio, en cualquiera de sus aspectos, es el resultado de una serie de técnicas diferenciadas y en su proceso de realización intervienen diversas áreas independientes pero complementarias".²⁶

Los programas radiofónicos hablados de concepto son emisiones que transmiten, y en la mayoría de los casos producen, las estaciones radiodifusoras comerciales, educativas o culturales para difundir una serie de mensajes articulados, en torno a un contenido de interés general; éstos son configurados —mediante un sistema técnico— con el fin de construir un discurso social, elaborado con base en una metodología científica, sustentada en procesos teóricos fundamentales como la planeación, estructura y diseño, con todas sus herramientas e instrumentos argumentales, para integrar un concepto radial verdadero, como se describe en el Capítulo 3.

En las emisiones radiofónicas de concepto, la planeación es el método más adecuado para hacer el planteamiento teórico sobre el espacio que se pretende

²⁶ Ortiz, Miguel Angel y Marchamalo, Jesús, Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica. Paidós, España, 1994, pág. 102.

realizar, es un instrumento que establece los objetivos de la serie, con el fin de proyectar todos los recursos argumentales, sonoros, humanos, materiales y financieros necesarios para su producción; con la planeación, se selecciona el formato del programa, se define su estructura básica y se designa el esquema general de trabajo.

La estructura, en un espacio radiofónico hablado de concepto, es el procedimiento metodológico idóneo que proporciona un soporte técnico y un cuerpo consistente al espacio radial; con la estructura, se organizan cada uno de los elementos seleccionados y se indica su forma de interacción, con el objeto de construir una opción original, diferente e interesante dirigido al conglomerado social en general.

Para la realización de un programa radiofónico hablado de concepto, el diseño es un sistema metodológico indispensable en la configuración, construcción y jerarquización de todos los recursos empleados con el objeto de proporcionarles un sentido estético, que sea capaz de dotar a toda la emisión de un estilo único, diferente al de programas similares.

Los programas radiofónicos hablados de concepto cuentan con un respaldo metodológico y un soporte técnico sistematizado, que distribuye todos los mensajes del contenido, entre las diferentes partes o elementos de su cuerpo para construir un discurso completo; es decir, el atractivo e interés de los programas conceptuales se encuentra en la variedad de recursos discursivos, que maneja, en la originalidad de su estructuración y en su diseño estético o artístico, por lo tanto, no dependen de un personaje, ni de un elemento único.

Asimismo, emplear una metodología científica en la creación de emisiones radiofónicas habladas, mediante la cual se deriven todos sus recursos, elementos, herramientas e instrumentos técnicos, necesarios para conformar un concepto original de radio, permite que los programas tengan la posibilidad de desarrollarse con mayor tiempo de duración; es decir, cuando una serie radial se sustenta en una base operativa y conceptual científica es capaz de producir programas hablados de larga duración.

Sin embargo, a pesar de la gran variedad de recursos metodológicos y técnicos que existen para construir programas radiofónicos hablados de concepto, la radio actual se inclina por realizar programas donde el atractivo no es su discurso, sino el personaje que lo emite; en otros casos, las estaciones radiodifusoras dan forma a espacios, para llenar tiempo, realizados bajo

prácticas artesanales en las cuales se soslaya el método científico de la radio como medio masivo de comunicación social; por si fuera poco, la radio cada día inunda más el cuadrante con programas del género musical, que aportan muy poco a la evolución de este medio de difusión.

5.5 *Monitor* y *Noches Mágicas*, dos programas de concepto

Con el propósito de ofrecer una ilustración más clara sobre la elaboración de los programas radiofónicos hablados de concepto, tomaremos las emisiones de *Monitor*, producida por Infored, en sus cuatro diferentes ediciones, y la serie nocturna *Noches Mágicas*, realizada por Grupo Radio Centro, difundida durante seis horas continuas; espacios radiales que por su larga duración, tuvieron mayor necesidad de emplear un soporte metodológico de carácter científico, para proporcionar coherencia, solidez o consistencia a sus mensajes, contenidos y discurso en general.

La elección de estos espacios como ejemplos responde a dos razones sencillas, primera: *Monitor* es un programa hablado o de contenido donde —mediante el análisis de su realización— se puede identificar el empleo de un proceso de producción bien definido, creado a partir de una metodología con carácter científico, y en el cual diversas herramientas e instrumentos radiofónicas tradicionales o vanguardistas se conjugan para dar forma a un programa conceptual que ofrece un discurso consistente, de larga trayectoria en el cuadrante mexicano; y segunda: porque la emisión de *Noches Mágicas* se concibió con base en las tesis, propuestas e ideas explicadas a lo largo del estudio presente.

Monitor

Monitor es un programa radiofónico hablado de contenido, producido por la empresa informativa Infored²⁷, en un formato de noticiario con larga duración, que se transmite a través de la estación radiodifusora Radio Red, en las frecuencias 1110 de A.M y 88.1 F.M. —concesiones de Grupo Radio Centro—, en cuatro emisiones: mañana, de 5:45 a 10:00 horas; tarde, de 13:00 a 15:00; tarde-noche, de 17:00 a 21:00; y nocturno, de 0:00 a 1:00; pero con ediciones especiales que han rebasado 25 horas de transmisión continua.

²⁷ "El gran emulado", *Neo*, México, febrero-marzo 2000, pág. 38.

En 1974, a iniciativa de Clemente Serna Alvear y José Gutiérrez Vivó, quien se desempeñaba como gerente de noticias, se creó el concepto informativo *Monitor*, espacio noticioso con una hora de duración —en cada una de sus tres ediciones, mañana, tarde y noche— que fue planeado para renovar la programación de la *NERCN Radio Cadena Nacional*, estación adquirida poco tiempo antes por la familia Serna, que se convertiría en *Radio Red*.

“Durante la planeación del *Monitor* —el viejo sueño de Clemente Serna Alvear—, el equipo calculó que la estación iba a perder público. Y no sin razón. Cuando introdujeron el *Block de noticias*, que duraba una hora por las mañanas... El público de la antigua Radio Cadena era netamente femenino y las noticias... estaban dirigidas a un público masculino”.²⁸

Inicialmente, la planeación del programa informativo de Radio Red se realizó con base en la experiencia adquirida por sus propietarios en otras empresas radiofónicas, así como por la intuición de sus colaboradores, pues para la época aún no se contaba con estudios suficientes sobre las preferencias, comportamiento y tendencias del auditorio, que sirvieran para hacer juicios más exactos en la toma de las decisiones estructurales o de diseño más elementales del concepto.

Por ejemplo. “Uno de los razonamientos que se impusieron para incluir la hora exacta en la estructura del noticiario fue que la NEQK tenía más público en la mañana que todas las otras radiodifusoras, por el solo hecho de dar la hora cada minuto. Entonces, Clemente Serna Alvear impuso la rutina de ir dando la hora mientras se transmitían las noticias”.²⁹

Poco a poco, los creadores de *Monitor* fueron integrando más recursos, herramientas e instrumentos radiofónicos, de manera sistemática, para enriquecer cada emisión y dotarla de una estructura básica que, hacia 1978 —cuando José Gutiérrez Vivó ya conducía las ediciones matutina y vespertina— fue capaz de articular una serie de mensajes en un discurso informativo que había evolucionado al grado de requerir dos horas y media de duración.

De manera paulatina, el noticiario incorporó comentarios, análisis y opiniones a la lectura de las noticias más importantes del día, también exploró otros géneros periodísticos como la entrevista, crónica o reportaje —poco usuales

²⁸ Martínez, Sara. *En 25 años Monitor transforma a la radio*. Infomed, México, 1999, pág. 53.

²⁹ *Ibidem.*, pág. 60.

en radio por aquellas fechas— y, además, le dio un nuevo enfoque a la música que, en combinación con los efectos sonoros, se empleaba para ambientar, crear imágenes e ilustrar “con un sentido más estético” las noticias.

Asimismo, abordó otro tipo de información, más especializada, como la deportiva, científica, vial, doméstica, cultural, climática y de salud entre otras, ofrecidas al auditorio como un servicio social con un elemento de orientación; de la misma forma, brindó un espacio al público radioescucha, por medio de la línea telefónica que se convirtió en un instrumento adicional del formato radiofónico, para hacer comentarios, denuncias o sugerencias “al aire” sobre el acontecer local, nacional e internacional.

Al paso del tiempo, *Monitor* también añadió a su estructura colaboraciones de especialistas en temas muy particulares, como la economía, cine, política, cultura, ecología, medicina, lingüística, protección a los animales, ciencia, psicología e historia, por citar algunos, distribuidos en secciones o participaciones temáticas breves, programadas en un día específico de la semana y ubicadas en un horario predeterminado a lo largo de cada emisión.

La introducción de las mesas de análisis o debate, fue un elemento más que fortaleció la estructura del informativo, pues reunió a expertos de un tema especial, con diferentes tendencias sobre el mismo, quienes a través de una exposición argumentada y razonada fueran aportando elementos para examinar un tópico de interés social.

La estructura de *Monitor* se ha modificado con el paso del tiempo al incorporar o excluir diferentes elementos o recursos metodológicos para satisfacer las necesidades, demandas y exigencias de su auditorio; en sus primeros años la emisión ofrecía noticias leídas por un locutor que no podía hacer ningún comentario sobre la información; éstas se presentaban empleando los criterios periodísticos de novedad, actualidad e interés general y se organizaban con base en la trascendencia, importancia e impacto de la información.

“*Monitor* estaba concebido como un noticiero de excelentes voces que leían las noticias y no emitían opinión alguna... Se creó un equipo de redacción que preparaba los textos para el conductor, quien los leía sin aumentar ni reducir

una sola palabra. Clemente Serna Alvear revisaba constantemente el contenido y la sintaxis".³⁰

Ahora, la estructuración básica es más flexible y las noticias se presentan en la voz de los protagonistas del acontecimiento, reporteros, conductores, colaboradores y analistas, donde se da prioridad a la oportunidad del suceso o a la coyuntura de la información, desde una perspectiva primero local, después nacional y por último internacional. Asimismo, cada elemento desarrolla su propia estructura, por ejemplo las mesas de análisis presentan un panel de expertos, con diferentes tendencias sobre un mismo tema, quienes se manifiestan a favor, en contra o se mantienen neutrales.

Por su parte, el diseño de la emisión siempre ha incorporado diversos elementos auditivos tradicionales o vanguardistas, para crear una "imagen" seria, fresca, moderna y actual, que proyecte una permanente búsqueda de innovaciones discursivas, argumentales y tecnológicas para fortalecer el concepto general: por lo tanto, al integrar nuevos recursos o elementos, el noticiario crecía en tiempo de duración, entonces modificaba su diseño para anexar otros segmentos informativos, secciones de entretenimiento y colaboraciones especializadas hasta que logró acoplar todas las partes estructurales con su "espacio de tiempo" al aire: pero el diseño de *Monitor*, y de cualquier programa radiofónico hablado, siempre se encuentra en la búsqueda de innovaciones técnicas y metodológicas con el objetivo de ponerse a la vanguardia radial.

Actualmente, el concepto informativo de *Monitor* se desarrolla en cuatro emisiones diferentes al día, dos se producen con más de cuatro horas de duración, una se realiza durante dos horas y la más corta cuenta con sesenta minutos de transmisión.

La edición matutina que establece la estructura y el diseño básico del concepto general se organiza por horas, cada una está compuesta por información noticiosa —presentada a través de los diversos géneros periodísticos: notas informativas, entrevistas, reportajes y crónicas, en voz de sus reporteros quienes dan cuenta del acontecer en el ámbito local, nacional e internacional—, una sección deportiva fija, una colaboración especializada y reportes viales constantes —su número depende de los acontecimientos del momento—, que son enlazados por el conductor con sus comentarios. Este

³⁰ *Ibidem.*, pág. 50

esquema es el modelo a seguir en cada hora del programa, con excepción de la hora donde se desarrolla una mesa de análisis o debate.

El desarrollo de una emisión matutina completa del programa *Monitor* se realiza de la siguiente manera:

- 1-. *Teasser* o adelanto inicial de toda la información, incluye los deportes.
- 2-. Primera hora: información climática, santoral, nota policiaca, reportes viales, colaboración especializada, entrevista informativa o de semblanza, notas generales y sección deportiva.
- 3-. Segunda hora: información general, reportes viales, entrevista informativa o de semblanza, colaboración especializada y sección deportiva.
- 4-. Tercera hora: información general, reportes viales, entrevista informativa o de semblanza, colaboración especializada y sección deportiva.
- 5-. Cuarta hora: mesa de análisis o debate, dependiendo del día, sobre: economía, política y "humanística", reportes viales y sección deportiva.

Durante las cuatro horas del programa se elabora una síntesis de noticias cada treinta minutos y al finalizar cada hora se realiza un resumen de la información más importante, denominado *Metropolitano*; además, en cada corte se abre y cierra con una "cápsula" de divulgación o una cortinilla musical que da pie a un comentario sobre el autor, título e interprete de la melodía. Un recurso de atractivo adicional es el "vestido" del programa, éste se elabora con música y efectos sonoros que realza la personalidad de la emisión, pero también proporciona mayor unidad en las diferentes ediciones.

Tomando como modelo el *Monitor* de la mañana, se produce la emisión de la tarde-noche, producida durante cuatro horas continuas, sin embargo, en esta edición el perfil de su discurso informativo presenta un ligero matiz de entretenimiento con orientación social. Respecto al *Monitor* de la tarde, que se desarrolla durante dos horas, sigue el mismo esquema de los anteriores a excepción de la colaboración especializada y las mesas de análisis; lo mismo sucede en la emisión nocturna, donde además de excluir la colaboración y la mesa también deja de transmitir el reporte vial. Aunque la emisión de la tarde y la nocturna ofrecen menos elementos radiofónicos, su discurso no pierde solidez porque conserva la estructura y diseño del concepto general del *Monitor* matutino.

En el caso del programa *Monitor* los diferentes elementos, recursos, herramientas e instrumentos que conforman su cuerpo, se proyectaron, probaron e idearon, en el transcurso de varios años, que lo han consolidado

como un concepto radiofónico integral, con mensajes diversos bien configurados, contenidos consistentes y un discurso general perfectamente articulado, para ofrecer entretenimiento, orientación de servicio social e información noticiosa, cuyo atractivo —a diferencia de las emisiones de personalidad— no se encuentra concentrado en los conocimientos, talento, habilidades o simpatía de una “estrella erudita” del cuadrante, sino en su planeación, estructura y diseño que le proporcionan novedad, variedad, originalidad y diversidad.

Noches Mágicas

El programa nocturno de contenido *Noches Mágicas*, se transmite de 00:00 horas a 6:00 de la mañana, todos los días, por *Radio Centro* en la frecuencia 1030 de A.M., la emisión realizada con formato de revista de larga duración, salió al aire el 12 de diciembre de 1997, bajo la conducción de dos locutores, un hombre y una mujer.

La planeación de *Noches Mágicas* se elaboró a partir del tiempo de duración, horario de transmisión y perfil de la radiodifusora; las seis horas de programa determinaron que el formato más idóneo para ofrecer un discurso radiofónico vanguardista sería la revista, porque ésta tiene como característica principal, integrar diversos recursos técnicos y metodológicos capaces de proporcionar a cualquier espacio un cuerpo sólido; el horario de transmisión marcó cuáles deberían ser las herramientas e instrumentos radiales más adecuados para la construcción de un contenido nocturno; y el perfil de la estación —emblemática de Grupo Radio Centro— impuso un discurso tradicional y conservador.

Con la planeación se decidió que para dar forma al cuerpo del programa se emplearían todos los géneros periodísticos, desde la nota informativa hasta el editorial, colaboraciones especializadas, una selección literaria, ambientada con música y efectos sonoros, participación de personajes destacados en diferentes disciplinas del conocimiento humano e investigaciones monográficas sobre temas relevantes para el auditorio, entre varios más.

La estructura del programa se dividió en tres grandes bloques, de dos horas cada uno: “desvelados” (0:00 a 2:00), “noctámbulos” (2:00 a 4:00) y “madrugadores” (4:00 a 6:00), que contarán con un matiz propio, para identificarse ante el auditorio de ese horario, pero unificados mediante el discurso del concepto general.

La parte de los "desvelados" ofrecía un perfil más cultural, de entretenimiento o divulgación social, con la intención de transmitir al público un sentimiento relajante, que proyectara un tono de conclusión para el día, a través de una entrevista de semblanza o informativa, con un invitado en vivo, sobre temas de interés general; a falta de invitado se desarrollaba un reportaje completo de investigación.

En el espacio de los "noctámbulos" el matiz de su contenido iba dirigido a personas acostumbradas a permanecer despiertas toda la noche, para ellas se ofrecía la lectura dramatizada, sonorizada y ambientada con música y efectos, de obras literarias universales; además, en esta parte se presentaban secciones especializadas sobre diferentes temáticas como historia, ciencia, cultura y geografía, entre otras.

El segmento de los "madrugadores" tenía un perfil informativo enfocado a imponer un ritmo más dinámico, que proyectara en el auditorio un estado de alerta para comenzar la jornada diaria; con este fin, se editaba un noticiario donde se ofrecía un panorama informativo completo sobre el acontecer local, nacional e internacional, organizado con base en la metodología periodística, jerarquizando las noticias por su impacto social; en forma adicional se incluían efemérides, horóscopos y santoral.

Entre las dificultades de planear y estructurar un programa de esta naturaleza se planteaban los inconvenientes entre decir la hora, no decirlo o cómo decirlo, por ejemplo, durante el primer bloque se decidió dar la hora en pocas ocasiones con el agregado de "apenas son las..." para no desalentar a la audiencia; a diferencia del último segmento que requería de informar constantemente al radioescucha sobre el tiempo, se optó por mencionarlo cada cinco minutos antecedido de "ya son las..."

Para el diseño del concepto general se definió una programación por temas divididos en catorce tópicos: medicina, sexualidad, psicología, ecología, música, literatura, ciencia y tecnología, cine, teatro, esoterismo, espectáculos, desarrollo humano, altruismo, deportes e información noticiosa, que se rotaban hasta completar un círculo; sin embargo, había días con características especiales que requerían un tratamiento particular: por ejemplo viernes y sábado se abordaban temáticas dirigidas a un auditorio más juvenil; los domingos se proponía el desarrollo del tema con la participación del auditorio

vía teléfono abierto; y el resto de la semana el programa conservaba sus matices más significativos.

El diseño estructural y estético de *Noches Mágicas* se complementaba con su "vestido" o imagen, proyectando a través de las rúbricas, rompecortes y promocionales una personalidad fresca, moderna, vanguardista e innovadora, que le daba una identidad diferente a la programación general de la estación y frente a programas similares.

Por todo lo anterior se puede afirmar que *Noches Mágicas* se concibió como un programa radiofónico hablado de concepto con larga duración, donde su atractivo discursivo se sustentaba en todos los elementos, recursos, herramientas e instrumentos técnicos —que contaran con algunas características científicas o metodológicas— articulados por medio de su planeación, estructura y diseño, para ofrecer un discurso de interés social consistente, coherente, novedoso, variado y original.

Así, ante el desarrollo de nuevas formas de comunicación, que ofrecen de manera simultánea múltiples lenguajes discursivos (auditivos, textuales, visuales e interactivos), la radio se encuentra en la necesidad de crear conceptos integrales, con elementos suficientes para responder a los requerimientos de información, entretenimiento y cultura de una sociedad cada día más escéptica hacia fórmulas convencionales de difusión colectiva.

Por lo tanto, es indispensable hacer una lectura diferente de la radio hablada o de contenido, para redescubrir todos sus recursos argumentales, lenguaje narrativo, técnicas estructurales y procedimientos discursivos, con el propósito de sistematizarlos, nuevamente, a través del método científico empleado por las ciencias de la comunicación social, que pueden ser capaces de proponer la construcción de un nuevo discurso radiofónico, mediante la elaboración de programas radiofónicos hablados de concepto.

CAPÍTULO 6

PROGRAMAS RADIOFÓNICOS HABLADOS DE LARGA DURACIÓN

Con el desarrollo de la radio como medio de comunicación masivo, los seres humanos experimentaron una verdadera revolución social, cultural, educativa y tecnológica; la vida cotidiana de los hombres cambió en forma radical al oír una serie de sonidos que viajaban a través del espacio; las costumbres tradicionales sufrieron una transformación cuando miles de individuos, ubicados en lugares diferentes, escucharon la voz de otras personas de manera simultánea, mediante un complejo aparato receptor de ondas hertzianas; los hábitos familiares, económicos, morales o éticos, entre muchos otros, se modificaron a partir de que la humanidad atendió, al pie de la letra, todos los mensajes y "dramas de la vida" difundidos por las estaciones radiodifusoras; y, por si lo anterior fuera poco, el panorama doméstico e industrial se inundó con sofisticados artefactos electrónicos, que con sus proezas tecnológicas superaron los obstáculos de la naturaleza para hacer posible la comunicación a distancia.

Pero, para que la radio pudiera llegar a consolidarse como un medio masivo de comunicación social, sus promotores tuvieron la necesidad de experimentar diversas maneras de concebir, construir y transmitir mensajes durante varios años, hasta lograr crear toda una serie de procesos, sistemas, códigos e instrumentos con identidad propia, capaces de dar forma a un contenido radiofónico atractivo, pero sobre todo, de proporcionar significación social al incipiente discurso radial que se emitía mediante sus micrófonos, con el fin de captar la atención pública y obtener su reconocimiento.

En unos cuantos años, la evolución en los métodos para la elaboración de mensajes radiofónicos de interés público y sentido social, provocó que la radio sufriera una transformación sustancial, pasando de ser un simple sistema de comunicación humana —emisor de algunos mensajes elementales—, a convertirse en un auténtico medio masivo de comunicación colectivo —difusor de un discurso social completo— que, con su vertiginoso desarrollo, generó todo un fenómeno cultural capaz de superar la imaginación y expectativas de sus inventores.

Es verdad que la radio provocó una genuina revolución cultural, así como un auténtico fenómeno social en la humanidad, gracias al empleo de una tecnología novedosa e inédita que asombró a la comunidad, al superar las limitaciones físicas del ser humano para comunicarse con sus semejantes a grandes distancias, y por establecer, mediante una intensa exploración de métodos o sistemas innovadores, nuevas formas de difundir y transmitir ideas e información de interés general; sin embargo, también es cierto que pasada la admiración inicial por la radio como medio de comunicación, la sociedad empezó a exigir mensajes mejor elaborados, variedad en los contenidos y consistencia en el discurso radiofónico; es decir, la sociedad presionó a los radiodifusores para que perfeccionaran sus procesos de producción radial.

6.1 Programas hablados de corta duración

Ante la exigencia social, la radio sistematizó sus diferentes métodos y técnicas para proporcionarle sustento científico a la producción de programas; asimismo, diseñó una serie de herramientas, elementos, utensilios e instrumentos metodológicos que profesionalizaron el quehacer en la radiodifusión. Al planear, producir y realizar emisiones radiales de manera profesional, se definió el discurso radiofónico completamente, al mismo tiempo se fue dividiendo en dos géneros distintos: el musical y el hablado o de contenido, que también establecieron su propia nomenclatura, códigos y reglas.

A su vez, cada uno de los géneros dio origen a diversos formatos radiofónicos, con el propósito de producir series o programas radiales bajo un método sistemático, que lograra reproducir, conservar, mantener y mejorar las mismas características —de interés público e impacto social— en el contenido discursivo de una emisión a otra. El empleo de un proceso con mayor consistencia metódica, donde la experimentación práctica pasó a segundo plano, generó la transmisión o difusión periódica y constante de programas radiofónicos de corta duración.

“Originalmente sólo había transmisiones por las tardes, pero una vez establecidas las transmisiones regulares, la programación típica de un día comenzaba a las 9 de la mañana; para la segunda mitad de los años treinta, el horario ya se había ampliado y casi todas las estaciones daban comienzo a sus transmisiones a las 6:00 AM. Había primero un inicio con música de orquesta o banda militar, como la Banda del Estado Mayor. Por la mañana y hasta entrada la

tarde se programaban transmisiones en vivo, pero sin público, tanto musicales como radiodramas, y algunos programas con noticias o temas domésticos. Cada programa duraba un promedio de 15 minutos".¹

Durante los primeros años en el desarrollo de la radiodifusión, sus breves programas ofrecieron mensajes muy básicos, que integraban un contenido elemental, conformado por un discurso sencillo, de fácil asimilación en el auditorio; en consecuencia, no era necesario emplear sofisticados elementos radiofónicos ni grandes recursos argumentales para "armar una fastuosa" emisión de radio o la programación completa, en un día, de una radiodifusora.

Por ejemplo, Jorge Mejía Prieto recoge la programación inaugural de la XEQ, publicada el día 31 de octubre de 1938 en los principales periódicos, donde se puede observar el modesto contenido de sus quince emisiones diarias, que sería el modelo a seguir por la radiodifusora:

1°— 7 p.m. Signo musical de la X.E.Q.

2°— X.E.Q. pide permiso para entrar a los hogares mexicanos con la voz del baritono Ramón Vinay en representación del elenco artístico.

3°— España Canta... Gran orquesta y... El alma de España...

4°— 7.30 p.m. Ecos de la Pampa. Orquesta Típica Argentina (auténtica) Director, Juancito López.

5°— 8 p.m. Presentación del compositor cubano Sergio de Karlo, autor de Flores Negras, La Última Rumba, La Misma Estrella y Param Pam Pam.

6°— 8.30 p.m. Oro de 24 kilates... Lola Cárdenas, soprano; Lupe Acevedo, soprano coloratura; Ramón Vinay, baritono. Orquesta del maestro Jesús M. Acuña.

7°— 'En el Rancho del Edén'.

8°— 9.15 p.m. Primer programa del ciclo 'Conciertos de Otoño' de la Orquesta Sinfónica de la Universidad Nacional: Tercer Concierto para Piano y Orquesta de Beethoven. Solista, Carmen Azuela de Domínguez. Director, José F. Vázquez.

9°— 10 p.m. Presentación del compositor mexicano Juan B. Leonardo y su intérprete Gloria.

¹ Alva de la Selva, Alma Rosa y Martínez García José Guadalupe, X se hizo la radio, los primeros días de la radio en México, 1921-1945, Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, México, 2001, pág. 51.

10^o— 10.30 p.m. Ana María Feuss, soprano, y Carlos Puig, tenor. Orquesta de Salón del maestro Isauro Cantú.

11^o— Presentación de artistas respaldados por la X.E.Q: Luz de Gracia, Consuelo Velázquez, Guillermo Álvarez, Manuel Díaz Baeza y Eduardo González Pliego.

12^o— 11.30 p.m. Pausa Musical... tenor Carlos Aranda.

13^o— 11.45 p.m. Ritmo y Armonía... Ernesto Riestra.

14^o— 12.15 p.m. Desde la Sala de Beethoven del Hotel Reforma. Recital de Órgano. Ignacio García.

15^o— 12.30 p.m. X.E.Q. abre un paréntesis de silencio... que interrumpirá a las 7.45 de la mañana. Mientras tanto deseamos a Ud. Momentos gratos de hondo reposo".²

Con el objeto de atraer la atención del público, la radio realizó sus primeros programas empleando la música como principal —o mejor dicho como único— elemento argumental, que se ofrecía en emisiones de corta duración pues carecía de otros recursos para dar soporte discursivo a espacios de mayor tiempo. Un método práctico y la utilización de un lenguaje melódico sencillo, pero universal, capaz de ser asimilado por cualquier persona, contribuyeron a que la radiodifusión ganara miles de seguidores fieles, cada día más exigentes.

"Cuando la gente se refiere a los programas espectaculares de la XEW, casi siempre asegura que éstos eran de una o más horas de duración; sin embargo, muchos eran de 15 minutos o de media hora. Por fortuna eran tan sustanciosos, tan llenos de magia, que el público los recuerda como una fantasía, como un sueño interminable".³

Frente a la exigencia de su incipiente auditorio, la radio se encontró ante la necesidad de presentar programas con mayor novedad, variedad, originalidad y consistencia, entonces incorporó una nueva herramienta radiofónica: la personalidad de un "artista" o un conductor, que con su talento, simpatía o carisma lograban el reconocimiento del creciente auditorio. La combinación de la música y "las personalidades" logró la proeza de reunir a familias completas —entorno al radioreceptor— en espera de escuchar su serie favorita, e iniciar el desarrollo industrial de la radiodifusión.

² Mejía Prieto, Jorge. Historia de la radio y la televisión, Octavio Colmenares, México, 1972, págs. 63 y 64.

³ "Cancioneita que brotó como beso de mujer". Somos, septiembre 2000, México, número 199, año 11, pág. 28.

En las primeras décadas de la radio sus contenidos fueron dominados por las grandes luminarias del espectáculo quienes, acompañadas por locuaces presentadores o locutores, hacían las delicias del auditorio con el romanticismo de la música vernácula mexicana; a falta de herramientas e instrumentos metodológicos para proporcionar sustento científico al discurso radiofónico, la “fórmula” de explotar la música y el talento de diversas personalidades fue una característica que se prolongó durante muchos años.

“Ubiquémonos en cualquier día de la semana, entre 1940 y 1955. Por la mañana y al mediodía, la emisora lanzaba al aire programas musicales en *petit comité*, sin público, transmitidos desde pequeños estudios donde no cabía más que un conjunto de seis o siete músicos, además del intérprete. Estas emisiones eran, por lo general, de un cuarto de hora, encadenadas una tras otra, con algunas radionovelas intercaladas, también de 15 minutos de duración”.⁴

6.2 Programas hablados de larga duración

Poco a poco la radio incorporó otro tipo de “estrellas” a su elenco artístico: compositores, actores, comediantes, cronistas populares e intérpretes, entre otras, que con su talento, simpatía y carisma permitieron a las emisiones radiofónicas prolongar su tiempo de duración al aire, pues ya contaban con más recursos argumentales para garantizar el éxito de las series; fue entonces cuando surgieron los programas cómicos, las emisiones de concurso, las series dramatizadas y las radionovelas.

“La estación (NEW) mantuvo este modelo en su barra durante varios años. La transformación se dio a mediados de los años 50, cuando las radionovelas ocuparon gran parte de la programación. Entonces la música y las emisiones en vivo fueron relegadas a segundo término... Las emisiones de concurso con público seguían sus transmisiones exitosas...”⁵

Las radionovelas exploraron otros recursos auditivos e instrumentos argumentales como la música, los efectos sonoros, la actuación y la creación de personajes antagónicos —involucrados en historias melodramáticas de índole ético o moral— entre otros, estructurados, organizados y manejados ya, con una técnica propiamente radiofónica, que producían series de numerosos

⁴ *Ibidem.*, pag. 29.

⁵ *Ibidem.*, pág. 31.

capítulos, aunque de corta duración, pero de gran impacto entre los radioescuchas.

Los programas musicales conducidos por "personalidades talentosas" o carismáticas y las radionovelas, aunque con emisiones de corta duración al aire, dieron forma a toda una "época de oro" de la radio en México, que se prolongó durante varias décadas hasta la aparición de un nuevo medio de comunicación social: la televisión.

Cuando llegó la televisión a nuestro país se nutrió de la experiencia radiofónica, al adaptar los programas de mayor éxito en el cuadrante a un medio audiovisual, con lo cual pretendía arrebatar la atención de la sociedad por la radio y llevarla hacia las imágenes televisadas. Resignada —mas por su falta de imaginación e incapacidad de competir, que por sus limitaciones ante un nuevo medio de comunicación social—, la radio se conformó con sobrevivir mediante la reproducción de los éxitos musicales, grabados en disco o cinta magnética, de las estrellas inventadas por ella, a través de programas breves.

La experiencia e inercia metodológica, argumental y discursiva acumulada por la radio mexicana en su primera etapa de desarrollo, se diluyó en más de dos décadas de inmovilidad creativa, en contraste con el veloz avance tecnológico: la radiodifusión permaneció en un estado más parecido al de hibernación que al de sobrevivencia, con unas cuantas producciones destacadas de corta duración, en un cuadrante con dos bandas: la amplitud modulada o A.M y la frecuencia modulada o F.M, que cada día se hacía más amplio y obeso pero menos atractivo en formatos de contenido.

Fue hasta los años 70, inmediatamente después de la brusca sacudida popular ante los convencionalismos culturales, políticos, educativos y espirituales, cuando la radio, al parecer, se dio cuenta que requería un nuevo impulso para ponerse a la altura de la sociedad y satisfacer su demanda de comunicación social real; entonces, surgieron algunos programas informativos con un perfil más conceptual realizados de manera profesional.

Por ejemplo, "Clemente Serna Alvear, José Gutiérrez Vivó, Roberto Ordorica y Martha Reséndiz empezaron a realizar el concepto de *Monitor* para la estación recién adquirida, a la que nombraron Radio Red. Posteriormente, el señor Serna Alvear decidió cambiar la programación matutina y lanzar un

noticiero matutino de larga duración: *Monitor III*, en 1974, con José Gutiérrez Vivó...".⁶

Satisfacer las múltiples demandas sociales, exigió a la radio la exploración de procesos metodológicos científicos más profesionales en la producción y realización de programas radiofónicos que incluyeran en sus emisiones diversos elementos de atracción para el auditorio, como información, entretenimiento y servicios diversos, por citar algunos; pero, al incorporar más contenidos de interés en un solo espacio, los programas de radio fueron creciendo en tiempo de transmisión al aire.

Con un nuevo impulso, la radiodifusión inició, una vez más, la exploración de otros formatos radiofónicos y el diseño de herramientas e instrumentos más novedosos que contribuyeran a enriquecer sus mensajes, contenido y discurso en su afán por satisfacer la demanda social de una radio original e innovadora, pero al mismo tiempo útil en la construcción de una sociedad más consciente de su realidad; con este propósito abrió el camino hacia el auge de la radio hablada o de contenido.

"Ya no sólo se trata de los tradicionales programas de entretenimiento, radiodramas o de concurso, sino de programas informativos de larga duración, de opinión, orientación, de queja y denuncia"⁷, quienes sólo con el tiempo y bajo el intenso escrutinio de la sociedad fueron ganando terreno en las diferentes estaciones radiales, hasta convertirse en la punta de lanza de la radio hablada o de contenido.

Sin embargo, como el "Tiempo y espacio son otros elementos que, sin duda, afectan a la percepción e interpretación del mensaje radiofónico"⁸, entonces para la producción y realización de un programa de larga duración que incluyera en su contenido diversos elementos discursivos o argumentales, se hizo indispensable el diseño de una estructura radiofónica definida perfectamente para construir, distribuir y dosificar cada una de las partes que darían un cuerpo estético a la emisión.

"Es así como la banda de AM fue gradualmente permeada por la estructura programática conocida como *talk show*, consistente en emisiones de larga

⁶ Martínez, Sara. En 25 años Monitor transforma a la radio, Infored, México, 1999, pág. 53.

⁷ Asociación de Radiodifusores del Valle de México Una historia que sí suena, México, 1998, pág. 207.

⁸ Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús. Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica, Paidós, España 1994, pág. 24.

duración —de media hora en adelante— en las que un conductor y sus invitados expresan sus opiniones personales sobre temas diversos⁹; pero no fue el único formato empleado para realizar programas hablados de larga duración, también se exploraron estructuras informativas como la de *Monitor* que “consiguió un noticiario muy atractivo por la claridad y el contenido de la información, así como por el formato, que constantemente se iba enriqueciendo, y por la duración. Poco a poco se fue ampliando”.¹⁰

El empleo de una metodología científica eficaz en la creación de un programa radiofónico hablado o de contenido, con una planeación, estructura y diseño, que respondiera a un concepto general previamente establecido, permitió a algunas emisiones crecer en tiempo de duración y conservar su consistencia discursiva en diferentes emisiones de una misma serie.

En los programas radiofónicos hablados o de contenido, el tiempo de duración es un factor que determina la sencillez o complejidad de los mensajes a difundir, por lo tanto, en emisiones de larga duración es mayor la necesidad de contar con un concepto general, que integre en una estructura metodológica a todos los elementos, recursos, herramientas e instrumentos discursivos para crear un cuerpo sólido y consistente.

A medida que la radio evolucionaba sus propuestas habladas o de contenido crecían en tiempo de duración, atrás quedaban los modestos programas de 15 minutos o media hora, que eran sustituidos por elaboradas emisiones regulares de una hora en adelante, e incluso algunas llegaban hasta las cuatro horas de transmisión; con tanto tiempo por producir, se hizo indispensable contar con distintas fórmulas científicas para construir verdaderos programas radiofónicos de larga duración, evitando así, las desarticuladas emisiones radiales, hechas con base en la experiencia diaria, donde lo más importante consistía en “llenar un espacio”.

Los formatos más utilizados en la elaboración de programas tan largos fueron los de revista o *magazine*, porque permitían desarrollar con facilidad un método más científico, para dotar a la emisión de una planeación, estructura y diseño, que integrara un concepto general del cual se desprendieran diversas herramientas e instrumentos metodológicas cuyo objetivo era conseguir una audiencia más numerosa.

⁹ Asociación de Radiodifusores del Valle de México. *Op. cit.*, pág. 229.

¹⁰ Martínez, Sara. *Op. cit.*, pág. 59.

“Aunque los magazines de radio nacieron como programas de duración más corta que los que ahora conocemos, en los últimos años estamos asistiendo... a una expansión sin precedentes en la duración de este tipo de espacios. La lucha por la audiencia, que atrae a la publicidad, requiere sumar las audiencias parciales de cada hora, para conseguir grandes bloques programáticos con audiencias millonarias que hagan subir la cuenta de resultados del programa y la emisora”.¹¹

Con el auge de los programas radiofónicos hablados de larga duración, en la segunda mitad de los años ochenta, la asignatura de mayor importancia fue mantener la atención de los radioescuchas por largos periodos de tiempo, para lo cual, las series ofrecían múltiples atractivos: entrevistas, consejos, noticias, orientación, entretenimiento, información doméstica, editoriales, secciones temáticas, aspectos culturales o educativos, denuncias telefónicas, comentarios de especialistas en diversos tópicos y espacios de participación, entre otros; es decir, la radio recurrió a la estrategia de ofrecer una miscelánea de productos en una misma emisión, para que un mayor número de personas sintonizara el espacio, pues “tenía de todo”.

“La larga duración, la diversidad de contenidos y el elevado número de secciones del programa pueden provocar un cierto cansancio en la audiencia”¹²; entonces, para evitar el agotamiento o la monotonía en programas de larga duración, el ritmo, la distribución de contenidos por horarios específicos, la dosificación de temas, la novedad en la forma de presentar los contenidos, la originalidad del tratamiento de cada parte y la creatividad en general, se convirtieron en los instrumentos para ganar, conservar e incrementar su audiencia. “Es necesario estimular al oyente con contenidos creativos, ya que de lo contrario sería difícil mantener su atención en programas de tan larga duración”.¹³

Actualmente, ya se han generalizado en el cuadrante metropolitano los programas de larga duración, sobretudo en los horarios de mayor audiencia y han alcanzado tiempos *record* de transmisión, por ejemplo *Monitor* de la mañana ha llegado realizar emisiones con más de siete horas de duración, sin contar con sus programas especiales, que se han prolongado por más de 25 horas ininterrumpidas; otro caso es la serie *Hoy*, con Mariano Osorio, que

¹¹ Ortiz, Miguel-Angel y Marchamalo, Jesús, *Op. cit.*, pág. 122.

¹² *Ibidem*, pág. 124.

¹³ *Ibidem*, pág. 125.

todos los días se emite durante siete horas; en la misma situación se encuentra *Y usted... qué opina*, bajo la conducción de Nino Canún, difundido con el mismo tiempo de duración.

Asimismo, los programas nocturnos de la radio mexicana se han convertido en series de larga duración que, después de las cero horas, transmiten emisiones habladas con un promedio superior a cinco horas; se pueden citar *Noches Mágicas* (Radio Centro), *Distinto Amanecer* (Radio Red), *Con el ojo pelón* (Radio Trece), *Los amos del camino* (La "Ke" Buena), *Una voz en la noche* (La B, 1220), *Voz de paz* (Radio 1440) y *Ángeles de la noche*¹⁴ (Radio 1440), entre otras.

Aunque hoy en día existe una metodología —que emplea algunos elementos del método científico— propuesta por las ciencias de la comunicación social, la mayoría de los programas hablados de larga duración aún se producen o realizan con sistemas artesanales resultado de la práctica cotidiana, que responden a una estrategia de abatir costos con el mayor beneficio; es decir, se "estiran" las series más exitosas con el fin de ampliar su *rating* a otras horas, en vez de generar nueva audiencia. En otros casos, la intención es cubrir grandes espacios en la programación general de una estación radiodifusora con menores costos.

Recapitulando, los programas hablados o de contenido de larga duración surgieron ante la exigencia social de contar con emisiones integrales que satisficieran las necesidades de información, entretenimiento, cultura y educación del auditorio; frente a este nuevo contexto, la radio se vio obligada a explorar sistemas metodológicos novedosos para conseguir formatos más completos que contaran con una planeación, estructura y diseño definidos perfectamente bajo un concepto general, con el objeto de ofrecer en una sola emisión todo lo indispensable para mantener la atención de una audiencia mejor informada.

¹⁴ *Voces en el aire, la revista de la radio*, México, marzo-abril 2002, número 35, págs. 11-13.

CONCLUSIONES

La radio es un medio de comunicación masivo que dio una nueva dimensión a la voz del hombre, cuando le permitió transmitir, a través de la palabra hablada, una serie de conocimientos, emociones, sentimientos e ideas a todos sus semejantes, sin importar, cantidad, lugar o distancia, con el propósito de lograr romper el silencio milenario de la civilización y hacer realidad el sueño de ubicuidad del ser humano.

Ante el asombro de sus propios creadores, la radio llenó el vacío infinito del firmamento con una serie de señales eléctricas auditivas, cuyo objetivo era transmitir mensajes sencillos destinados a despertar el interés de la sociedad por la actividad radiofónica: muy pronto, el espacio celeste fue invadido con diversas voces que viajaban por el aire para seducir los oídos, despertar la imaginación y elevar la conciencia de los hombres.

Con el desarrollo y evolución de la radiodifusión, la humanidad sufrió una gran transformación en sus aspectos sociales, culturales, tecnológicos e históricos, porque revolucionó la vida cotidiana de los individuos, cambió cada una de las costumbres ancestrales, modificó los valores morales y éticos, generó nuevas necesidades, marcó los hábitos de consumo, e impuso modelos de comportamiento, entre otros tantos.

Romper el silencio milenario de la civilización para sustituirlo por una voz omnipresente, susceptible de ser escuchada por todo el mundo, fue una tarea que sólo el ingenio de los seres humanos hizo posible, cuando sintetizó los conocimientos científicos, tecnológicos y prácticos —acumulados durante varias generaciones— con el fin de construir diversos aparatos e instrumentos tecnológicos capaces de atrapar las palabras que viajaban por el aire para descifrar su significado.

Pero articular mensajes de interés público requirió no sólo emplear la palabra hablada, sino darle sentido mediante la construcción de contenidos argumentales originales, que pudieran dar forma a un discurso social verdadero, por medio del cual se ofreciera información, cultura, entretenimiento, educación y orientación diversa a las grandes masas de individuos, en busca de consolidar la creación de un auditorio constante y fiel a las incipientes propuestas radiofónicas.

En sus primeros años de desarrollo, la radio dio forma a un discurso sonoro muy elemental, elaborado de manera empírica y con la práctica cotidiana, que difundía mensajes de fácil comprensión para la sociedad, en un código universal de carácter musical; sin embargo, a medida que la sociedad se acostumbró y asimiló el contenido —poco variable— de las emisiones radiofónicas, se hizo indispensable agregar más atractivos argumentales al discurso, con la finalidad de conservar o aumentar el interés del auditorio por la radio.

Al paso del tiempo, frente a la necesidad de ofrecer mensajes mejor elaborados, de mayor impacto e interés para la sociedad, la radio tomó de otras disciplinas del conocimiento humano, como el periodismo y la literatura, diversos elementos que fueron incorporados a sus programas; en un primer momento, las emisiones radiofónicas llevaron de manera directa hasta los micrófonos, conciertos sinfónicos completos, obras de teatro y noticias tomadas de diarios, sin mediar adaptación alguna.

Sin embargo, no fue suficiente transmitir obras completas del teatro clásico o leer los periódicos a través de las ondas hertzianas, para atrapar la atención de un auditorio cada día más exigente, se necesitaba contar con recursos argumentales propios capaces de construir o armar mensajes radiales auténticos, que pudieran dar cuerpo a contenidos de interés general, a fin de configurar un discurso radiofónico genuino.

La creación sistemática de diversos elementos, recursos, herramientas e instrumentos discursivos proporcionó a la radio una base sólida para establecer un incipiente procedimiento metodológico, que poco a poco iba integrando una nomenclatura particular, un código especial y un lenguaje propio, para producir emisiones radiofónicas mejor elaboradas capaces de ofrecer contenidos novedosos, variados, consistentes y originales.

Asimismo, con el desarrollo metodológico de la radio se pudo distinguir que su discurso presentaba dos facetas distintas: una con tendencia a explorar todas las posibilidades expresivas de la música, y otra con la intención de encontrar nuevos significados a la palabra hablada; en consecuencia, este par de matices dieron origen a dos géneros radiofónicos diferentes: el musical y el hablado o de contenido, ambos sustentados en los mismos principios generales, pero cada uno con sus propias características, normas, reglas u objetivos.

Un paso definitivo en la consolidación de la radio como medio de comunicación social, fue la evolución de estos dos géneros radiofónicos mediante el empleo de una procedimiento técnico más completo que contaba con los métodos, sistemas o mecanismos suficientes para articular mensajes, contenidos y discursos de interés público, en diferentes patrones, formas o modelos.

Los formatos radiofónicos hablados se convirtieron en una herramienta fundamental para conjuntar, organizar y configurar diferentes recursos, elementos o mensajes, dentro de un mismo espacio, con la finalidad de proporcionarle a éste un cuerpo sólido, ordenado, consistente y coherente capaz de ofrecer una línea discursiva o argumental perfectamente definida; al paso del tiempo los formatos se instituyeron como modelos generales con características particulares derivadas de su origen, que podía ser informativo, dramático y mixto, entre otros; en el caso de los formatos musicales cumplían la misma función pero se especializaban en las infinitas propuestas melódicas.

Algunos formatos radiofónicos lograron sistematizar diversos procedimientos técnicos en la creación de programas y espacios hablados o de contenido, que contribuyeron al éxito de la radio, pero resultaron poco efectivos en su afán de conservar el interés de la sociedad por su discurso, ante el surgimiento de la televisión como un nuevo medio de comunicación en 1950, porque no sólo ofrecía mensajes sonoros, también presentaba una serie de imágenes impactantes que muy pronto cautivaron al hombre.

Durante sus primeros años de existencia, la televisión sedujo a la sociedad por medio de un fascinante banquete visual, al que incorporó los conocimientos acumulados por la actividad radiofónica durante su desarrollo, con el fin de construir un discurso propio; así, la radio nutrió de contenidos a la pantalla de cristal, para llenarla de vida, pero en consecuencia mermó su vitalidad, disminuyó su novedad y sobretodo perdió su esencia.

Poco a poco, la radio se quedó sin contenidos atractivos, nuevas propuestas creativas o ideas originales para competir con la televisión —que muy pronto se transformó en un avasallante medio de comunicación social—, entonces la evolución radiofónica sufrió un prolongado estancamiento discursivo y las estaciones radiodifusoras se resignaron a sobrevivir básicamente con la explotación del género musical, mediante la programación melódica en todos sus formatos.

En México la radio vivió su periodo de mayor auge y éxito durante las décadas de los treinta y cuarenta —hay quienes llaman a este lapso “la época de oro”—, donde empleaba sencillas fórmulas radiofónicas traídas y copiadas de las grandes cadenas norteamericanas, cuyas propuestas consistían en presentar como atractivo único la música, la personalidad carismática de una luminaria del espectáculo nacional o, más tarde, el drama en formatos muy elementales.

Los programas radiofónicos de personalidad recurrieron a la explotación del carisma, talento, simpatía y habilidad de diversos cantantes, actores, comediantes, locutores e intérpretes, quienes por medio de sus aptitudes o cualidades atrapaban la atención del auditorio, supliendo el empleo de cualquier otro recurso, elemento, herramienta e instrumento más metódico, en la construcción de mensajes con mayor variedad argumental.

Se inventaron las grandes estrellas de la farándula para cubrir los principales espacios radiofónicos con emisiones o series casi idénticas, cuya única variable se encontraba en el personaje a presentar; se hicieron famosos los programas de Agustín Lara, Pedro Vargas, Francisco Gabilondo Soler “Cri-Cri”, El Doctor IQ y Paco Malgesto, por citar algunos, quienes se impusieron con su sensibilidad como la pieza principal de la radio.

Al transcurrir el tiempo, ante la necesidad de ofrecer mayor variedad, fue indispensable establecer programas más completos, mejor elaborados en la construcción de sus mensajes, que contaran con diversos elementos argumentales de interés y no dependieran de una personalidad como atractivo único; en este contexto, aparecieron emisiones donde se conjuntan distintos recursos auditivos, técnicos o discursivos con el propósito de dar forma a una propuesta radiofónica integral.

De manera paulatina, surgieron emisiones radiofónicas habladas o de contenido construidas con base en múltiples elementos, recursos, herramientas e instrumentos metódicos, dispuestos en forma especial para configurar un discurso de interés público y social, donde el atractivo argumental se encontraba desplegado en cada uno de los mensajes producidos durante el desarrollo del programa.

Las radionovelas son un ejemplo claro de los espacios radiofónicos hablados o de contenido que combinan una serie de elementos, recursos, herramientas e

instrumentos discursivos, a través de un método particular, con la finalidad de enlazarlos y concatenarlos para crear e integrar una idea general, en la cual cada una de las partes, piezas y componentes ofrece un atractivo individual en la gestación de un concepto radiofónico auténtico.

Lograr producir verdaderos programas radiofónicos hablados de concepto sólo fue posible cuando la radio despertó de su prolongado periodo de letargo discursivo o argumental, a partir del cual retomó experiencias, conocimientos y nuevas tendencias en busca de establecer un método sistemático útil en la realización de emisiones radiales exitosas sin improvisaciones.

Entonces, para producir o realizar programas radiofónicos de concepto, exitoso, fue necesario definir la planeación, estructura y diseño como una guía metodológica básica que resumiera, sintetizara e indicara los pasos fundamentales a seguir en la construcción de diversas emisiones habladas con un discurso novedoso, original, consistente, atractivo y de interés social.

Con la planeación se establece el primer paso de la guía metodológica para la construcción de programas hablados de concepto, en ésta se reúnen todos los factores y variables que determinan las características generales de la emisión como el formato, tiempo de duración, presupuesto y horario, entre otros; se definen todos los objetivos; se marcan los mecanismos para delinear el discurso; se enumera cada uno de los elementos o recursos útiles; y se crea un esquema o plan de trabajo completo.

La estructura es el sistema operativo que instala un andamiaje específico, en donde se sustenta el cuerpo total de la emisión, mediante la organización de los elementos discursivos o argumentales, ubicándolos en el espacio más idóneo para su difusión y dosificando el tiempo en cada una de las piezas; asimismo, ordena en forma jerárquica cada elemento y se impone como la columna vertebral del programa, al hacer posible la articulación de un discurso completo mediante la conjugación de recursos diferentes.

Por su parte, el diseño es el paso que completa la guía metodológica para construir programas radiofónicos hablados de concepto, en este punto la serie adquiere un sentido estético que le proporciona una personalidad, estilo, carácter e identidad propia por medio de los principios básicos de actualidad, novedad y originalidad.

Con el empleo de una metodología que recoge algunos elementos de carácter científico como: una planeación adecuada, una estructura narrativa o argumental sólida y un diseño estético atractivo —para la elaboración de programas radiofónicos hablados de concepto—, se presentó la posibilidad de producir emisiones de larga duración con un discurso consistente, entretenido, novedoso, original, variado, atractivo y exitoso.

Al crearse la carrera, con grado de licenciatura, de "Ciencias de la Comunicación" o "Comunicación Colectiva", en la Universidad Nacional Autónoma de México y en la Universidad Iberoamericana, durante el año de 1960, la radio se instrumentó como una ciencia de la comunicación y consolidó sus procesos, sistemas, técnicas y mecanismos metodológicos discursivos que intentaron profesionalizar su ejercicio, con escasos resultados pues aún cuando existe todo un repertorio de recursos, elementos, herramientas e instrumentos teóricos, persisten las prácticas artesanales o empíricas en la producción de programas hablados.

Por lo tanto, en un mundo dominado por los medios de comunicación social, con sus sofisticados procesos productores de mensajes en serie, dirigidos a las grandes masas de individuos para marcar tendencias, modificar comportamientos e influir en la mente de las personas, es indispensable estudiar el origen, desarrollo y consolidación de la radio, porque fue pionera en la construcción de un discurso de interés público, que le dio sentido a los medios de difusión electrónicos, para cambiar el rumbo de la humanidad en forma significativa.

Ahí la importancia de hacer un recuento sobre la evolución radiofónica, con sus principales logros científicos, tecnológicos, argumentales, discursivos y conceptuales, en sus diferentes etapas, porque brindan la posibilidad de reconocer los principios, normas, definiciones, experiencias, reglas o postulados básicos de la radio capaces de proporcionarle los elementos fundamentales para diseñar diversas herramientas metodológicas útiles en la construcción de una plataforma teórica básica que la transformara en un medio de comunicación social vanguardista.

La radio deber ser una actividad creativa que requiere mantenerse en constante desarrollo y evolución, para enfrentar los nuevos retos discursivos y desafíos tecnológicos impuestos por la sociedad moderna, evitando quedar rezagada ante otros medios de comunicación social más sofisticados o complejos; por lo tanto, es necesaria hacer una lectura analítica diferente sobre su estado actual,

con el objeto de encontrar nuevos caminos hacia su reposición dentro del panorama de los medios electrónicos de difusión masiva.

Bajo este argumento, se realizó una investigación completa sobre *Programas radiofónicos de personalidad y concepto de larga duración: planeación, diseño y estructura* a fin de contribuir en la recuperación de un método que incorpore procesos, técnicas o mecanismos con algunas características científicas, como la única vía capaz de proporcionar a la radio un sustento teórico sólido, en la construcción, producción o realización de un discurso exitoso. Sin embargo, para hacer de la radio un medio de comunicación social real, también es necesario emplear una buena dosis de creatividad como un complemento que despierte, una vez más, la imaginación del ser humano a través de la voz articulada.

En resumen, las conclusiones obtenidas durante la investigación sobre *Programas radiofónicos de personalidad y concepto de larga duración: planeación, estructura y diseño* se pueden enumerar de la siguiente manera:

* La radio actual es el resultado de un largo proceso histórico que se inició a partir de un intenso desarrollo tecnológico, hacia finales del siglo XIX, cuyo propósito fue construir un instrumento técnico capaz de enviar señales a distancia, sin necesidad de establecer conexiones por medio de cables; surgió, así, el radiotelégrafo, después se creó el radioteléfono y finalmente se inventó la radiodifusión.

* La radiodifusión hizo posible la transmisión de la voz a distancia, al desarrollar sus tres facetas fundamentales: radiodifusión experimental, pública y comercial, donde surgieron los principales elementos técnicos y discursivos que son la base de la radio actual.

* En México la radiodifusión llegó en forma hasta 1919 y para 1930, con la fundación de la NEW, alcanzó su etapa industrial.

* El desarrollo histórico de la radio se divide en dos facetas: la técnica que incorpora todos los avances científicos para poner al alcance de cualquier persona un aparato de radio y la discursiva que le permitió su popularización como medio de comunicación masivo, cuando incorporó a su contenido rutinas, métodos y procesos provenientes de otras ramas del conocimiento humano.

* En un primer momento, la radio recurrió al empleo de la música para dotar de algún contenido a sus transmisiones; así, con la utilización de un código universal cuya asimilación y comprensión resulta fácil para el ser humano, las primeras señales se convirtieron en mensajes aislados. En un segundo instante, con el propósito de ofrecer variedad al contenido de sus mensajes, la radio incorporó nuevas disciplinas como la literatura y el periodismo cuya finalidad era elaborar mensajes articulados que dieran forma a un contenido atractivo completo, para dotarla de un auténtico discurso social.

* Cuando la radio empleó métodos y técnicas de la música, literatura y periodismo, estableció sus propias rutinas o reglas para configurar los contenidos que emitía, entonces la creación de transmisiones radiales dotadas de un contenido social se convirtieron en programas radiofónicos. Por lo tanto, un programa radiofónico es la instrumentación de un sistema o conjunto de operaciones previsto para el desarrollo de un proceso en la transmisión de mensajes; no es una sucesión de acciones realizadas al azar, sino una combinación ordenada de reglas establecidas previamente.

* Es posible distinguir dos maneras de construir o realizar espacios radiales: los que se articulan desde una plataforma musical como único elemento y los configurados con base en un discurso hablado; así surgieron los géneros radiofónicos musicales y los hablados o de contenido, definidos como un conjunto de mensajes con características comunes, ordenado u organizado de manera particular, mediante una estructura discursiva para integrar un modelo general con técnicas, procedimientos o reglas propias.

* Los géneros radiofónicos musicales y hablados o de contenido han generado sus propios formatos, con la finalidad de ofrecer variedad en el discurso, que son modelos narrativos con sistemas o métodos especializados, encargados de dar cuerpo, forma y soporte a la elaboración de contenidos; es decir, el género representa el qué y el formato el cómo.

* En la construcción de programas radiofónicos hablados o de contenido es necesario contar con una guía metodológica integrada por la planeación, la estructura y el diseño como sus herramientas principales.

* La planeación de un programa radiofónico hablado, es un proyecto o guía conceptual que consiste en definir perfectamente el contenido a difundir, para justificar la necesidad o atractivo del tema, determinar los fines u objetivos, determinar el género y formato, indicar cuales son los elementos, recursos,

herramientas e instrumentos para configurar su cuerpo, diseñar la estructura del mismo, designar los recursos humanos, señalar los requerimientos técnicos o materiales, evaluar los costos, marcar periodicidad, horario, tiempo de duración y la permanencia.

* La estructura funciona como la columna vertebral de las emisiones habladas o de contenido, al convertirse en el sistema operativo y eje argumental en la articulación del discurso, donde convergen la totalidad de los mensajes a comunicar, sin importar su forma, tema u origen; es el andamiaje técnico capaz de conjugar todos los elementos derivados de su planificación y formato; además sirve como herramienta metodológica para jerarquizar, organizar y ordenar cada parte

* En un programa hablado o de contenido, el diseño es el instrumento metodológico que le proporciona un carácter y estilo propio al conjunto de recursos que lo integran, para dotarlo de una apariencia original e innovadora, con el propósito de identificarlo frente a otras emisiones de formato similar, estructura parecida o del mismo tópic; asimismo, funciona como un instrumento estético y artístico que ofrece una serie de técnicas útiles para moldear la personalidad de la emisión.

* Los programas radiofónicos de personalidad se realizan con base en el talento, habilidad y carisma de una celebridad reconocida en cualquier campo del conocimiento humano; es decir, las emisiones de personalidad tienen como único recurso discursivo o argumental a un figura atractiva para el auditorio, soslayado otras herramientas metodológicas.

* Por su parte, los programas radiofónicos de concepto se construyen a partir de una guía metodológica integrada por una planeación, estructura y diseño perfectamente definida, en la cual no sólo se combinan diversos elementos auditivos y sonoros, sino que se plantea todo un sistema discursivo con la finalidad de transmitir ideas, connotaciones y significados sociales, donde cada elemento, herramienta o recurso argumental tiene la misma importancia en la conformación del producto final.

* En la medida que la sociedad exige programas radiofónicos integrales que ofrezcan al mismo tiempo, educación, entretenimiento e información, las transmisiones radiales han crecido en tiempo de duración, hasta convertirse en espacios que llegan a las siete horas de emisión, motivo por el cual necesitan, de manera urgente, contar con una guía metodológica —a partir de un

planteamiento con características científicas— donde se sustenten todos los elementos argumentales de su discurso, para ofrecer un concepto radiofónico ágil, atractivo y moderno.

* Para hacer de la radio un medio electrónico de comunicación masiva vanguardista, es necesario olvidar las practicas artesanales en la elaboración de emisiones radiofónicas e incorporar en su realización métodos de producción con características más científicas, donde la planeación, estructura y diseño se conviertan en una guía metodológica básica, para la construcción de programas conceptuales capaces de satisfacer las exigencias de la sociedad y puedan enfrentar los retos del futuro en la comunicación social.

Tal vez, hoy en día a nadie sorprendan las transmisiones radiofónicas convencionales, pero la radio es un invento que merece un lugar aparte en la historia de la humanidad, porque recuperó la tradición oral del hombre, dio un sentido racional a la voz, proporcionó significados espirituales diversos a las palabras, dotó de espacio y tiempo al sonido, otorgó una expresión estética a los ruidos, motivó imágenes oníricas, materializó sueños fantásticos, permitió el acercamiento entre los individuos y dio origen al vehículo de comunicación con mayor penetración en la sociedad; pero, sobretodo se ganó un lugar distinguido en la historia por representar la cúspide de la civilización humana.

FUENTES

Bibliográficas

- ALBERT, Pierre y TUDESA, André Jean, Historia de la radio y la televisión, Fondo de Cultura Económica, México, 1981, 176 pp.
- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa, MARTÍNEZ GARCÍA, José Guadalupe, Y se hizo la radio, los primeros días de la radio en México 1921-1945, Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, México, 2001, 70 pp.
- BUENO, Cemina, Instrumentos de investigación, Editores Mexicanos Unidos, México, 1986, 131 pp.
- BUNGE, Mario, La investigación científica, su estrategia y su filosofía, Ariel, Barcelona, 1980, 955 pp.
- CAMACHO, Lidia, La imagen radiofónica, McGraw Hill, México, 1999, 132 pp.
- COMBANI, Sonia y JUÁREZ, José Manuel, Introducción a las técnicas de investigación, Trillas, México, 1990, 134 pp.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, UNAM, DDF y PGJ-DF, México, 1992, 609 pp.
- CORRAL CORRAL, Manuel, La ciencia de la comunicación en México: origen, desarrollo y situación actual, Taller de investigación para la comunicación masiva (TICOM), Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Nochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, 1982, 127 pp.
- CROSS, Nigel, ELLIOT, David y ROY, Robin, Diseñando el futuro, Gustavo Gil, Barcelona, 1980, 176 pp.
- DE ANDA Y RAMOS, Francisco, La radio, el despertar del gigante, Trillas,

México, 1997, 512 p.

DE FLEUR, Melvin L y BALL-ROKEACH, Sandra, Teoría de la comunicación de masa, Paidós, México, 1994, 251 pp.

Diccionario enciclopédico, Hachette, Castell, Tomo 5, México, 1989.

ECO, Umberto, La estructura ausente, introducción a la semiótica, Lumen, Barcelona, 1978, 510 pp.

ESCALANTE D., Marco Vinicio, Comunicación radiofónica, teoría y práctica, CIESPAL, Ecuador, 1996, 410 pp.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Juan Pablos, México, 1982, 330 pp.

FIGUEROA BÉRMUDEZ, Romero, ¡Qué onda con la radio!, Alhambra Mexicana, México, 1997, 533 pp.

GÁLVEZ CANCINO, José Felipe, Los felices del alba: la primera década de la radiodifusión en México, tesis de licenciatura FCPYS, UNAM, México, 1995, 363 pp.

GALINDO, Jesús y LUNA, Carlos, Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Culturas Populares e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México, 1995, 326 pp.

GUAJARDO, Horacio, Teoría de la comunicación social, Valle de México, México, 1994, 172 pp.

KAPLÚN, Mario, Producción de programas de radio, el guión, la realización, Ciespal, Quito, 1978, 420 pp.

KRAUZE, Enrique, Biografía del poder, Álvaro Obregón, El vértigo de la victoria, No. 6, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, 126 pp.

LLANO PRIETO, Serafina y MORALES HUERTA, Alberto, La radiodifusión en México, Comunicación Tecnológica e Investigación, México, 1984, 233 pp.

MARTÍNEZ, Sara, En 25 años Monitor transforma a la radio, Infored, México, 1999, 206 pp.

MCLUHAN, Marshall, Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano, Paidós comunicación, Barcelona, 1996, 366 pp.

MEJÍA PRIETO, Jorge, Historia de la radio y televisión en México, Octavio Colmenares, México, 1972, 322 pp.

Metodología del conocimiento científico, Academia de Ciencias de Cuba, México, 1985, 445 pp.

MICHEL, Guillermo, Para leer los medios, prensa, radio, cine y televisión, Trillas, México, 1995, 248 pp.

Nueva Enciclopedia Temática, Oficios, comunicaciones, transportes, Cumbre, Tomo 6, México, 1978, 630 pp.

ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús, Técnicas de comunicación en radio, la realización radiofónica, Paidós, México, 1994, 156 pp.

ORTIZ, Miguel Ángel y VOLPINI, Federico, Diseño de programas en radio, guiones, géneros y fórmulas, Paidós, México, 1995, 226 pp.

REBEIL CORRELLA, María Antonieta, ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa y RODRÍGUEZ ZÁRATE, Ignacio, Perfiles del cuadrante, experiencias de la radio, Trillas, México, 1989, 313 pp.

ROJAS SORIANO, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, Plaza y Valdés, México, 1999, 439 pp.

ROMO GIL, María Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1987, 120 pp.

ROMO, Cristina, La otra radio, voces débiles, voces de esperanza, Fundación Manuel Buendía, México, 1990, 196 pp.

Inventos que cambiaron el mundo, el genio práctico del hombre a través de los tiempos, Selecciones del Reader's Digest, México, 1983, 367 pp.

SEPTIÉN CRESPO, Jaime, La industria de la radio y televisión, Tomo I, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, México, 1991, 200 pp.

STONE, Pablo, La radio, Olimpo, México, 1978, 123 pp.

TOUSSAINT, Florence, Crítica de la Información de masas, Trillas, México, 1990, 94 pp.

Una historia que sí suena, Asociación de Radiodifusores del Valle de México, México, 1998, 335 pp.

VILAR, Josefina, El sonido de la radio, Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Nochimilco, Instituto Mexicano de la Radio y Plaza y Janés, México, 1988, 214 pp.

WOLF, Mauro, La investigación de la comunicación de masas, críticas y perspectivas, Paidós, México, 1999, 318 pp.

Hemerográficas

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa, "Televisa radio-Prisa: una 'controvertida' alianza", La Jornada, México, 23 de octubre de 2001, espectáculos, pág. 9.

CABRERA, Omar, "Cámbiale!", Reforma, México, de la serie "80 años de la radio en México", 4 de octubre de 2001, sección gente, pág. 8.

CASTILLO, Alberto, "Tiene 80, pero es la mejor acompañante", Reforma, México, de la serie "80 años de la radio en México", 3 de octubre de 2001, sección gente, pág. 8.

DE LEÓN, Angélica, "Entra su vida a otra frecuencia", Reforma, México, de la serie "80 años de la radio en México", 2 de octubre de 2001, sección gente, pág. 6.

FLORES MILLAN, Ricardo, "Interferencias", La Jornada, México, 1 de octubre de 2000, espectáculos, pág. 1.

GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel, "Plaza Pública", Reforma, México, 19 de noviembre de 2001, sección "A", pág. 25.

HERNÁNDEZ, Edgar Alejandro, "Perciben una crisis de formatos en la radiodifusión", Reforma, México, 14 de septiembre de 2001, cultura, pág. 5.

MARÍN, Nora, GARCÍA, Juan Carlos y CARREÑO, Dalila, "Declinan moderar críticas a Fox", Reforma, México, 7 de noviembre de 2001, sección gente, pág. 14.

Neo, La vanguardia en mercadotecnia y negocios, México, febrero-marzo 2000, número 23, Bouleau Comunicaciones.

Somos, México, septiembre 2000, número 199, año 11, edición especial sobre la "XEW La catedral de la radio, 70 aniversario", Televisa.

Otras

www.cem.itesm.mx, página electrónica, de la Fundación Manuel Buendía, Fernando Mejía Barquera, *Apud.*, Historia mínima de la radio mexicana, texto compilado por Miguel Ángel Sánchez de Armas, en el libro "Apuntes para una historia de la radio mexicana", en proceso, diciembre 2001.

www.geocities.com/familiatarnava/introduccion, diciembre 2001.

ANEXO 1

Documento reproducido en la revista Somos dedicada a la "XEW, La catedral de la radio, 70 aniversario", septiembre del 2000, número 199, pág. 16.

LA VOZ
de la Universidad Nacional de México

Radio Mexico Music Co., S.A.
SOCIETY

SISTEMA DE TRANSMISION DE LA ESTACION REPUBLICA S.A.B. S. R.

MEXICO D. F. 1 DE MARZO DE 1930.

101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119
120

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 2

Proyecto del programa hablado de concepto de larga duración "Noches Mágicas de Radio Centro", puesto al aire el 12 de diciembre de 1997 por la estación emblema de Grupo Radio Centro, XEQR 1030 de amplitud modulada, "Radio Centro, La estación de la gran familia mexicana" y que hasta la fecha sigue al aire, conservando la propuesta original.

PROYECTO DEL PROGRAMA

JUSTIFICACIÓN:

Con base en el hecho de que Radio Centro, XEQR 1030 de amplitud modulada, estación emblema de Grupo Radio Centro, se encuentra en el proceso de modificar todos sus contenidos y cambiar su trayectoria musical por un género radiofónico hablado o de contenido, es necesario que la radiodifusora cuente, como parte de su oferta y discurso general, con un concepto radial que pueda fortalecer su barra nocturna (ocupada hasta el momento con programación musical grabada) para hacer frente a la competencia en el mismo horario, mediante una propuesta novedosa, actual, dinámica y divertida que sea capaz de combinar diversos formatos radiofónicos para mantener el interés del auditorio durante toda la noche, generando así un nivel de audiencia suficiente que propicie un impulso positivo hacia el programa anterior y sobre todo hacia el siguiente.

Una razón adicional, para justificar la creación de un concepto radiofónico hablado nocturno, es que en el cuadrante de la Ciudad de México sólo existen unos cuantos programas nocturnos hablados o de contenido, para un público potencial muy amplio, pues aunque hoy en día no se registra el nivel de audiencia entre las 0:00 y las 6:00 horas por las empresas especializadas, el comportamiento de la actividad humana indica que a cualquier hora existe un auditorio considerable para ser captado; y por si fuera poco, una estación radial de contenido debe mantener su presencia hablada las veinticuatro horas del día.

NOMBRE DEL PROGRAMA:

"Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio", "Nocturnal".

GÉNERO:

Hablado o de contenido.

FORMATO:

Revista o magazine (combina varios formatos radiofónicos).

HORAS DE TRANSMISIÓN:

Seis.

MODALIDAD DE TRANSMISIÓN:

En vivo, completamente.

PERIODICIDAD:

Diaria; de lunes a domingo.

HORARIO:

00:00 A 6:00.

AUDITORIO:

Dependiendo del horario y de los días, se distinguen cuatro tipos de auditorio: a) hombres y mujeres mayores; b) jóvenes; c) amas de casa; y d) trabajadores nocturnos y diurnos.

NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL AUDITORIO:

Por el horario del programa, el estrato social y económico del público radioescucha incluye todos los niveles: A (alto), B (medio y medio alto) y C-D (bajo).

CONCEPTO:

A) Definición del programa: "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal", es una propuesta radiofónica nocturna de entretenimiento, servicio social y orientación general que se dirige a un público diverso con inclinación hacia los tópicos actuales de interés para la comunidad. La emisión ofrece temas familiares de recreación, variedades y diversion; asimismo, desarrolla diferentes tópicos de impacto social, con ayuda de autoridades oficiales y organizaciones civiles, para orientar e informar, de manera directa, sobre sus responsabilidades y quehacer en beneficio de la ciudadanía; además, la propuesta radial presenta a los especialistas más destacados en las diferentes áreas del conocimiento humano, con el propósito de proporcionar, al radioescucha, una orientación sucinta y canalizarlo hacia la opción más adecuada para intentar dar solución a una problemática particular.

B) Objetivos: el programa "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal" pretender ser la síntesis de "Radio Centro. La estación la gran familia mexicana"; contribuir a que la estación XEQR A.M. se coloque en la preferencia del público; mantener e incrementar el nivel de audiencia en el horario determinado; y crear una propuesta radiofónica de vanguardia, original, sólida y atractiva capaz de competir con series del mismo perfil temático.

CARACTERÍSTICAS GENERALES:

El programa "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal" es una revista radiofónica que combina varios formatos radiales, elaborados a partir de múltiples elementos argumentales, para crear una estructura sólida capaz de configurar una emisión diaria de larga duración, atractiva, amena y entretenida, con el objeto de captar el interés de los diferentes segmentos del auditorio nocturno, mediante una oferta discursiva novedosa, actual, dinámica y versátil.

FORMATOS Y ELEMENTOS RADIOFÓNICOS:

El cuerpo del programa "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal" se construye básicamente por cinco formatos radiofónicos y por los múltiples elementos que los constituyen: noticiario, análisis, dramático, entrevista y de investigación documental.

Por lo tanto, en el formato radiofónico noticioso se utilizan algunos de los géneros periodísticos: notas informativas, entrevistas, reportajes, crónicas y editoriales, entre otras; en el de análisis se ofrecen puntos de vista y opiniones diversos, mediante la investigación documental o de campo, crítica comparativa y análisis conceptual de diversos tópicos de interés general; en el dramático se presentan obras de la literatura nacional y universal narradas con las técnicas de la radionovela; en el formato de entrevista se realizan conversaciones de semblanza o informativas con los personajes más destacados del ámbito cultural, social, político, científico y académico; y, en el de investigación documental se desarrollan temas monográficos a partir de información bibliográfica o hemerográfica. Asimismo, mediante la combinación de éstos se establecen otros formatos

Las secciones fijas del programa se realizan por el equipo de producción y desarrollan temas especializados de turismo (Paralelo 1030), mujeres (Nosotras, ellas y algo más), historia (Síntesis del milenio), cine (Función de media noche) y agenda cultural (cultura y espectáculos).

Todos los formatos y elementos radiofónicos que componen el cuerpo del programa se presentan a manera de segmentos temáticos, secciones fijas y colaboraciones especiales, que se van dosificando durante toda la realización del programa, así como en las diferentes emisiones de la semana.

Un elemento adicional que se emplea de manera complementaria es el uso del teléfono para transmitir comentarios o puntos de vista del auditorio, con el fin de enriquecer los contenidos de la emisión.

ESTRUCTURA:

La organización de los diferentes contenidos y mensajes que componen el discurso del programa "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal" se realiza de dos formas distintas, pero que se complementan para ofrecer al radiaoescucha uniformidad en el discurso así como novedad, oportunidad, variedad y versatilidad.

a) Estructura diaria: se compone de tres segmentos temáticos diferentes integrado por secciones diversas; a las dos primeras horas se les imprime un matiz de cierre para la jornada, por lo tanto, el programa abre con un avance del contenido diario, sigue un resumen informativo de las noticias más destacadas del día acompañadas de un comentario breve, después se presenta al invitado o tema a desarrollar, al término de esta parte se marca una variación argumental mediante la difusión de una pieza musical acorde al tema.

Las dos horas intermedias adquieren una tendencia transitoria que se compone por una sección o colaboración especializada, la narración dramatizada de una obra literaria y la declamación de poesía.

Al par de horas restantes se le dota de una dinámica argumental informativa de apertura para la jornada; se realiza un noticiario completo editado con base en el tipo de información generada durante el día anterior: la información se organiza a partir del hecho noticioso para ubicar todo lo relacionado con la política, economía, medio ambiente, nota roja, ciudad, ciencia, cultura, deportes, espectáculos e internacional, entre otras, rubricadas con un efecto de sonido distintivo; se presenta la sección de astrología con los horóscopos del día, se ofrece el santoral dedicando las mañanitas y se cierra la emisión con un recuento del contenido y haciendo un anuncio del tema e invitado para el siguiente día.

b) Estructura semanal: se compone de catorce temas básicos distribuidos de manera consecutiva durante dos semanas —desarrollados a través de la configuración e integración de los diferentes formatos y elementos radiofónicos que dan cuerpo a la serie radiofónica— con los cuales se buscan cubrir las expectativas de entretenimiento, orientación general, servicio social e información diversa para el auditorio.

Con base en el contenido discursivo de la radiodifusora se determinó que los temas a tratar son los siguientes: 1.- Medicina, 2.- Sexualidad, 3.- Psicología, 4.- Ecología, 5.- Ciencia y tecnología, 6.- Música, 7.- Literatura, 8.- Cine, 9.- Teatro, 10.- Humor, 11.- Deportes, 12.- Desarrollo humano, 13.- Altruismo y 14.- Esoterismo.

DISEÑO:

El diseño estético del programa "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal" consiste en proyectar, a través de sus contenidos, una imagen de vanguardia, fresca y joven que sea fácil de asimilar por los diferentes segmentos del auditorio objetivo; es decir, cada emisión se caracteriza por marcar tres matices argumentales diferentes pero unificados en su discurso general, por lo tanto la emisión ofrece tres programas en uno, que se divide de la siguiente manera:

Desvelados 0:00 a 2:00 horas: espacio con un matiz de cierre para la jornada, dirigido al auditorio que concluye su día.

Noctámbulos: 2:00 a 4:00 horas: espacio con un matiz transitorio o relajante, dirigido hacia el auditorio que, por su actividad laboral, permanece despierto toda la noche.

Madrugadores: 4:00 a 6:00 horas: espacio con un matiz de apertura para la jornada, dirigido para el auditorio que inicia su día.

En cada segmento, el tono de voz para la conducción presenta algunas variaciones: en los desvelados la entonación es lenta y relajada (cachonda o sensual), en los noctámbulos es normal y en los madrugadores la entonación es apresurada.

Además del diseño estético diario, la emisión ofrece estilos discursivos diferentes a lo largo de la semana, respondiendo a las características de los radioescuchas por día, con este criterio, durante sábado y domingo se abordan temas o entrevistas dirigidos a un auditorio joven; los lunes se desarrollan temas anecdóticos, de nostalgia e históricos dedicados a un auditorio de mayor edad, y de martes a viernes se abordan tópicos generales para todo público. Asimismo, los espacios informativos de los días viernes, sábados, domingos y lunes la parte deportiva adquiere un tratamiento especial.

La imagen del programa con su variedad de contenidos, conducción, música y efectos proyecta un estilo contemporáneo, joven, culto, moderno y vanguardista que incorpora elementos distintivos de los adultos mayores.

RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y MATERIALES:

Para el desarrollo del programa "Noctámbulos", "Trasnochadores", "Desvelados", "Nocturno Radio" o "Nocturnal", es necesario contar con toda la infraestructura técnica y material de la radiodifusora, para la producción, realización y difusión de la serie.

Los recursos técnicos necesarios para producir el programa son dos voces para la conducción: una masculina y una femenina de timbre joven, con una cultura amplia para desarrollar tópicos de interés general, conocimiento o habilidad para entrevistar a personajes de todo tipo y de preferencia con preparación profesional en el área de la comunicación social.

Para la producción es requisito indispensable un responsable que cuente con una sólida formación profesional y una larga experiencia en el área de la comunicación social. Además, se debe contar con un asistente con características similares a las del productor.

ANEXO 3

EJEMPLO DEL CONTENIDO DE UN PROGRAMA DE CONCEPTO

Bitácora del programa informativo "Monitor de la mañana", del día 16 de julio de 2002, que conduce José Gutiérrez Vivó, producido por la empresa informativa Infored, que se transmite en vivo de lunes a sábado de 5:45 a 10:30 horas, por Radio Red en el 1110 de amplitud modulada y 88.1 de frecuencia modulada con cobertura nacional (para esta fecha el equipo de la Red Deportiva dejó de participar en la emisión, excluyendo un elemento importante a la serie).

- 5:45: Inicia con un resumen de noticias locales, nacionales e internacionales de todas las fuentes: política, economía, ciudad y ecología, entre otras
- 5:50: Sección sobre información meteorológica a cargo de Tere Aviña.
- 5:53: Sección sobre información policiaca a cargo del reportero nocturno.
- 5:56: Continúa resumen de noticias locales, nacionales e internacionales.
- 6:00: Sección sobre el santoral a cargo de 2 locutores.
- 6:03: Sección sobre información vial (panorama de la vialidad al momento).
- 6:06: Sección sobre el comportamiento de las bolsas de valores más importantes del mundo.
- 6:09: Lectura de llamadas del público.
- 6:12: Comentario editorial sobre conflicto en San Salvador Atenco.
- 6:15: Hora exacta, temperatura y corte comercial.
- 6:17: Reportaje sobre lluvias en la delegación Gustavo A. Madero.
- 6:21: Lectura de llamadas.
- 6:22: Hora y temperatura.
- 6:23: Reportaje con información cultural.
- 6:27: Información vial y corte comercial.
- 6:28: Breve musical con melodía de Edith Márquez.
- 6:30: Hora y temperatura.
- 6:31: Lectura de llamadas del público.
- 6:34: Colaboración de análisis médico a cargo del Dr. Rafael Pérez con el tema de enfermedades de temporada.
- 6:40: Notas económicas internacionales leídas.
- 6:42: Nota informativa con reportero vía telefónica en vivo sobre San Salvador Atenco.
- 6:45: Entrevista informativa con el Procurador de Justicia del Estado de México, Alfonso Navarrete Prida sobre el conflicto de San Salvador Atenco.
- 6:52: Lectura de llamadas del público.
- 6:56: Temperatura, hora y día.
- 6:57: Metropolitano síntesis de noticias de cada hora.
- 7:05: Breve musical con comentarios sobre una melodía.
- 7:07: Nota leída con información económica internacional.
- 7:10: Nota informativa en vivo con reportera.
- 7:13: Nota de color narrada por el conductor.
- 7:15: Nota informativa en vivo.

7:17: Temperatura, día y hora.
7:18: Entrevista vía telefónica con funcionario; delegado Joel Ortega
7:25: Temperatura, hora y día.
7:26: Entrevista vía telefónica con funcionario; gobernador de Hidalgo.
7:35: Información vial.
7:36: Entrevista vía telefónica con funcionario coordinador para el aeropuerto, ing. Curi Pérez.
7:44: Nota informativa con reportero en vivo desde el gobierno del D.F.; declaraciones de Andrés Manuel López Obrador.
7:46: Anuncia tema e invitados para mesa de análisis.
7:47: Nota leída con información económica internacional.
7:49: Reportaje y comentarios sobre plebiscito para segundos pisos en viaducto.
7:53: Lectura de llamadas del público.
7:55: Nota leída con información económica internacional.
7:56: Colaboración; analista económico; Dr. Lagunes.
8:01: Lectura de llamadas del público.
8:04: Sección de novedades médicas a cargo de Tere Aviña.
8:06: Cápsula sobre avances científicos.
8:08: Información de corresponsal nacional; comparecencia de Alfonso Martínez Domínguez.
8:11: Información de corresponsal internacional; atentado en Israel.
8:13: Lectura de llamadas del público.
8:14: Temperatura, hora y día.
8:15: Metropolitano síntesis informativa.
8:22: Información vial.
8:23: Promo del programa.
8:24: Breves musicales; comentarios sobre un tema de Celine Dion.
8:26: Información económica internacional leída por el conductor.
8:27: Entrevista con funcionario, Dir., Cenapred, Roberto Cuaz.
8:31: Sección de negocios a cargo de Tere Aviña.
8:33: Reportaje grabado sobre la ley de amparo; Iván Mercado.
8:38: Lectura de llamadas del público.
8:40: Información económica internacional, leída por el conductor.
8:41: Sección revisión de los titulares más importantes de la prensa internacional, a cargo de Tere Aviña.
8:43: Reportaje seriado con corresponsal internacional en China.
8:48: Colaboración sobre análisis ecológico con Iván Restrepo.
8:53: Sección: recuento de días sobre casos relevantes sin resolver.
8:55: Sección sobre publicidad a cargo de Tere Aviña.
8:57: Temperatura, hora y día.
8:58: Cápsula de orientación sobre asociaciones civiles; Fundación de niños robados.
8:59: Breves musicales; comentarios sobre un tema de David Bowie.
9:01: Información económica internacional leída por el conductor.
9:03: Información vial.
9:05: Información económica internacional leída por el conductor.
9:07: Anuncia tema e invitados para mesa de análisis.

9:09: Conversación con el reportero que cubrirá visita del Papa a México.
9:20: Notas curiosas leídas por el conductor.
9:22: Información vial.
9:24: Anuncia tema e invitados para mesa de análisis.
9:26: Temperatura, hora y día.
9:28: Información vial.
9:30: Cápsula de servicio social sobre la CURP y anuncio de orientación con especialistas.
9:32: Mesa de análisis médico: avances en la reconstrucción neurológica en Cuba, invitados: Dra. Irina Wilkins y Dr. Emilio Villa Acosta.
9:47: Lectura de preguntas del público.
9:50: Mesa de análisis, continúa.
10:19: Cápsula de orientación sobre asociaciones civiles: Fundación de niños robados.
10:25: Resumen final de noticias con reporteros en vivo, a cargo de Tere Aviña.

ANEXO 4

EJEMPLO DEL CONTENIDO DE UN PROGRAMA DE PERSONALIDAD EN AUSENCIA DE SU CONDUCTOR HABITUAL

Bitácora del programa informativo "López Dóriga", del día 12 de julio de 2002, conducido por Enrique Campos Suárez, en ausencia de Joaquín López Dóriga, titular de la serie, producido por Organización Radio Fórmula, que se transmite en vivo de lunes a viernes de 13:30 a 15:30 horas, por el 970 de amplitud modulada y el 103.3 de frecuencia modulada, con cobertura nacional.

- 1:30: Presentación del programa y del equipo.
- 1:32: Fecha y santoral del día.
- 1:36: Resumen informativo con avances de las noticias que se desarrollarán durante la emisión, con reporteros en vivo vía telefónica, comentados por el conductor.
- 1:44: Concluye resumen informativo.
- 1:45: Corte de estación con promocional del programa y hora.
- 1:48: Entrada con tema musical.
- 1:51: Comentarios del conductor sobre el conflicto en San Salvador Atenco.
- 1:52: Nota informativa en vivo con enviado a la zona de conflicto.
- 1:54: Comentarios sobre la información proporcionada por el reportero.
- 1:55: Nota informativa en vivo: punto de vista de autoridades sobre el conflicto/ Atenco.
- 1:58: Nota informativa con reportero en vivo: reacciones conflicto Atenco/ Gobierno del Distrito Federal.
- 2:00: Entrevista con funcionario del Estado de México: Manuel Cadena, secretario de Gobierno.
- 2:03: Nota informativa con reportero en vivo: reacciones empresarios del Estado de México.
- 2:05: Nota informativa leída por el conductor sobre la renuncia de Ignacio Burgoa como abogado de los ejidatarios de San Salvador Atenco.
- 2:07: Corte de estación, promocional del programa y hora.
- 2:10: Entrada con tema musical.
- 2:11: Nota informativa con reportero en vivo: reacciones senador Moisés Castro sobre conflicto en Atenco.
- 2:13: Nota informativa con reportero en vivo: reacciones Unión Nacional de Trabajadores/ conflicto Atenco.
- 2:15: Nota informativa con reportero en vivo: reacciones Cámara de Diputados.
- 2:18: Anuncia información a desarrollar: tema fructuosa.
- 2:19: Información sobre los mercados bursátiles.
- 2:20: Colaboración sobre análisis económico a cargo de Enrique Campos Suárez.
- 2:24: Corte de estación, promocional del programa.
- 2:28: Entrada con tema musical.
- 2:30: Comentarios sobre declaraciones del Presidente Vicente Fox.
- 2:32: Lectura de llamadas del público.

2:34: Comentarios del conductor sobre las marchas programadas para ese día en la ciudad.
2:35: Nota informativa en vivo con enviado a San Salvador Atenco.
2:37: Lectura de llamadas del público.
2:38: Síntesis informativa a cargo de los dos locutores que lo acompañan.
2:42: Nota informativa en vivo con otro enviado a San Salvador Atenco.
2:44: Entrevista con funcionario: Alfonso Navarrete Prida, Procurador del Estado de México.
2:48: Corte de estación, con promocional del programa y hora.
2:50: Entrada con tema musical.
2:51: Nota informativa con reportero en vivo. Gira Presidente Vicente Fox.
2:53: Comentarios del conductor sobre declaraciones del presidente municipal de la ciudad de Puebla, proponiendo su estado para el aeropuerto.
2:54: Nota informativa policiaca con reportero en vivo, vía telefónica.
2:56: Comentarios conductor/ locutores sobre la información.
2:57: Notas curiosas de información internacional leídas por el conductor.
2:58: Nota informativa con corresponsal en Tijuana.
3:00: Corte de estación, con promocional del programa y hora.
3:02: Entrada con tema musical.
3:04: Nota informativa con reportero en vivo: Cámara de Diputados sobre el fallo al impuesto a la alta fructuosa.
3:06: Nota informativa en vivo con el enviado a Ciudad Juárez: elecciones extraordinarias.
3:08: Colaboración sobre análisis político de José Fonseca: Conflicto Atenco.
3:12: Corte de estación, con promocional del programa y hora.
3:14: Entrada con tema musical.
3:16: Comentarios del conductor sobre declaraciones de Alejandro Encinas en relación con el conflicto de Atenco.
3:18: Nota informativa con reportero en vivo: visita del Papa a México.
3:19: Nota informativa con reportero en vivo: actividades del Papa durante su estancia en México.
3:22: Nota informativa de reportero en vivo, desde la Secretaría de Gobernación: declaraciones de Santiago Creel.
3:26: Síntesis informativa a cargo de los locutores.
3:29: Despedida del programa.