

40424  
68



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGÓN**

**"ANÁLISIS LINGÜÍSTICO DEL PROGRAMA  
RADIOFÓNICO TODO PARA LA MUJER"**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**L I C E N C I A D O E N**  
**C O M U N I C A C I Ó N Y P E R I O D I S M O**  
P R E S E N T A:  
**A N A Y E L I M A G A L I ORTÍZ MARTÍNEZ**

**ASESOR: ISABEL LUIS JUÁREZ**

**SAN JUAN DE ARAGÓN, ESTADO DE MÉXICO**

**2003**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**A**



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.

## INDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>  | <b>1</b>  |
| <br>   |           |
| <b>CAP. I SURGIMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS</b> |           |
| <b>1.1 LOS PROGRAMAS DE ESPECTÁCULOS</b>                                       | <b>4</b>  |
| <b>1.2 FORMATOS DE LOS PROGRAMAS</b>   | <b>16</b> |
| <b>1.3 FRAGMENTACIÓN DE LAS AUDIENCIAS</b>                                     | <b>24</b> |
| <b>1.4 EL PAPEL QUE JUEGA LA PERSONALIDAD DEL LOCUTOR</b>                      | <b>28</b> |
| <b>1.5 TEMÁTICAS QUE SE ABORDAN</b>  | <b>33</b> |
| <br>   |           |
| <b>CAP. II ANÁLISIS DEL LENGUAJE DEL PROGRAMA TODO PARA LA MUJER</b>           |           |
| <b>2.1 DIFERENCIACIÓN ENTRE LENGUA Y HABLA</b>                                 | <b>35</b> |
| <b>2.2 ANÁLISIS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO</b>                                   | <b>42</b> |
| <b>2.3 PROGRAMA Nº 1</b>   | <b>44</b> |
| <b>2.4 PROGRAMA Nº2</b>  | <b>48</b> |
| <b>2.5 PROGRAMA Nº3</b>  | <b>56</b> |

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **CAP. III EL PERFIL DEL RADIOESCUCHA**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3.1 ENTORNO SOCIOLOGICO DEL RADIO ESCUCHA</b>                   | <b>66</b> |
| <b>3.2 PERCEPCIÓN DE LOS MENSAJES EN EL RADIO ESCUCHA</b>          | <b>74</b> |
| <b>3.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS MENSAJES</b>                         | <b>83</b> |
| <b>3.4 IMPORTANCIA DEL LENGUAJE EN EL DISCURSO<br/>RADIOFÓNICO</b> | <b>85</b> |
| <b>CONCLUSIÓN</b>  | <b>86</b> |
| <b>BIBLIOGRAFIA, HEMEROGRAFIA Y FUENTES ORALES</b>                 | <b>90</b> |

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

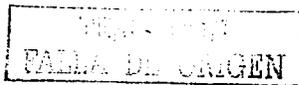
## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante dentro de nuestra vida cotidiana, de tal forma que resulta difícil imaginar una era moderna sin tener con qué comunicarnos. Desde el surgimiento de los medios electrónicos la Radio ha sobresalido ante el impacto de los demás, prueba de ello, es que con el advenimiento de la televisión se creía que la desplazaría, dejándola en el olvido.

Sin embargo, se ha comprobado que por sus características físicas y estructurales, **la Radio** puede llegar hasta el lugar más recóndito del mundo, por lo que su grado de penetración en la audiencia se da con mayor facilidad. Los conceptos programáticos que existen en lo que hoy conocemos como la Radio Comercial han ido cambiando, según el momento en que se desenvuelve ya que, como bien sabemos, ésta surge por la necesidad de poder mantener informadas a la persona en cualquier lugar del mundo y casi de forma instantánea.

También es un medio de esparcimiento para el radioescucha. La radio como entretenimiento, en la que ubicamos a los programas de espectáculos tienen sus antecedentes en el mismo origen de ésta; aunque de forma distinta, se presentaban artistas del momento a dar conciertos en vivo, se hacían programas de concursos, y recreaciones de historias dramáticas, sin olvidar que muchas novelas que se han proyectado a través de la televisión surgieron en la radio, cabe señalar que el auge de las series de farándula en los últimos años han sido más significativo.

Dentro de la presente tesis se dan las características más sobresalientes que se encontraron en los contenidos de las emisiones de espectáculos, el principal objetivo de la investigación es analizar los factores que contribuyen a su proliferación en el dial radiofónico comercial actual. Partiendo de un solo programa que se utiliza como muestra en este estudio, debido a que es el que tiene mayor trascendencia y vigencia en la radio, según los niveles de audiencia publicados por el diario Reforma.



Desde un marco muy generalizado se destaca la importancia que tiene la Radio Hablada para el radioescucha y los concesionarios de la industria radiofónica. Particularmente el programa **Todo Para La Mujer**, que se trasmite en el 970 AM y 103.3 FM de lunes a Sábado de 11:00 a 13:30 PM teniendo una repetición los domingos en su mismo horario; con 13 años de transmisión ininterumpida, con la titularidad a cargo de la Sra. Maxine Woodside; es una serie del Grupo Radio Fórmula que por su perfil programático es la primera dedicada al espectáculo como actualmente se conoce.

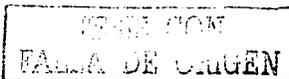
Son diversos los factores que se hacen partícipes en el éxito de los programas de espectáculos destacándose principalmente: el contexto social, económico y psicológico de cada persona. De ahí que no podemos olvidar que los medios de comunicación se perfilan como portadores de formas de pensar, actuar, y sentir, siendo nuestro habla o lenguaje la forma más común de expresarnos.

En el primer capítulo del presente trabajo se darán a conocer algunos precedentes inmediatos de los programas de la farándula su auge en los últimos años a la fecha, la opinión de quienes los producen a través de la investigación documental, complementada con la de campo.

De los objetivos secundarios que se plantearon son:

- Interpretar el significado que adquieren los mensajes para el público receptor
- Conocer las características del lenguaje que se utiliza

El desarrollo de los objetivos se realizó a partir de un análisis lingüístico del contenido de tres emisiones del programa, **Todo para la Mujer**, con base en los argumentos de la teoría retomada por Emilee Benveniste a través de las categorías de Aristóteles, dentro de la corriente estructuralista, partiendo de las

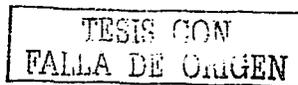


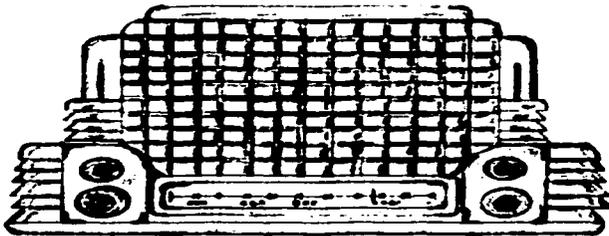
características de fondo y forma lingüísticas de los enunciados en el discurso radiofónico.

Se revisaron algunas definiciones básicas de la lengua, el habla y el lenguaje, lo que se complementó con la teoría del Receptor, la cual hace un especial énfasis en los efectos y reacciones que se observan en el individuo durante el proceso poscomunicativo, retomando sólo dos conceptos de esta clasificación 1) En el Saber, 2) La Órbita Emocional, que se plantean en los capítulos II y III.

Otro aspecto que se considera importante es analizar el perfil social y cultural del radioescucha, para ello se realizó un sondeo con los principales rasgos del receptor: el contexto por el que se ve influenciado, lo cual se ilustra a través de gráficos y datos estadísticos de la muestra en el último capítulo.

A lo largo de esta tesis se conjuntaron los tres participantes del proceso comunicativo, como es el Emisor – Mensaje – Receptor, en el que se conocieron los rasgos más destacados de cada uno de ellos. Dándonos su propia óptica del fenómeno Radio Espectáculo. No obstante **el peso de la investigación recae en subrayar la importancia del lenguaje** en lo que es considerado como radio hablada. Por lo cual se retomaron bases teóricas de fuentes bibliográficas, hemerográficas actuales que nos dieran los elementos necesarios para determinar la importancia, trascendencia de estas series en la evolución de la radio contemporánea y sus perspectivas a futuro.





**CAP. I LOS PROGRAMAS DE  
ESPECTÁCULO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS**

4

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

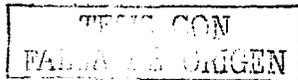
## 1.1 LOS PROGRAMAS DE ESPECTÁCULO

A través del tiempo los medios de comunicación se han mantenido en una constante evolución que no sólo puede ser enmarcada en los grandes avances tecnológicos que se hacen evidentes durante la segunda mitad del siglo XX, sino también se ha dado una revolución ideológica en las sociedades de todo el mundo. Por tal motivo se puede asegurar que hoy en día la radio, la televisión y la prensa, intermediarios de la comunicación, se tiene que adaptar a su entorno social.

En el presente capítulo se muestran algunos precedentes de los últimos años de las series de Espectáculo, aunque de forma muy generalizada puesto que no se cuenta con material reciente sobre dicho tema, sus transformaciones hasta llegar a la radio comercial que hoy prevalece.

De los rasgos más comunes que se pueden destacar en los programas de farándula son: el formato más usual con el que trabajan es la mesa redonda porque se establece un debate e intercambio de opiniones entre los integrantes y la miscelánea por el tipo de secciones. Respecto al locutor se encontró que la trayectoria del personaje es un factor importante que determina el grado de aceptación entre su público al ser identificado con mayor facilidad, lo cual puede convertirlo en un líder de opinión.

"El primer programa radiofónico en México se origina el 27 de septiembre de 1921, en una cabina construida en la planta baja del desaparecido Teatro Ideal en la Ciudad de México. La estación, propiedad de los hermanos Adolfo y Pedro Gómez, así como de Francisco Barra Villela. Muy importante para el desarrollo de la radio en nuestro país fue 1923. En ese año se inauguran, entre otras, las emisoras CYL denominada "El Universal Ilustrado, La Casa del Radio", propiedad de los señores Raúl Azcárraga y Félix F. Palavicini y la CYB -hoy conocida con las siglas XEB- de la compañía cigarrera El Buen Tono.



Radio Programas de México surge como una nueva estructura radiofónica, al unirse el primer grupo de estaciones de radio con fines comerciales en 1941, fundado por los señores Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez. A fines de la década de los cuarenta, gracias a los avances tecnológicos en radiodifusión, en México comienza a experimentarse con la Frecuencia Modulada (F.M.).

Desde el inicio de sus transmisiones, el 18 de septiembre de 1930, XEW, La Voz de la América Latina desde México, marca una nueva etapa en la industria, por su programación, alcance y potencia. Esta estación la fundó Don Emilio Azcárraga Vidaurreta e instaló el ingeniero José Ruiz de la Herrán Ipaó, convirtiéndose en toda una tradición dentro de la radio del país al impulsar a la radiodifusión comercial a su consolidación durante las dos décadas siguientes.

En 1952, Don Federico Obregón Cruces instala la primera estación de este tipo, la XHFM-FM, misma que permanece hasta el año de 1957. Dos años antes, en 1955, el señor Guillermo Salas Peyró logra darle un real impulso a la FM al instalar, en la capital del país, la XEOY-FM, primera emisora en América Latina que transmite en sistema estereofónico.<sup>1</sup>

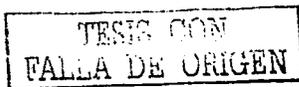
De ahí, que en el caso particular de la radio contemporánea en México y el mundo, ha adquirido diferentes características y roles sociales, en un principio surge con la finalidad de ser un medio meramente informativo, como segundo término educar y, por último entretener.

Sin embargo, actualmente los programas radiofónicos se basan, en el entretenimiento en sus diferentes modalidades como son: el musical y el de espectáculos. Este último recientemente ha adquirido gran impacto entre el público receptor.

La Radio Comercial es un negocio remunerable, pero no vende sólo programas, sino también espacios para los anunciantes, sin preocuparse por los contenidos. Es el famoso rating el que mide la aceptación de las series radiofónicas en el auditorio y el que finalmente decide si es rentable o no un programa para la estación.

---

<sup>1</sup> Pagina, de Internet [www](http://www). Cámara de la Industria de Radio y Televisión



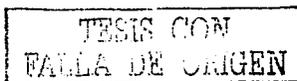
Los espectáculos han adquirido un gran impacto para la Radio Comercial, se puede corroborar con sintonizar cualquier estación de radio, los grupos más importantes de concesionarios han dedicado espacios significativos para estas, de entre los que destaca el Grupo Radio Fórmula con su programa **Todo para la mujer** de Maxine Woodside, es importante reconocer su trabajo por que se ha logrado mantener en el gusto de su público por 13 años consecutivos. Sin embargo han surgido otras series parecidas o similares que no han tenido tanto éxito por lo que han desaparecido con mucha rapidez del dial radiofónico.

### **PROGRAMAS QUE DESAPARECIERON**

| PROGRAMA                           | TITULAR                            | GRUPO         | AÑO       |
|------------------------------------|------------------------------------|---------------|-----------|
| LA REVISTA DE MARTA SUSANA         | MARTHA SUSANA                      | RADIO FÓRMULA | 1998-2000 |
| LA CUQUIS Y LA CHUCHIS             | MARTHA CARRILLO Y ANDREA LEGARRETA | ACIR          | 1999-2002 |
| DE COSTA A COSTA CON CESAR COSTA   | CESAR COSTA                        | ACIR          | 1998-2000 |
| LA CASA DE LAS ESTRELLAS EN LA XEW | ADRIANA RIVERA MELO                | LA XEW        | 2001-2002 |
| RADIO PASILLO RADIO CENTRO         | CONSUELO DUVAL                     | RADIO CENTRO  | 2002      |

### **PROGRAMAS QUE PREVALECEN**

| PROGRAMA                    | TITULAR           | GRUPO         | AÑO       |
|-----------------------------|-------------------|---------------|-----------|
| TODO PARA LA MUJER          | MAXINE WOODSIDE   | RADIO FORMULA | 1989-2003 |
| HABLAR POR HABLAR           | JUAN JOSE ORIGEL  | RADIO FORMULA | 1999-2003 |
| ULTIMA PALABRA              | GUSTAVO ADOLFO I. | RADIO FORMULA | 1997-2003 |
| LA CREMA Y LA NATA          | JESUS GALLEGOS    | RADIO 13      | 2000-2003 |
| INTIMIDAD CON LAS ESTRELLAS | JUAN OSORIO       | RADIO 13      | 2002-2003 |
| EL INTENSO GUDINI           | ALFREDO GUDINI    | RADIO 13      | 2002-2003 |
| ESPECTACULOS W              | MARA PATRICIA C.  | LA W          | 2002-2003 |
| LOCO MUNDO                  | ESTEBAN ARCE      | RADIO 13      | 2001-2003 |



No es reciente la incursión del espectáculo en la radio, ya que Faus A Belau en su obra la Era Audiovisual menciona. "Desde un punto de vista programático y de audiencia la década de 1930 a 1940 coincide con los años dorados de la radio en Estados Unidos. Mientras que en Europa se alcanza un desarrollo total en los distintos países, aunque no se llegue al boom estadounidense.

Norteamérica se recuperó con relativa facilidad de la RECEPCIÓN de 1929, en cambio, Europa a sólo unos años de la Gran Guerra, estaba envuelta en profundas crisis políticas y económicas, a las puertas de la segunda conflagración".<sup>2</sup>

Es a partir de estos años que la radio se configura como **Radio Espectáculo**, que se perfecciona con respecto a sus antecedentes inmediatos de la etapa anterior. Belau argumenta "La cantante, el piano y el violín cada vez tiene menos lugar en la programación. El espectáculo ahora va por los caminos de la dramatización y de la literatura radiofónica, que durante este tiempo cobra un gran impulso gracias a la aparición de nuevos procedimientos técnicos que permiten un mejor montaje y también por la vía de los espectáculos de variedades".<sup>3</sup>

Asimismo señala que en general, "puede decirse que la programación se escinde en dos grandes grupos según la naturaleza de la emisora: las comerciales que siguen el cambio de las variedades y la difusión seriada de soapoperas (series dramáticas), y aquellas otras privadas que, junto a algunas <<estatales>> preocupadas por la evolución de lo radiofónico, ofrece dramatizaciones completas de grandes obras literarias y de las escritas por la radio".<sup>4</sup>

Son los años en que se le pide al oyente, escriba a las emisoras, tomando un nuevo impulso los concursos radiofónicos; Se considera la época de oro de La Radio, debido a que la publicidad entra en grandes cantidades a la programación, rompiendo por completo los esquemas, adquiriendo el dominio de las emisoras convirtiéndose en un gran problema con los años, el cual se repetiría en otros países con un desarrollo radiofónico deficiente, la publicidad terminó por dominar todo y es una constante que persiste hasta el momento.

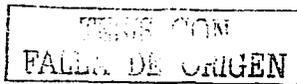
"Una pieza clave en la transformación de las emisoras, "es precisamente la ruptura del concepto unitario de la audiencia. Y ello supone una fragmentación forzosa y connatural al mercado. La perversión surge cuando, en lugar de programación - que implica comunicación intelectual - Se recurre a productos - tipo lejanamente aplicables a los intereses generales reales de un grupo, con una finalidad exclusivamente mercantil. Y aún más cuando tras investigar, detectar y analizar esos grupos homogéneos de oyentes, la audiencia así procesada es entregada a los publicistas, no atendida por las emisoras".<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Faus, Belau A. La era Audiovisual, p.37

<sup>3</sup> Idem, p. 37

<sup>4</sup> Idem, p. 37

<sup>5</sup> Ibidem, p.37



Se toma como ejemplo la situación que se vivió en Estados Unidos, debido a que es el concepto Radiofónico comercial exportado por ellos a México, por lo que se siguen sus formas y lineamientos que ya le habían sido marcados. La Radio mexicana, ha aportado sus propios modelos, pero sigue en el proceso de crear su identidad, sin romper con los esquemas.

Aunque en la mayoría de los casos los contenidos más llanos y superfluos son los que tienen una aceptación considerable, entre los que podemos resaltar los Espectáculos que generalmente no tratan temas trascendentes para el radio escucha, pero se mantienen ganando espacios en la radio.

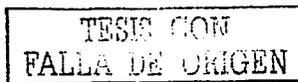
Durante los años 30, la radio comenzó por definirse como radio espectáculo, al utilizar los recursos radiofónicos (voz, música, efectos) pues intentaba reflejar la realidad sonora del receptor.

La recepción de la radio ya no era individual, el cantante que se escuchaba personalmente fue sustituido por un aparato usualmente de madera, podía ser escuchado en grupo, e instalado generalmente en la sala principal del hogar y da inició un rito más que familiar. En Estados Unidos los políticos comenzaron a interesarse en la radio y las agencias publicitarias vieron a este medio de comunicación como algo importante por ser un canal propicio a sus intereses.

"La industria radiofónica ha ido en ascenso día tras día ocupando un lugar preponderante en la vida social. Al respecto Romo Gil describe una anécdota muy interesante "El 30 de octubre de 1938, ocurrió uno de los casos más sorprendentes dentro de la historia de la radio, en la transmisión del programa The Mercury Theatre on the air con la adaptación de la novela H.G. Wells, La guerra de los mundos en la que Orson Welles movilizó el país vecino al hacerles creer que eran invadidos por los marcianos y con esto causó pánico general en Estados Unidos".<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Romo Gil, María Cristina, La radio, p. 13



El suceso antes mencionado nos deja ver claramente el posicionamiento e impacto que tiene la radio ante las sociedades, no tan sólo de hace 70 años, sino también en la actualidad, puesto que las técnicas de transmisión la hacen de mejor calidad, incrementado el nivel de audiencia que puede estar en constante contacto con los programas radiofónicos.

"Ángel Faus, en su citado libro *La radio: introducción a un medio desconocido*, divide a la historia de la radio en seis etapas:

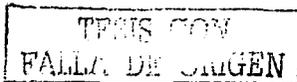
| <b>ETAPAS DE LA HISTORIA<br/>EN LA RADIO</b> |
|--|
| <b>1.- Radio difusión</b>                    |
| <b>2.- Radio imitación</b>                   |
| <b>3.- Radio espectáculo</b>                 |
| <b>4.- Radio música and news</b>             |
| <b>5.- Radio tocadiscos</b>                  |
| <b>6.- Radio comunicación.<sup>7</sup></b>   |

Poco tiempo después surgen las estaciones que intentan hacer una programación más o menos planeada, pero sin desarrollar las posibilidades propiamente radiofónicas, la radio se limita a imitar formas persistentes de difundir contenidos, como si se tratara de un medio escrito; los programas musicales, como si estuviera en una sala de conciertos y la literatura, leyendo la palabra hablada es como cuando un orador dice un discurso.

Durante este tiempo no existe todavía una búsqueda de lo que es el comunicar radiofónicamente, considerando las características que rodean a la recepción de la radio.

---

<sup>7</sup> Faus Ángel, Op.cit., p. 39



Romo Gil define lo que considera es la radio de la siguiente manera " Es un elemento de lo que se ha dado en llamar "comunicación social " puesto que tiene la posibilidad de poner en relación a los grupos sociales grandes. Por su parte Alejandro Avilés distingue entre las acepciones "comunicación masiva" y "comunicación colectiva o social " en el sentido de que esta última lleva implícito conceptos concientizadores y personalizantes.

La radio es un medio de comunicación masiva en donde el receptor es igual a una masa informe y en este contexto podría definirse más bien como un medio de información, difusión o de "irradiación a la masa que constituye el receptor",<sup>5</sup> que no establece necesariamente un proceso de comunicación en sentido estricto.

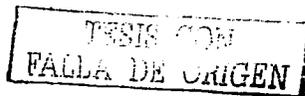
Particularmente en el campo de la comunicación, los estudios de consumo cultural vienen a ser aquéllos que definen el perfil de la audiencia: su sentir, sus gustos, y sus necesidades, son a través de éstos donde se registra el cambio y la evolución de la sociedad receptora, como también sus nociones acerca de los propios medios y sus mensajes, pero en nuestro país las investigaciones de este tipo son escasas y poco conocidas por la población en general.

La mayoría de estas investigaciones se orientan hacia el conocimiento del mercado y los niveles de audiencia, son realizadas por las empresas radiofónicas y televisivas con un criterio de tipo cuantitativo, con una perspectiva meramente mercadológica y un fin comercial.

\* Estudios aislados de investigadores universitarios han explorado algunos aspectos sobre la naturaleza de las audiencias en formas de apropiación. Hace unos años Néstor García Canclini ponía énfasis sobre este aparente desinterés en nuestro país por las instituciones relacionadas para diagnosticar necesidades y demandas de los públicos y al buscar una explicación, dada la contradicción entre la búsqueda de la eficiencia empresarial y la optimización de recursos, y el poco empeño por conocer el impacto de las **acciones culturales**; el desarrollo electrónico parecería obrar más **a favor del control social**.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Romo Gil María Cristina, Op.cit. p. 19

<sup>6</sup> Alva, de la Selva Alma Rosa, "Itinerario de consumo cultural y uso de los medios de difusión " en Revista Mexicana de Comunicación , Año dos Num. 10, p. 34.



De lo anterior podemos inferir algunos de los rasgos característicos de la radio difusión en México, ya que a partir de los estudios sobre consumo cultural se abre toda una panorámica que puede representar el derrumbe de **hipótesis aparentemente ciertas de lo que pide el público o lo que se le da como única opción.**

"Asimismo, se muestran los giros inesperados que han adoptado los públicos. Más en todos los casos al contrastar la realidad con los supuestos teóricos, tal ámbito resulta por demás aportativo al tocar puntos cruciales de la circulación de los productos denominados culturales: la recepción, la apropiación, los públicos y los usos".<sup>10</sup>

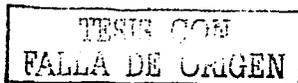
Para determinar los diferentes usos que se hacen de los mensajes dentro de los medios de comunicación, se parte de la recepción de éstos: "**las preferencias**" y "**necesidades del radio escucha,**" que sirven para estratificar en diferentes rubros para el amplio repertorio cultural, a través de una significativa vertiente que estudia los procesos de apropiación y uso de productos diversos desde la perspectiva de su valor simbólico. "Como nos hemos podido percatar, últimamente surgen muchas interrogantes respecto al uso que se hace de los medios de comunicación de los mensajes que transmiten cotidianamente, lo cual ha despertado la curiosidad de los investigadores".<sup>11</sup>

La importancia de dichos estudios es conocer la dirección en que se mueve el "mercado simbólico", para evaluar las acciones privadas y estatales de este campo.

---

<sup>10</sup> Idem, p. 36

<sup>11</sup> Idem, P. 36



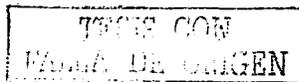
De ahí que han surgido infinidad de modelos de programas en radio; sin embargo dentro del entretenimiento después de la radio musical los de mayor éxito en radio hablada son los espacios dedicados a la mujer, por lo que se le ha designado una barra programática exclusiva.

### BARRA FEMENINA

| FRECUENCIA                      | ESTACION             | PROGRAMA                                     | CONDUCTOR             | DIAS Y MISION        | HORARIO       |
|---------------------------------|----------------------|--|-----------------------|----------------------|---------------|
| ACIR 1260 AM                    | RADIO ACIR 1260      | COCINANDO LA VIDA LA MUJER EN BUSCA DEL AMOR | CHIEPINA PERALTA      | LUNES A VIERNES      | 10:00 A 11:00 |
| NRM 89.7 FM                     | OYE 89.7             | BUJETA LEJAMBO                               | SABADO                | VIERNES              | 10:00 A 12:00 |
| NRM 1099 AM                     | RADIO MIL            | MIL SABORES                                  | JUAN CARLOS RUEDA     | LUNES A VIERNES      | 15:30 A 18:00 |
| ORF 103.5 FM                    | RADIO FÓRMULA FM     | SALUD Y BELLEZA                              | ALFREDO PALACIOS      | LUNES A VIERNES      | 09:30 A 11:00 |
| ORF 1470 AM                     | FÓRMULA 1470         | TERRA VALLE IN RADIO FÓRMULA                 | ALFREDO GUDINI        | DOMINGO              | 12:00 A 13:00 |
| ORF 1470 AM                     | FÓRMULA 1470         | LA MUJER ACTUAL                              | JANET ARCEO           | LUNES A VIERNES      | 09:30 A 11:30 |
| ORF 970 AM                      | RADIO FÓRMULA 970    | TODO PARA LA MUJER                           | TERE VALE             | VIERNES              | 18:00 A 20:00 |
| ORF 970 AM                      | RADIO FÓRMULA 970    | JANET ARCEO Y LO MEJOR DE LA MUJER ACTUAL    | MAXINE WOODS          | LUNES A VIERNES      | 11:00 A 13:00 |
| ORF 103.5 FM                    | RADIO FÓRMULA FM     | JANET ARCEO Y LO MEJOR DE LA MUJER ACTUAL    | CHUCHO GALLEGOS       | LUNES A VIERNES      | 10:00 A 12:00 |
| ORF 1290 AM                     | RADIO 13             | EL INTENSO GUDINI                            | JUAN OSORIO           | LUNES A VIERNES      | 15:00 A 16:00 |
| ORF 1290 AM                     | RADIO 13             | EN LA INTIMIDAD                              | ESTEBAN ARCE          | LUNES A VIERNES      | 16:00 A 17:00 |
| ORF 1290 AM                     | RADIO 13             | LA CREMA Y NATA                              | MARA PATRICIA C.      | LUNES A VIERNES      | 15:00 A 15:30 |
| ORF 1290 AM                     | RADIO 13             | LOCO MUNDO                                   | JOSE L. CURIEL        | MIERCOLES            | 12:00 A 13:00 |
| TELE VISA R 980 AM              | LA W                 | ESPECTÁCULOS W                               | FERNANDA FAMILIAR     | LUNES A VIERNES      | 12:00 A 13:00 |
| ACIR GRUPO SIETE IMAGEN 1440 AM | RADIO ACIR 1260      | RITO DE MUJER                                | NORA PATRICIA LARA    | LUNES, MIER, VIERNES | 10:00 A 11:00 |
| SIETE IMAGEN 90.5 FM            | RADIO NOTICIAS 14:40 | BAUL DE SABORES                              | JULIA RODRIGUEZ TAPIA | LUNES                | 10:00 A 11:00 |
| IMER 108 FM                     | IMAGEN 90.5          | ¡QUE TAL FERNANDA! MUJERES DEL SIGLO XXI     | MICHELLE KINERY       | MARTES               | 10:00 A 11:00 |
| IMER 1220 AM                    | HORIZONTE            | PALABRAS DE MUJER                            | LUZ MARIA MIJZA       | MIERCOLES            | 10:00 A 11:00 |
|                                 | LA B GRANDI          |  | FATIMA BARROJA        | VIERNES              | 10:00 A 11:00 |

Fuente: Asociación Nacional de Radiodifusores del Valle de México 2001-2002

“Por ello, resultó de particular interés la publicación de parte de los resultados de la encuesta y uso de los medios de comunicación en la Ciudad de México, realizada por el equipo de investigadores del diario Reforma, integrada por 89 preguntas aplicadas en la tercera semana de diciembre de 1995 a 800 ciudadanos, la investigación señala que la mayor parte de los radioescuchas prefieren los programas musicales y de entretenimiento en los que ubicamos al radio espectáculo.



A pesar de que han transcurrido más de cinco años de esta publicación podemos considerar que la tendencia no ha cambiado sino por el contrario va en aumento, se puede cotejar con ver el rating que se da de la programación persistente en Radio".<sup>12</sup>

"Pero aún cuando a fin de cuentas ello no suena extraño dada la experiencia de los públicos con los medios en nuestro país, que justamente las han formado en dicho sentido, no deja de ser llamativa tal representación, sobre todo ante la creciente presencia noticiosa de los medios electrónicos, en particular el caso de la radio".<sup>13</sup>

## LOS CREADORES DE LA RADIO

**Perfil (semblanza).** A partir de la experiencia y perspectiva de los profesionales de la radio se puede tener un punto de vista diferente al de ser sólo espectador. La Lic. Gabriela Patricia López González, productora y locutora del programa **A la Vanguardia** del grupo ABC radio, quien realizó sus estudios de comunicación en la Escuela Carlos Septién.

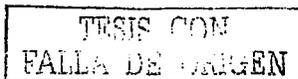
Aunque no tiene mucho tiempo dentro del medio, cuenta con una experiencia de seis años en radio. Parte de sus inicios fueron a lado del comunicador Juan José Origel en el programa **Vida Obra y Milagros** en ABC, posteriormente trabajaría con el señor León Michael; hasta conseguir su propio programa del que es productora y conductora desde hace dos años en que se transmite el mismo.

En la atmósfera de una cabina de radio se siente un ambiente relajado y tranquilo entre los que colaboran dentro de su programa. Unos minutos antes de las 10.00 a.m. Gaby se pone de acuerdo con su asistente para marcar los tiempos de sus invitados y le entrega al operador la música que servirá de fondo en las entrevistas que realizará.

---

<sup>12</sup> Ibidem, p. 36

<sup>13</sup> Idem, p.36



Por fin llega el momento la locutora da la bienvenida a los invitados y por supuesto a su público radio escucha. Frente al micrófono se hace palpable su dominio sobre éste, con un estilo muy natural incorpora la participación de las demás personalidades, el auditorio no se hace esperar estableciendo contacto casi de inmediato suenan los teléfonos para dar sus comentarios del tema y plantear sus dudas e interrogantes a los especialistas.

Conforme transcurre el tiempo su asistente le hace señas desde el otro lado de la cabina para avisarle que ya es tiempo de que entre el otro invitado, sin darse cuenta ha pasado casi toda la hora del programa y es tiempo de despedirse del auditorio. Finaliza la transmisión, posteriormente se da la lista de ganadores de los regalos que llevan los patrocinadores y se agradece la participación de las personas, reiterándoles una atenta invitación para que sigan con ellos en la próxima emisión.

Al terminar su emisión, damos inicio con nuestras preguntas la primera interrogante, se refiere al origen de los programas de radio espectáculo en la radio comercial en los últimos años Gaby mencionó "Yo considero que surge un **Boom** en el espectáculo a partir de que se le dan mayores espacios en televisión como sucede primeramente en Televisión Azteca con el programa "**Ventaneando y Tropicitos al Sol**" en Televisa, e incluso podemos observar que muchos de los conductores de Televisión son los que tienen actualmente programas de radio sobre lo mismo".<sup>14</sup>

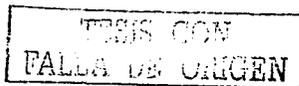
En cuanto a la finalidad de estos programas Gaby comentó que "es buscar siempre la exclusiva, el locutor es la estrella, pero los que realmente dan la cara y hacen el trabajo son los reporteros que van tras la nota, lo cual es muy bueno mientras no se caiga en resaltar pleitos o cuestiones personales de los personajes públicos, siempre hay que hablar lo que es y no tan sólo buscar lo que nos da rating".<sup>15</sup>

"Sin embargo es una cuestión que es muy difícil de cumplir, pues lo que más se enfatiza dentro de estos programas son los problemas de los artistas del momento, ya sea de sus relaciones amorosas o pleitos con las personas que laboran dentro del trabajo. Gaby añadió "generalmente los programas de espectáculos, conocidos también como de chismes, lo que se hace es explotar el morbo en las personas, para que se mantengan pendientes de lo que dice una persona de otra, por lo cual lo único que se hace es enajenar a la sociedad en cosas que no le produce ningún beneficio que no sea entretenerse".<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Entrevista a Gabriela López González Productora y Locutora de "A la Vanguardia" ABC Radio.

<sup>15</sup> Entrevista a Gabriela

<sup>16</sup> Entrevista a Gabriela



De ahí que considere a su programa "A la Vanguardia" como una propuesta diferente a los demás programas de espectáculos, ya que su objetivo principal es poder informar y orientar sobre lo más trascendente en todos los ámbitos como son la cultura, el espectáculo, la ciencia, la medicina entre otros.

"Define a su auditorio como un grupo heterogéneo no sólo en edades que generalmente van de los 16 a los 45 años, hombres y mujeres de diferentes sectores sociales y, siempre trata de abordar los distintos temas de forma dinámica y entretenida para el radio escucha, "antes de pensar como locutora o productora de "X" programa tenemos que ponernos en el lugar del radio escucha".<sup>17</sup>

"La radio comercial, frente a la no- comercial en la mayoría de las veces la hace parecer casi nula, de ahí que haya sido punto de discusión la competitividad de ambas vertientes, frente a los retos de los concesionarios, que sin lugar a duda por la experiencia que estos han adquirido con el paso del tiempo según José Ignacio López "Hacer radio tiene más de práctica que de teoría, no por tener muchos estudios se adquiere el profesionalismo necesario, en este campo como tampoco el no tenerlos. ¿Qué el rating no es la única palabra? Por supuesto que no pero sí la penúltima, porque en radio si no te escuchan no existes".<sup>18</sup>

"En la radiodifusión, como en la vida, lo que no se mueve se muere. Sin descuidar las formas tradicionales que ya hemos experimentado como exitosas. ¿habrá programas más modernos, más acordes con la cultura masiva y con las grandes audiencias juveniles?, los programas se inclinan en su mayoría por el entretenimiento.

La situación tan desesperada que viven las mayorías de nuestros países hacen que la gente no prenda el radio para educarse y mucho menos para adquirir conciencia. Ya casi ni para informarse. Lo que la mayoría busca es una puerta de evasión".<sup>19</sup>

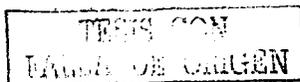
Lo antes mencionado hace referencia a una realidad que se hace evidente no sólo en Radio, tal parece se ha vuelto una generalidad en los medios electrónicos de comunicación. Debería de ser preocupante, ya que son pocos por no decir escasos los programas que cuidan sus contenidos dentro de la industria radiofónica concesionada.

<sup>17</sup> Entrevista a Gabriela

<sup>18</sup> López Vigil José Ignacio. Revista Mexicana de Comunicación "Compito Luego Existo..." Año dos ,

Núm .11,p.33.

<sup>19</sup> Idem , p.33



## 1.2.FORMATOS DE LOS PROGRAMAS

El Formato en radio es considerado el esquema, la estructura o modelo por el que se guía todo programa, dependiendo de hacia donde esté enfocado y el contenido que se pretenda transmitir, el más usual o común es el conocido como miscelánea.

"Podemos agrupar los programas de radio en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predominé netamente bien la música, bien la palabra.

Centrémonos en los programas hablados. De ellos se hace generalmente una clasificación elemental basada en el número de voces que intervienen. Así se dirá que hay tres maneras de escribir un programa de radio:

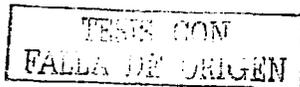
- 1.- En forma de monólogo
- 2.- En forma de diálogo
- 3.- En forma de drama

**Los monologados** constituyen el tipo más corriente. Su forma más habitual es la charla radiofónica individual. Son los que ofrecen menos dificultades de producción, pero también los más monótonos y limitados.

**Los dialogados** implican la intervención de dos o más voces. Obviamente dos es el mínimo para un diálogo, pero también entran en este grupo, programas en los que pueden intervenir siete u ocho participantes. Dentro de este tipo de programas se incluyen, como veremos, diversos formatos tales como la entrevista, la mesa redonda, el diálogo didáctico, el radioperiódico, el reportaje, etc. Son de producción más difícil que los anteriores pero más radiofónicos. Ofrece más atractivo e interés por la variedad de voces y más posibilidades educativas por el intercambio de las distintas posiciones y opiniones. Mientras el monólogo tiende a ser unilateral, el programa dialogado se abre a muchas facetas, a muchos aspectos.

**Los dramatizados** (radiogramas) podrían en cierto modo homologarse al género dialogado y ser considerados como una variante o subdivisión del mismo, ya que tienen de común con él, utilizar varias voces pero sin embargo presentan características tan propias y diferentes que constituyen una categoría a parte. Su rasgo principal reside en que desarrollan una historia y una anécdota, una situación concreta, con personajes dramáticos, los cuales son encarnados por actores\*.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Kaplún, Mario. Producción de programas de radio, El Guión y la realización, p. 133



Con el monitoreo, de la serie **Todo para la Mujer**, se encontró que en el caso su formato es dialogado, ya que son varios los integrantes de este equipo, forman una mesa redonda en el que cada uno de ellos expone sus puntos de vista sobre tal o cual situación, se ayudan de la entrevista para darle mayor veracidad a su información ante sus escuchas y realizan una en vivo con su artista invitado, lo cual solamente sería una percepción hasta cierto punto superficial.

\* Hemos advertido esta clasificación de los programas hablados en tres tipos (monologados, dialogados y dramatizados) es sólo elemental. Dentro de cada tipo podemos distinguir una gran variedad de formatos.

Vamos a enumerarlos ahora, pero puntualizando previamente que este inventario no es normativo ni exhaustivo. No agota ni mucho menos, la lista posible de formatos radiofónicos. Son tan sólo los modelos principales.

Podemos asimismo crear modelos nuevos, totalmente distintos a los que aquí se describen, o que al menos no encajan exactamente en estas tipificaciones. El ingenio y la imaginación de un libretista creativo puede concebir infinitas variaciones. Con voces, música y sonidos se pueden construir muchos y diversos diseños.

Con todo, los doce modelos más clásicos y usuales en el mundo de la radio, son los siguientes:

1.-La Charla:

- a) expositiva
- b) creativa
- c) testimonial

2.- El noticiero (formato noticia)

3.- La nota o crónica

4.- El comentario

5.- El diálogo:

- a) el diálogo didáctico
- b) radio consultorio

6.- La entrevista informativa

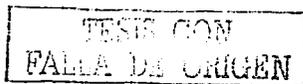
7.- La entrevista indagatoria

8- El radioperiódico

9- La radio revista (programas misceláneos)

10- La mesa redonda:

- a) mesas redondas propiamente dichas



b) el debate o discusión

11- El radio- reportaje:

- a) con base en documentos vivos
- b) con base en reconstrucciones (relato con montaje)

12- La dramatización:

- a) unitaria
- b) seriada
- c) novelada<sup>21</sup>

Sin duda alguna los formatos utilizados por los programas de espectáculos no siguen al pie de la letra la estructura y condiciones de los que se mencionan en la referencia anterior, pero es a partir de ellos que hacen sus combinaciones que se les puede designar híbridos, con la mezcla de varios formando su sello muy particular o propio de la imagen que pretenden transmitir a su auditorio. Es evidente en los programas más reconocidos, por ejemplo: **Todo para la Mujer**, pionero de los espectáculos en radio con 13 años al aire, de donde se han derivado otros como son: **la Revista de Marta Susana, De Costa a Costa con César Costa, Hablar por Hablar, La Crema y Nata** entre otros.

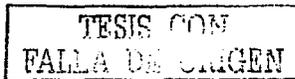
De lo que comenta la Lic. Gabriela López son muy parecidos entre sí. En ocasiones se les designa el nombre de revista o miscelánea según sea el caso. A pesar de que estos programas partan de las mismas generalidades, siempre debe existir un rasgo que los distingan entre cada uno de ellos. No obstante, "lo que determina el formato de un programa primero es el productor, quien es el que tiene una idea original de la que se van derivando las demás, marcando tiempos, temas, invitados etc".<sup>22</sup>

"Dentro de los programas de espectáculos no es que no exista un formato determinado, sino que se adecua según las necesidades de cada programa. En el caso de la "Plaza de las estrellas" tenemos formatos parecidos a otros programas del mismo tipo, aunque siempre tratamos de impregnarles un toque muy personal de nosotros mismos con el fin de darle un nuevo enfoque".<sup>23</sup>

<sup>21</sup> Kaplún Mario, Op cit .. p.135

<sup>22</sup> Entrevista a Gabriela López González Productora y Locutora de "A la Vanguardia" ABC Radio.

<sup>23</sup> Entrevista a Alfonso Montesinos, Productor de "La plaza de las estrellas " ABC Radio.



De lo que comenta la Lic. Gabriela López son muy parecidos entre sí. En ocasiones se les designa el nombre de revista o miscelánea según sea el caso. A pesar de que estos programas partan de las mismas generalidades, siempre debe existir un rasgo que los distinguan entre cada uno de ellos. No obstante, "lo que determina el formato de un programa primero es el productor, quien es el que tiene una idea original de la que se van derivando las demás, marcando tiempos, temas, invitados etc".<sup>24</sup>

"Dentro de los programas de espectáculos no es que no exista un formato determinado, sino que se adecua según las necesidades de cada programa. En el caso de la "Plaza de las estrellas" tenemos formatos parecidos a otros programas del mismo tipo, aunque siempre tratamos de impregnarnos un toque muy personal de nosotros mismos con el fin de darle un nuevo enfoque".<sup>25</sup>

Para saber con exactitud a que grupo en particular pertenece determinado formato es indispensable saber en que consiste cada uno de estos, razón por la que se dará de forma muy concreta la definición de cada uno de ellos.

**La Charla.**- Un discurso o monologo generalmente breve. Se estima que una charla para se oída con atención, no debe de exceder de cinco minutos.

**La Charla expositiva.** Es la más corriente; alguien que "habla por radio" con el fin de explicar algo, divulgar conocimientos, dar consejos, etc. Es la forma más sencilla y económica de emplear la radio y por eso la más usual; pero también la menos radiofónica y la menos pedagógica.

**La Charla Creativa.** La charla como formato educativo. Es un medio económico y sencillo por fortuna, existen otras maneras de escribir charlas para radio, además de la charla expositiva.

Se trata de una charla eminentemente vivencial. Debe establecer con el oyente una comunicación humana y suscitar en el una respuesta personal.

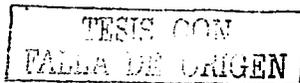
**La Charla Testimonial.** Otro género valido y eficaz: alguien que habla en primera persona y comunica su propia experiencia directa. "Yo estuve ahí"... "A mí me sucedió tal cosa"... A veces no es un libreto escrito sino la expresión espontánea el relato de alguien que la vivió o está viviendo una situación, la cuenta y reflexiona sobre ella.

**El noticiero:** La noticia, más que un programa, el noticiero o informativo es un servicio permanente de una emisora, que se ofrece a determinadas horas. La unidad componente de este servicio es la noticia: información sintética y escueta de un hecho, expuesta generalmente en menos de un minuto, sin mayores detalles, o comentarios.

**La nota, la crónica:** Es la información amplia de un hecho, dada en un espacio de tres a cinco minutos. No incluye comentarios u opiniones personales pero sí ofrece detalles y antecedentes del hecho, así como menciones de las opiniones que otros han vertido acerca del suceso.

<sup>24</sup> Entrevista a Gabriela López Gonzalez Productora y Locutora de "A la Vanguardia" ABC Radio.

<sup>25</sup> Entrevista a Alfonso Montesinos, Productor de "La plaza de las estrellas" ABC Radio.



**El comentario** involucra un análisis y una opinión acerca del hecho que se comenta. Procura no sólo dar información, si no también orientar al oyente, influir sobre él e inclinarlo a favor de una determinada interpretación del hecho que se considera la justa o la correcta, el comentario aprueba o condena, aplaude o censura.

**El diálogo didáctico:** Se señalaron ya las limitaciones y contra indicaciones de la charla expositiva. Uno de los recursos más sencillos es el programa dialogado o diálogo didáctico. Sin llegar a la complejidad del reportaje o el drama, es posible montarlo sin excesivo despliegue técnico y siempre resulta más interesante, dinámico y pedagógicamente eficaz que la charla expositiva.

**El radio consultorio:** Otra variante del diálogo. Un programa realizado con base en consultas de los oyentes, quienes las formulan por carta o también por teléfono.

**La entrevista informativa:** Se puede definir esquemáticamente la entrevista como un diálogo basado en preguntas y respuestas. El entrevistador es el hombre de radio, el periodista que pregunta; el entrevistado en alguien ajeno al medio que, al responder a las preguntas del primero, aporta una información, una opinión o testimonio que se supone interesa al oyente.

Es generalmente individual: se entrevista a una persona. Pero también puede ser colectiva: se entrevista simultáneamente a dos personas o incluso a un grupo (por ejemplo, los miembros de una cooperativa agrícola etc.)

**La entrevista indagatoria:** Aunque la denominación pueda resultar un tanto agresiva, es la que mejor describe el carácter de este formato. Un periodista avezado invita cada semana al programa a una personalidad (un político, un alto funcionario, un profesional con responsabilidad de dirigencia) para someterlo a una interrogatorio exhaustivo de un tema de actualidad con el cual esta persona tiene directa relación.

**Radio periódico:** o diario oral, tal como fue concebido originalmente, contiene y desarrolla igual que un periódico escrito, distintas secciones, noticias nacionales, noticias internacionales, política, economía, cultura, espectáculos, sección agropecuaria, sección laboral y gremial, deportes humor etc. Brinda sobre cada uno de estos tópicos no sólo informaciones, sino también crónicas, análisis, comentarios de opinión etc. Incluye asimismo entrevistas diversas sobre distintos aspectos de la actualidad cotidiana.

**El programa misceláneo:** la radio revista: Existen también en radio una amplia gama de programas hablados que pueden denominarse "misceláneos", con base en temas y secciones derivados. No son fáciles de definir dado que precisamente sus característica es la variedad de secciones.

Generalmente, la presencia de un conductor (o de una pareja de conductores) es la que da el carácter y asegura la unidad del programa. Algunos de ellos son predominantemente frívolos, de mero entretenimiento ligero. Incluyen de preferencia notas sobre moda, belleza, recetas de cocina, horóscopos, curiosidades triviales etc. El formato puede adoptar aún dentro de su modalidad miscelánea, contenidos de mayor interés informativo y educativo. Tal es el caso de la radio- revista de actualidad. Lo

más habitual es que se destine a un sector determinado. Por ejemplo, una radio- revista para la mujer o para los jóvenes.

**Las mesas redondas:** Son los programas con base en la participación de dos o más invitados a fin de ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o de una cuestión determinada.

**La mesa redonda propiamente dicha:** es lo que los ingleses llaman panel, se invita a diferentes personas para que cada una aporte su información y su punto de vista desde la perspectiva de su respectiva especialidad.

**El debate.** A diferencia del anterior el programa polémico o de debate busca la discusión, la controversia.

**El radio reportaje:** Junto con el radio drama, el reportaje radiofónico constituye uno de los formatos más relevantes de la radio educativa.

**El reportaje con base en documentos vivos:** Supongamos que nos proponemos plantear a la audiencia se grabaran sonidos reales para su presentación.

**El radio drama:** Es el más activo y paradójicamente, siendo la más de las veces una ficción, el que más se acerca a la vida real. En lugar de un locutor narrando la historia puede ser real o imaginaria; pero en uno u otro caso, el oyente se sentirá involucrado en ella; identificado, consubstanciado con el problema que la pieza dramática desarrolla y con los personajes que la viven".<sup>26</sup>

A pesar de que cada uno de los diferentes programas de espectáculos pretende dar un giro en su presentación, la estructura básica es la misma puesto que siempre se da un segmento de lo que ellos llaman nota comentada, en la cual dan su punto de vista respecto a un tema en específico, posteriormente se cuenta con la presencia de algún invitado en especial, el cual habla sobre sus proyectos de trabajo más cercanos, perspectivas a futuro, terminando con la presentación de su material o producción reciente que estén promoviendo.

Después de la charla el invitado ofrece cortesías a los radio escuchas, para asistir a un espectáculo, se dan también recomendaciones de los eventos que se realizan en teatro, las películas más taquilleras, asimismo sugerencias de los mejores espectáculos para la familia.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

<sup>26</sup> Kaplún Mario, Op.cit... p. 136-147, 156

"Un formato no define cómo se tiene que hacer un programa, pero sí marca una línea de los objetivos que se buscan cumplir, es ahí donde entra la participación del productor, quien crea un producto y la función que desempeñará, debe cubrir la perspectiva con la que inicialmente fue ideado, aunque eso no significa que es rígido, sino todo lo contrario, tiene que ser flexible para enriquecer su contenido de acuerdo a lo que pide la audiencia".<sup>27</sup>

Con base en lo anterior se puede concluir que los formatos en radio no son únicos, sino que se prediseñan para ser utilizados y modificados de acuerdo a los objetivos y necesidades de cada productor e inventan nuevas fórmulas para ser "innovadores".

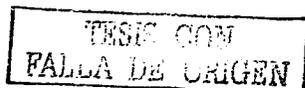
La radio comercial ha adquirido distintos tonos, según la sociedad en la que se desarrolla, pero los formatos de programas que hasta ahora les han sido rentables, no son proyectos del todo perdidos, siempre y cuando se tome en cuenta mejorar los contenidos.

Para hacer de éstos alguna utilidad social, que al mismo tiempo que proporcione entretenimiento, sirva para orientar e informar a su radio escucha. Son características que de antemano "tienen" que cumplir los medios de comunicación o difusión como también se les ha llamado.

Surge una discrepancia respecto al concepto de la radio, considerada un medio de comunicación masivo social o solamente de comunicación tecnificada, que dependerá siempre de los criterios de utilización, adecuación del mensaje al proceso y sobre todo del papel que juegue el auditorio, como un elemento de suma importancia, un medio sin calificativo específico.

---

<sup>27</sup> Entrevista a Alfonso Montesinos, Productor de "La plaza de las estrellas" en la XEW Radio



Romo Gil expone a "las características de la radio desde cuatro puntos de vista: auditivo, social, psicológico y de producción. Esta clasificación no se expone haciendo una distinción entre positivas y negativas, ni en ventajas y limitaciones, como lo hacen algunos autores, porque sería, además artificial y un juicio de valor. La misma característica, estudiada desde puntos de vista diferentes, puede resultar positiva y negativa.

Frecuentemente se considera a la radio como un buen medio por el amplio alcance que tiene; sin embargo, cuando nos interesa conocer la reacción del público o queremos obtener la retroalimentación efectiva esta característica resulta negativa".<sup>28</sup>

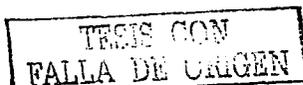
La radio ha sufrido una evolución gracias a la influencia, sobre todo técnica de otros elementos ajenos a ella. Nació como un medio de comunicación bidireccional, su función era el servir de enlace entre dos sujetos alejados físicamente que necesitaban estar en constante comunicación; la emisión y la recepción se operaba en los dos elementos, había comunicación propiamente dicha entre ambos individuos.

\* David Sarnoff en 1916 intuyó la posibilidad de transformar a la radio en un medio de comunicación masivo, los adelantos técnicos hicieron posible que la radio perdiera su bidireccionalidad constituyéndose en un medio de comunicación masiva unidireccional, la recepción se transformó en más pasiva perdiendo así su sentido más propiamente comunicativo".<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Idem. 13

<sup>29</sup> Idem.13



### 1.3. FRAGMENTACIÓN DE LAS AUDIENCIAS

La unidireccionalidad de la radio no es solamente en el sentido físico de la transmisión de la señal, en donde no hay ningún tipo de retroalimentación, la unidireccionalidad se da también en la comunicación de mensajes, es el punto de vista del emisor cuando pretende realizar un proceso más comunicativo, establece mecanismos de retroalimentación a través de otros canales, de manera que el receptor pueda manifestarse, es decir se establece un contacto más estrecho entre el emisor y el receptor de la radio.

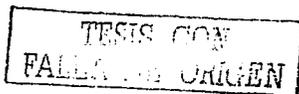
La radio es un medio que llega a un público extenso, inconmensurable, incontrolable y hasta cierto punto desconocido. Puede llegar a cualquier tipo de persona, de cualquier condición y no exige demasiado esfuerzo para el que escucha, aunque esto determina la forma de utilización, que el comunicador debe elegir al pretender comunicarse a través de la radio.

McLuhan dice: "A partir de la televisión, la radio se ha orientado hacia las necesidades individuales de las personas a distintas horas del día, hecho que va de la mano con la pluralidad de aparatos receptores, cuartos de baño, cocinas, automóviles y actualmente en el bolsillo. Se emiten diferentes programas de radio para los que dedican su tiempo en actividades diversas. La radio que antaño fuera una forma de audición en un grupo que vaciaba las iglesias, ha vuelto a los usos privados e individuales desde la aparición de la televisión para acudir a su radio propia".<sup>30</sup>

"Uno de los sociólogos contemporáneos que trabajo con la teoría funcional fue, Robert K. Merton, distingue las consecuencias (funciones) de una actividad social y los objetivos y propósitos que están ocultos tras de ella. Merton llama a las consecuencias previstas funciones manifiestas y a las imprevistas funciones latentes. También señala que no todas las consecuencias de una actividad tienen un valor positivo para el sistema social en la que tienen lugar o para los grupos e individuos involucrados. Las consecuencias indeseables desde el punto de vista del bienestar de una sociedad o de sus miembros llamadas disfunciones. Todo acto puede tener a la vez efectos funcionales y disfunciones".<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Wright, Charles R, Teoría de la Comunicación Masiva, Editorial Paidós, Buenos Aires 1970, p.129

<sup>31</sup> ibidem. p.129



Esto lo podemos comparar con todo lo que hacemos en nuestra vida que tiene un lado positivo, pero también negativo, puede tener una función en la práctica y puede sufrir una disfunción dependiendo únicamente de nosotros mismos.

Las radios comerciales adquieren una función primordial que es el vender espacios publicitarios, promocionar las piezas musicales o el patrocinio de programas, principalmente informativos. Puesto que son concesionadas por el Gobierno Federal la transmisión de éstas, su modalidad es de libre empresa por lo que obtiene ganancias de sus transmisiones.

De esta forma la empresa privada busca que su producción radiofónica intente capturar el mayor número de auditorio posible, para elevar sus tarifas de tiempos de programación.

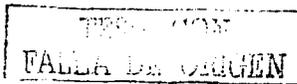
El acto de sintonizar suele implicar dos elecciones, encender el aparato o dejarlo apagado y luego escoger una estación de entre las muchas disponibles. Esta última selección quizá no proporcione al consumidor lo que él quiera en ese momento, pues él escoge una estación de entre lo que está difundido, en este sentido, el público se ajusta al medio.

Es difícil determinar cuál es el mejor método para satisfacer a la mayor parte de la gente y durante un tiempo prolongado; aún está por descubrirse la mejor combinación que las emisoras deben de tener para satisfacer las necesidades de la población.

"Wright (1973) escribe: La tecnología moderna aparece como un comportamiento necesario, pero no suficiente, en la definición de las comunicaciones colectivas, de las que se puede decir, por lo demás, que son distintas, tanto por la naturaleza de la audiencia, de la comunicación y del mismo comunicador. Las comunicaciones colectivas son dirigidas a audiencias relativamente amplias, heterogéneas, anónimas en relación con el comunicador... la utilización de instrumentos técnicos no se aplican siempre la existencia de una comunicación colectiva".<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Op. Cit. p. 18



La palabra comunicación, por ser de uso amplio, resulta muy difícil de controlar, pero no es el único término con esta cualidad, en el caso de información se encuentra directamente relacionado con la anterior. En primer lugar no es tan susceptible el utilizar la palabra comunicarse, que se relaciona con cualquier contacto comunicativo en las relaciones humanas.

Tomando en cuenta que la radio se ha sometido a varios cambios no solamente técnicos, sino también programáticos, se da una fragmentación en las audiencias para poder satisfacer las necesidades de un público especial.

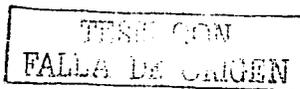
"Sobre esta premisa, verdadera en principio pero falsa en su aplicación, se levantó el silogismo de unos programas que, si bien se presentaron como un mejor servicio a los oyentes, en realidad segmentaron las antiguas audiencias nacionales en dos, tres o cuatro sectores, también de carácter nacional - posteriormente incluso local que los presuponian en un nivel sociocultural distinto, acorde con los cometidos de cada programa.

El paso siguiente lo dio la radio al intentar atraer a su esfera, por otros métodos, nuevos públicos. La apertura, que se inició con una acción decidida sobre la juventud a través de los programas musicales, tuvo su continuación en distintos espacios radiofónicos en busca de otros grupos de características homogéneas, ya que el propio medio comenzó a prender la necesidad de una atención más particularizada".<sup>33</sup>

Así surgieron los espacios dedicados a la mujer, a los ancianos entre otros. Las dos acciones primeras en plantear el desquebrajamiento del concepto globalizador de la audiencia y, en consecuencia de la fragmentación del mensaje y de las grandes cadenas radiofónicas y de los organismos nacionales, en el futuro inmediato.

A ello siguió el aumento de peticiones de libertad para una radio privada y de nuevos programas por parte de otros grupos sociales. El problema de un replanteamiento total del sistema de radiodifusión nacional, en algunos países se respondió con la fragmentación de la cadena principal en subcadenas regionales y, más tarde, en emisoras locales que pudieran servir de satisfacción a las demandas sociales.

<sup>33</sup> Op. Cit. P. 87



"La fragmentación sucesiva brindó la oportunidad de una aproximación más exacta al nivel sociocultural de las diferentes audiencias, que sin embargo, continuaron siendo estudiadas en sus aspectos cuantitativos, no investigadas en las dimensiones de sus auténticos mundos presentes. Es decir: -preocupa- el número de oyentes, no sus intereses; los esquemas de comportamiento, no son sus inquietudes sociales, culturales o espirituales. Como apuntamos, la audiencia ha dejado de ser destinatario para convertirse, en <<target>> o dina de tiro al blanco".<sup>34</sup>

La radio ha estado siempre ligada a la sociedad en la que vive, hasta llegar a formar parte de ella. Los cambios sociales se han reflejado en la radio y en las variaciones radiofónicas han influido sobre la sociedad. Por ello es útil resumir la evolución interrelacionada del binomio sociedad- radio, desde el momento que comienza a ser llamada audiencia hasta aquel otro en que es configurada como objeto de la acción radiofónica, cuando en realidad es su destinatario.

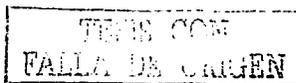
Una vez contemplada la etapa de los primeros establecimientos y convertido el nuevo instrumento en un fenómeno generalizado y eficaz, la radio adoptó el estilo (lenguaje) de la sociedad, le facilitó contenidos que hasta entonces habían resultado inalcanzables para las mayorías y se puso a su total servicio.

Estos elementos en la práctica no son tan flexibles como debieran puesto que la mayoría de las veces se cae en los extremos, cuando hablamos de la producción de programas educativos entretenidos para los niños, no se encuentra la fórmula adecuada de no hacerlos tediosos, ya que recaen en dar información muy complicada y plana o viceversa, se cae en el exagerado gusto de entretener perdiéndose en el entretenimiento, dando sólo ligeras embarradas de lo que se pretendía dar como conocimiento, algo que no sólo sucede en este tipo de programas, sino en general con todos los híbridos que se han pretendido realizar.

El fracaso de dichos proyectos tal vez radique en que no se ha sabido combinar la esencia de cada uno de éstos, es necesario tener mayor ingenio y habilidad para encontrar el producto que se pretende diseñar.

---

<sup>34</sup> Ibidem P.88



## 1.4. - EL PAPEL QUE JUEGA LA PERSONALIDAD DEL LOCUTOR

Es necesario destacar que dentro de la producción radiofónica, la relación y el contacto establecido entre el locutor o los locutores con los radio escuchas, es una de las características de los programas de espectáculo. La estrella del programa es la voz oficial o titular del programa, asimismo es quien obtiene el reconocimiento de la gente al ser identificado por la voz en el caso de la radio y algunas veces cuando alternan este trabajo con la imagen televisiva, existe una mayor facilidad para que el auditorio los reconozcan y le de mayor credibilidad a sus argumentos.

**"El locutor:** Académicamente definido, el locutor (del latín "locutor, orem, el que habla"), en sus inicios se consideraba como " todo aquel que habla ante un micrófono conectado a cualquier equipo fotoeléctrico, bien fuera la reproducción en otro equipo unido directamente por conexiones o a través del eter.

Es una persona que por profesión se dirige a un auditorio dando noticias, anuncios etc. Especialmente en las emisoras de radio y televisión, fundamentalmente podemos clasificar al locutor en improvisador y lector, según improvise lo que vaya diciendo o lea textos previamente redactados.

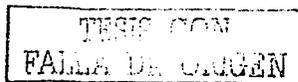
Desde el punto de vista de las distintas especialidades que en la actualidad desempeña el locutor (especializaciones a lo que ha ido llevando la evolución de la radio difusión en forma lenta) tenemos los siguientes tipos de locutores : de comercial, de programas de preguntas y respuestas, de entrevistas o charlas, de noticieros o programas humorísticos, de programas "serios"

**Locutor comercial :** En primer término debe poseer una voz agradable, con personalidad; tener una buena articulación y una pronunciación correcta; conocer cabalmente la técnica del micrófono y poseer conocimientos de publicidad aplicados a la locución.

La gran dificultad del locutor comercial consiste en mantener naturalidad expositiva en su elocución, a pesar de tener que desarrollar a la vez ciertos tips de ventas que no son más que palabras y frases que artificialmente se deben destacar. Su elocución es a veces artificial por causa de los recalcos, pausas, etc., nunca debe perder la armonía rítmica o la musicalidad de la tonalidad del texto.

**Locutor de entrevista o charlas:** "En esta especialidad ocurren dos casos: uno, cuando la entrevista es concertada con anticipación para redactarla previamente; y otra, cuando la entrevista se hace en forma repentina. Cuando la entrevista es improvisada entra en juego todo el ingenio y habilidad del locutor para dar inicio con sus preguntas, es entonces cuando se entabla una charla con el interlocutor y se espera que ésta mantenga un continuo interés. El de entrevista debe tener amplios conocimientos generales y manifestarse en forma indicada para la charla".<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Vázquez González Modesto, Oratoria Radial, p.110-119



El locutor en general debe tener un amplio acervo cultural, de tal manera que pueda manejar diferentes temas, pero en la práctica no es así pues la mayoría de los que actualmente trabajan en la radio dejan entrever que se carece de una educación o formación adecuada, no solo intelectual, sino también de estética, en el caso de la radio hablada, es muy importante el escuchar una voz agradable, que tenga algo interesante de que platicar o transmitir, tal vez esto sea el atractivo de las emisiones de espectáculos, de tal forma que el locutor con la actitud que toma hacia su auditorio lo hace sentirse bien, como si fuera parte de su vida.

**"Actitud de los locutores hacia los radioescuchas :**

**AFABLE:** Es aquella actitud de amabilidad que el locutor tiene hacia el radio escucha al sostener una plática con éste

**ALEGRE:** Sentimiento o actitud emotiva que caracteriza al locutor cuando se denota su estado de ánimo a través de comentarios ligeros (sin trascendencia), anécdotas o situaciones cotidianas tanto de cantantes como de cualquier persona

**ATENCIÓN:** Es el comportamiento del locutor al demostrar interés, ante todo aquel comentario que el escucha le manifiesta a través de una llamada telefónica

**CULTO:** Se consideran cultos aquellos locutores que independientemente de la emisión que se trasmita, llega a realizar comentarios sobre determinada nota del día ahondando en ésta. En este caso, son mínimas las anotaciones culturales a las que se hacen referencia el locutor, pues elaboran previamente cápsulas informativas.

**INDISCETO:** Es la actitud que toma el locutor cuando en las emisiones hace comentarios (chistes) sobre la vida privada de los artistas o cantantes, sin importarle en ocasiones las consecuencias, además de querer enterarse de la vida personal del escucha a través de sus llamadas telefónicas.

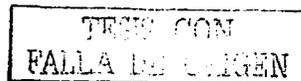
**PARLANCHIN:** Es la caracterización de locutor que habla demasiado, sin dar oportunidad a otro, y dice lo que debiera.<sup>36</sup>

El carácter que proyecta el locutor a su receptor es una característica que destaca dentro de su labor, a partir de ello es que se da una relación más estrecha entre ambos actores, influyendo positiva o negativamente sobre este último.

Pero en la realidad ¿qué tanto peso tiene el hecho de que sea un personaje reconocido el que esté detrás de un micrófono? Gaby manifestó "algo curioso que se observa en la radio es que muchos de los personajes que no son muy reconocidos por la gente a través de otros medios, son las voces más escuchadas del cuadrante, aunque eso no significa que personajes reconocidos no tengan su propio público o fans que siguen su trayectoria".<sup>37</sup>

<sup>36</sup> Juárez Gómez Martha E. y Cazares Rojo Ma. Guadalupe, "Cambia el disco Rayado", P.99

<sup>37</sup> Entrevista a Gabriela López González Productora y Locutora de "A la Vanguardia" ABC Radio.



## Características

Gaby aseguró " por supuesto que la personalidad de locutor es importante en cualquier programa no sólo de espectáculos, sino también puede ser de deportes, noticieros etc. De manera que tu como titular de "X" programa tienes la responsabilidad de crear una buena imagen no sólo física como se maneja particularmente en la televisión, donde se vende más la presentación, que la ética profesional o la moral de la persona, puesto que a partir de ello se mide la veracidad de lo que dices o declaras frente a un medio, y de igual forma asumes la responsabilidad de lo que implique esto".<sup>38</sup>

Este tipo de cuestiones sin duda alguna tiene coherencia por los diferentes casos que se presentan principalmente en los programas de espectáculos, en donde el artista o artistas demandan al titular del programa, la revista o lo que sea donde se haya hecho alguna declaración falsa en contra de ellos, no obstante que en ocasiones el personaje principal no haya sido quien dio la nota a conocer.

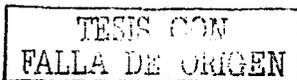
"Además el titular de un programa establece un vínculo muy estrecho con el auditorio, al ser quien se mantiene en contacto con éste a través de su voz como es en la radio, que siempre se ha distinguido por ser un amigo inseparable al cual no le designas más que un sentido, que es el escuchar, por lo cual puedes lavar, trapear, tender camas o darle de comer al marido o los hijos sin perder la atención de un programa, de ahí la importancia de la Radio Hablada, que es la que tiene la obligación de participar con el radio escucha de forma interactiva, en la que se sientan activos ambos participantes".<sup>39</sup>

Cabe mencionar que la presencia del locutor es un elemento significativo para cualquier programa, pero no es el único del que dependerá el éxito o fracaso del mismo, ya que los colaboradores, que pueden ser: reporteros, asistentes, telefonistas. En conjunto con el productor que es considerado la columna vertebral de cualquier programa, son un equipo que busca cumplir con determinados objetivos. Por lo que cada una de las partes será indispensable para la realización de un buen trabajo.

---

<sup>38</sup> Entrevista

<sup>39</sup> Entrevista



"En el caso específico de la Sra. Maxine Woodside, su trayectoria ha sido la siguiente: En un inicio era modelo de pasarela para tiendas comerciales como Liverpool y el Palacio de Hierro, también modeló para Max Factor. Sin embargo, su giro cambió cuando al estar grabando unos comerciales, el licenciado Miguel Alemán le pidió decir el pronóstico del tiempo, ya que la conductora a cargo no llegó. Maxine con muchos nervios, pero con un gran entusiasmo se lanzó a la tarea y lo hizo tan bien que se quedó al frente de las cámaras de televisión con su nuevo empleo. De ahí dio un salto a la radio, no sin antes de adquirir experiencia trabajando con Jacobo Zabludovsky en la sección de espectáculos, se retiró por un tiempo y cuando se encontraba en casa le llamaron para hacer un programa de radio, ella sugirió que éste fuera de corte femenino con temas de interés para la mujer, tips de belleza, recetas, horóscopos, salud y muchos temas más, dando origen así a "Todo para la mujer".

Maxine está encantada con su programa porque tiene la oportunidad de platicar con las radioescuchas de una manera más directa, más cálida; ellas le llaman y cuentan sus problemas, con esto le demuestran su confianza y aceptación o también cuando no están de acuerdo con algún comentario o idea, llaman y Maxine siempre está lista para escuchar, por eso es que la radio le gusta tanto, por el contacto tan inmediato con el público".<sup>40</sup>

Sin embargo, *¿qué características debe cumplir un buen locutor?* Gaby comentó "desde mi punto de vista muy personal considero que ya no es como antaño, que lo que importaba era que tuvieras una voz imponente y grave en el caso de los hombres, para las mujeres una fuerte pero sin dejar de ser femenina, no esos son sólo mitos, la realidad es que debe de ser una voz agradable al escucha, con carisma.

Sobre todo en espectáculos que en ocasiones eres el amigo que le cuenta lo que sucede a tu alrededor con los personajes que más te interesan, puede ser el cantante, o el actor del momento, debes ser un cómplice que lo distraigas o entretengas de forma complaciente".<sup>41</sup>

*¿Qué forma parte del cambio tan radical que han dado las radiodifusoras?*, señaló Alfonso Montesinos Productor de ABC Radio "puede ser en cierta medida que anteriormente se sometían algunos exámenes de conocimientos generales tocando diferentes temas importantes, para mostrar sus aptitudes frente al micrófono y finalmente poder adquirir una licencia de locutor".<sup>42</sup>

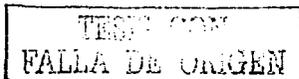
La situación ha cambiado ya que desde el sexenio salinista quedó nulificado dicho tramite, estableciendo como único requisito el tener la requisición de alguna empresa radiofónica avalándolo como profesional de los medios de comunicación. Alfonso reitera "lo cual no implica que tengas derecho a decir una sarta de tonterías como sucede en algunos otros programas, donde es gente demasiado joven en el medio y no tiene el respeto que se le debe al micrófono de cualquier estación de radio, que no deja de ser un medio de comunicación y, por supuesto se le debe un gran respeto a la gente que escucha los programas de radio".<sup>43</sup>

<sup>40</sup> Página en Internet [www.formidac.com.mx](http://www.formidac.com.mx)

<sup>41</sup> Entrevista a Gabriela López González Productora y Locutora de "A la Vanguardia" ABC Radio

<sup>42</sup> Entrevista a Alfonso Montesinos

<sup>43</sup> Entrevista a Gabriela López González Productora y Locutora de "A la Vanguardia" ABC Radio



Ha sido eje de crítica en ciertas ocasiones los procesos que se llevaban a cabo para obtener una licencia de locutor, pero considero que había una mayor garantía de ser personas preparadas, con cierto acervo cultural y educativo que sabían hacer un buen uso del medio, aunque no podemos asegurar que sea una regla general que tienen que cumplir los profesionales de la radio, ya que existen como en todo sus excepciones.

Además existía una plena conciencia de lo que era emitir un mensaje que puede llegar a un gran número de personas que ejercen un grado de influencia significativo. Parte de lo que forma el esquema actual de la radiodifusión, obedece a los cambios no sólo sociales y políticos sino de conceptos ideológicos de nuestra cultura.

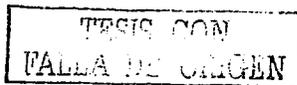
Por lo cual se ha dado mayor apertura a los cambios, principalmente en el ámbito comunicativo, que se debe mantener al día con lo que pide su audiencia que siempre se ha distinguido por ser muy heterogénea, se toma como un factor importante, la necesidad de planear una programación con diversidad de contenidos.

"En la otra punta del esquema clásico de la comunicación está el receptor. En América Latina, tal vez por una práctica intensa de la educación popular, ese receptor se contrajo mucho, se concibió de manera muy grupal: se le dio preferencia por no hablar de exclusividad al público organizado. La masividad es retomar todos los aspectos de la vida a pintar con todos los colores de la paleta, a no seguir reduciendo a la problemática, tenemos que hablar y hacer hablar de todo lo que se comenta en el mercado y la cantina, de lo que a la gente le gusta. No hay que satánizar la moda, ni la farándula, los consejos de belleza etc".<sup>44</sup>

Para que estos programas no sólo fomen parte de la programación existente en el cuadrante de la radio, una característica que aunque no es indispensable, pero hasta cierto punto de gran peso, es que el locutor tenga trayectoria en el medio y por lo tanto su nombre también adquiere mayor importancia entre la opinión pública, en ocasiones puede ser benéfico o al contrario, pues dependiendo de su trabajo y prestigio adquirido, se da mayor credibilidad a su argumento.

---

<sup>44</sup> López Vigil José, Op.Cit, p. 35



La presencia de un locutor no sólo apto, sino reconocido dentro de este medio, es un elemento importante para el radio escucha, puesto que se da una relación de empatía con mucho más facilidad, que un personaje que no se sabe de dónde salió, aunque tiene mucho más mérito si se logra colocar entre el gusto de la gente.

### 1.5 LAS TEMÁTICAS QUE SE ABORDAN

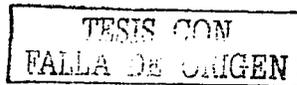
En los espectáculos Alfonso considera " los temas que más debes abordar son los relacionados con el trabajo del artista, sin embargo en la práctica es muy distinto, ya que el artista muchas veces cuando no está realizando algún trabajo significativo, dentro del espectáculo, se publicita a partir de su vida privada creando escándalo por sus relaciones amorosas o familiares, es entonces cuando tú no tienes tela de donde cortar, y te basas en lo que en el momento llega a tus manos como información".<sup>45</sup> También agrega "finalmente tu no puedes inventar todos los chismes que corren alrededor de cierto personaje público, que como su nombre lo denomina se debe a la opinión pública, por lo cual es absurdo que el artista pretenda que los medios no se metan con sus asuntos personales, cuando el ya se encargó de hacerlo del dominio de la población".<sup>46</sup>

De ahí, que se considere que los temas principales de estos programas sean los **"chismes del momento"**, lo cual consideramos no le está dejando nada al radio escucha que no sea el enterarse de cosas que no lo benefician, ni lo perjudican pero si son un distractor de sus propios problemas o para agotar sus momentos de ocio.

Aunque tampoco podemos decir que son nocivos del todo para las personas, puesto que están cumpliendo con su función, que es entretener, la crítica bien fundamentada de lo que es un buen espectáculo de recreación ya sea familiar o individual siempre será positiva, mientras cumpla con los elementos necesarios para ésta, y se haga bajo la valoración de un trabajo y no sólo de la persona como ya es costumbre.

<sup>45</sup> Entrevista a Alfonso Montesinos

<sup>46</sup> Entrevista

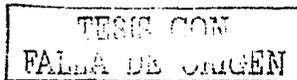


A pesar de que siempre **los concesionarios dicen "que se da lo que la gente quiere"**, es un término ambiguo pues siempre se ha partido de considerar a la Radio como un medio masivo, lo cual no permite a los concesionarios ser más críticos de la programación que producen, dejándose llevar por su percepción del gusto popular, a través de estudios cuantitativos de las empresas de mercadotecnia, que han tomado como referencia para saber ¿qué? esta funcionando y ¿qué? producto no es rentable, se tiene como un antecedente a los medios por empresas que generan entradas de dinero, lo cual no lleva implícito que esta no pueda prestar servicios a la sociedad.

Por otra parte los radio escuchas no son críticos de lo que reciben como mensajes cotidianos a través de la radio, de ahí la existencia de mucha basura que en muchas ocasiones son agresivos con el auditorio, pero no se dejan de escuchar lo cual no es una generalidad.

En el caso particular de los programas de espectáculos la situación no difiere de lo anterior, se pone en evidencia la vida de los artistas, músicos del momento. Pero sin duda se sobre explota el morbo en las personas, que no importando que no sea algo que le beneficie o le perjudique se mantiene al tanto del suceso.

Esto puede obedecer al ocio, la falta de preparación, una realidad propia insatisfactoria, o sólo por el hecho de distraerse o entretenerse con algo más que su propia vida, son hipótesis muy subjetivas que conforme se avance en la investigación, se podrán corroborar o desechar, por la importancia que tienen cada uno de éstos aspectos.





**CAPITULO II.- ANÁLISIS DE LENGUAJE  
DEL PROGRAMA TODO PARA LA MUJER**

35

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 2.1 DIFERENCIACIÓN ENTRE LA LENGUA Y EL HABLA

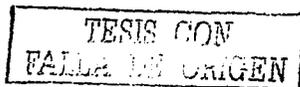
En esta segunda parte se abordan las características de lo que consideramos la parte medular de nuestro estudio al establecer la importancia del Habla sobre la conceptualización de Lenguaje desde su perspectiva más formal en nuestro idioma la cual es nula y se expone con base en el mensaje radiofónico de la serie "Todo para la Mujer".

En cuanto a la temática se pudo corroborar que son chismes sobre las personalidades del espectáculo con un valor intrascendente para el escucha, pero que le sirve de entretenimiento, o escape para sus propias emociones y problemáticas. A partir del desarrollo de la investigación.

Para poder entender la relación que se establece entre el comunicador y el radio escucha, es necesario definir cada uno de los elementos que conforman y hacen atractivo al discurso radiofónico. De ahí que comenzaremos con algunas definiciones, que nos ayudarán a hacer la interpretación más adecuada de los mensajes.

La lengua ha sido definida como: **El lenguaje** se fundamenta en el factor cultural, se considera algo natural en las actividades del hombre y forma parte de éste se ofrece como un vehículo de comunicación espiritual de los pensamientos y el estado de ánimo de las personas que se traduce en palabras. **El habla** también está conformada dentro del ámbito lingüístico con los orígenes propios de determinada región, por lo cual se encuentran estrechamente relacionados ambos conceptos.

En la escuela de Oxford, el teórico Austin desarrolló una teoría sobre los actos de habla, la cual relaciona con la Teoría General de la Lengua y sus usuarios desde un enfoque **semántico y pragmático**, tanto en la caracterización de la estructura formal de las expresiones, como en el significado que se les asigna.



Austin subraya "el acto del habla se inscribe dentro del acto en general (hacer- ser) y dentro de los actos del lenguaje. Puede considerarse acto de lenguaje tanto una acción lingüística (hacer gestual significante) como el hacer específico que consiste en hacer- saber como en un aspecto cognoscitivo un hacer significación, o sea un producir y aprender diferencias significativas, o bien como hacer-hacer: Manipulación de un sujeto por otro mediante el lenguaje".<sup>47</sup>

Para Buhler no es un hacer sino un significar que en la teoría de Austin lo relaciona con la (manipulación) entre los interlocutores. Austin realiza su propia clasificación de elementos como son:

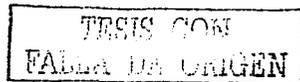
El verbo performativo es cuando "describe una acción del locutor, y su enunciación equivale al cumplimiento de dicha acción; El enunciado ofrece la peculiaridad de ser un acto individual, único e histórico es un acontecimiento porque lo crea". Otros plantean un compromiso personal para el emisor: juro, prometo, hago votos, renuncio, denuncio, acuso; o bien con un significado de reciprocidad.

Esta ha sido enriquecida con otras nociones: acto locutivo (o locutorio), acto ilocutivo (o ilocutorio) y acto perlocutivo (o perlocutorio). El pronunciar un enunciado constituye una acción lingüística por sí misma, se realiza en ciertos casos un acto de naturaleza social. El acto de habla es de diferente naturaleza, se efectúa por un contenido específico.

Asimismo menciona que al enunciar se realizan tres tipos de actos:

- a) "El acto locutivo consiste en enunciar con apego a las reglas sintácticas, locuciones o expresiones a las que es posible asignar un significado.
- b) El acto ilocutivo es aquel cuya enunciación misma constituye, por sí, un acto que, proveniente del hablante modifica las relaciones entre los interlocutores. La fuerza ilocutiva de un enunciado consiste en realizar la acción de ordenar que proviene del hablante, el acto de prometer o interrogar se cumple en el habla misma, por el propio acto de hablar y no es consecuencia del habla.
- c) El acto perlocutivo es aquel en que la fuerza, locutiva del enunciado produce un efecto sobre el oyente y quizá un cambio de dirección en sus acciones como cuando se sugiere, se solicita, se aconseja, se suplica, se ordena algo, aunque indirectamente, ya que su

<sup>47</sup> Beristain Helena. Diccionario de Retórica y Poética, p.24-25



caracterización no está ligada a su contenido; ni a su forma lingüística sino a un efecto sobre el interlocutor, producido a través del acto de hablar y no en él mismo.

La fuerza perlocutiva del enunciado imperativo consiste en el hecho de que el receptor obedece la orden. Así pues el acto ilocutivo y perlocutivo se oponen, mientras la ilocución es realizada por el hablante y ejerce sobre el mismo una presión por una especie de compromiso, la perlocución es realizada sobre el oyente y ejerce sobre él una presión porque se traduce en un efecto".<sup>48</sup>

Sin duda alguna son varios los autores que coinciden en el hecho de que la lengua y el habla están constituidos a partir de una estructura lingüística, pero existen muchas diferencias entre éstas.

Desde la perspectiva del experto lingüista Ferdinand de Saussure, la lengua es "como un conjunto de sílabas que se articulan en impresiones acústicas percibidas por el oído, pero los sonidos no existirían sin los órganos vocales. Por tanto no se puede reducir la lengua al sonido, ni separar al sonido de la articulación bucal; socialmente se toman en cuenta los rasgos de la lengua que la unen a las demás instituciones, aquellas que dependen más o menos de nuestra voluntad; y de esta suerte se pasa al lado de la meta, descuidando los caracteres que sólo pertenecen a los sistemas semiológicos en general y a la lengua en particular".<sup>49</sup>

Considera que el signo escapa siempre en cierta medida a la voluntad individual o social: ese es su carácter esencial pero también es el que menos aparece a primera vista.

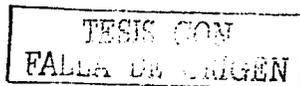
"Para descubrir la verdadera naturaleza de la lengua, hay que captarla desde lo que tiene en común con todos los sistemas del mismo orden, los factores lingüísticos que parecen muy importantes a primera vista (por ejemplo el juego del aparato vocal) se debe considerar secundariamente si sirven únicamente para distinguir la lengua de los demás sistemas, se esclarecerá el problema lingüístico, considerando a los ritos, las costumbres, como los signos, que aparecerán bajo otra luz, y se sentirá la necesidad de agruparlos en la semiología y de explicarlos por las leyes de esta ciencia".<sup>50</sup>

El sonido sea una cosa simple: ¿es él quien hace el lenguaje?. Aunque sólo sea el instrumento del pensamiento y no exista por sí mismo. La unidad compleja acústico – vocal, forma otra unidad fisiológica y mental.

<sup>48</sup> Beristain Helena. Op. cit ., p.27

<sup>49</sup> Saussure Ferdinand. Curso de Lingüística General., Traducción Mauro Arriño, Edit Akal . p. 154

<sup>50</sup> Ibidem p.154



El lenguaje tiene un lado individual y un lado social, que no puede concebirse uno sin el otro. Ferdinand de Saussure enfatiza "pero, ¿qué es la lengua? Para nosotros no se confunde con el lenguaje; no es más que una parte determinada de él, cierto que esencial. Es a la vez un producto social de la facultad del lenguaje y un conjunto de convenciones necesarios adoptados por el cuerpo social para permitir el ejercicio de esta facultad en los individuos. Tomando en su totalidad, el lenguaje es multiforme y heteróclito; a caballo de varios dominios, a la vez fisiológico y psíquico, pertenece además al ámbito individual y al ámbito social; no se deja clasificar en ninguna categoría de los hechos humanos, porque no se sabe como sacar su unidad".<sup>51</sup>

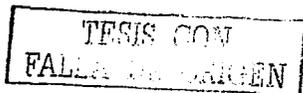
Sin embargo, la actividad del sujeto hablante debe estudiarse en un conjunto de disciplinas que sólo tienen cabida en la lingüística por su relación con la lengua. Ya que el estudio del lenguaje entraña por tanto, dos partes: Una tiene por objeto la lengua que es social e independiente del individuo; este estudio es únicamente psíquico, la otra es la parte individual del lenguaje, es decir el habla con la fonación incluida; esta parte es psico-física. Tanto la semiología como la semiótica se encuentran fuertemente ligadas a los conceptos de la lingüística estructural.

De ahí que se mantengan ciertos conceptos como la dicotomía tradicional propuesta por Ferdinand de Saussure entre lengua y habla, la división del lenguaje en un eje vertical y otro horizontal en los cuales se coloca conceptos tales como sintagma/ paradigma, denotación/ connotación, sincronía/ diacronía, y la más destacada (signo) significado/ significante. La lengua y el habla forman parte de lo que conocemos como discurso, por tal motivo es necesario referirnos al discurso lingüístico " es el lenguaje puesto en acción, el proceso significante que se manifiesta mediante las unidades, relaciones y operaciones en que interviene la materia lingüística.

Conforma el eje sintagmático de la lengua, es decir el conjunto de enunciados que, dependen de la misma formación discursiva. Ésta a su vez, se funda en la posibilidad de elección temática a que dan lugar las regularidades y las dispersiones entre los objetos de discurso, los tipos de enunciación, y los repertorios de conceptos.

---

<sup>51</sup> Idem, p. 154.



El proceso significativo constituye el punto de intersección de un conjunto de "prácticas discursivas" que contienen tanto comportamientos verbales (series de frases y oraciones en que se formalizan las lenguas naturales y que remiten al código de la lengua) como comportamientos de orden sensorial.

En el sentido lingüístico, la unidad del discurso es la oración a partir de la cual se determinan los constituyentes y se generan las funciones que son posibles en la lengua. Sin embargo, para la semiótica el discurso es transoracional, que va más allá de los sentidos básicos del individuo.

Con base en los conceptos anteriores tenemos una panorámica más amplia de lo que es la lengua y el habla y poder entender los fundamentos a los que hace énfasis Benveniste, cuando él menciona "de la lengua que hablamos hacemos usos infinitamente variados, cuya sola numeración debiera ser coextensiva de una lista de actividades a las que se puede entregar el espíritu humano. En su diversidad, estos usos tiene, sin embargo dos caracteres en común.

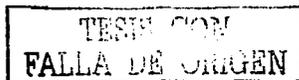
*Uno es que la realidad de la lengua permanece por regla general inconsciente; en el caso del estudio propiamente lingüístico, apenas tenemos conciencia débil y fugaz de las operaciones que realizamos para hablar.*

*El otro es que por abstracta o particulares que sean las operaciones del pensamiento, reciben expresión en la lengua. Podemos decir todo y decirlo como queremos".<sup>52</sup>*

Es a partir de lo anterior que surge la convicción inconsciente con respecto a la lengua de que pensar y hablar son dos actividades distintas por esencia, las cuales se conjugan por una necesidad práctica de la comunicación, pero evidentemente cada una tiene su dominio y sus posibilidades son independientes.

En el caso de la lengua se trata de los recursos ofrecidos al espíritu para lo que se denomina expresión del pensamiento. Ciertamente el lenguaje, en tanto que es hablado, es empleado para transportar "lo que queremos decir" o "nuestros pensamientos o como se designe a este contenido". Tal y como argumenta Émile Benveniste en el capítulo de Categorías de la Lengua y el Habla.

<sup>52</sup> Benveniste, Émile, Problemas de Lingüística General, Traducción de Juan Almeda, p.157.



Asimismo, retoma las categorías de Aristóteles para la interpretación del discurso que se fundamenta en nuestra lengua, las clasifica como nominales y verbales, cada una con sus respectivas características que nos ayudaran a realizar el análisis del discurso radiofónico.

Émile Benveniste transcribe en términos de la lengua esta lista de categorías. Cada una dada por su designación y seguida de su equivalente:

*"sustancia", sustantivo ("cual ; en que número), adjetivos derivados de pronombres.*

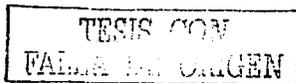
*Qualis y quantus; ("relativamente a qué"), adjetivo comparativo ("donde"), ("cuando"), adverbios de lugar y de tiempo ("estar dispuesto"), medio; ("estar en estado perfecto; ("hacer") activo; ("sufrir") pasivo".<sup>53</sup>*

Para complementar la interpretación del discurso empleado en este programa radiofónico de espectáculos, se retomo la teoría de la enunciación, la cual menciona Benveniste que se confunde con la lengua misma, pero la enunciación es un acto individual, estableciendo una estrecha relación, entre el locutor y la lengua determinan a los caracteres lingüísticos que forman parte de ésta.

El locutor toma a la lengua como instrumento en el que la enunciación se supone es una conversión individual en un discurso, la cuestión más difícil es como **el sentido** se forma en **palabras**; en que términos describir su interacción, que nos conduce a la teoría del análisis y la significancia, en un marco permanente de la sintaxis universal y el funcionamiento mental.

Se han establecido anteriormente los elementos que forman parte de la lengua y ha su vez del lenguaje que utilizamos cotidianamente, creando un estilo muy particular en lo que se conoce como habla. El discurso radiofónico cuenta con un proceso comunicativo en el que tiene un peso significativo, la presencia del locutor, en su carácter de único emisor, para infinidad de receptores, de ahí que la presencia de la enunciación en las series de espectáculos, pueda ser una condicionante que hace atractivo estos contenidos para los escuchas.

<sup>53</sup> Benveniste, Emilec, Ibidem, p.70



"La lengua introduce primero el locutor como parámetro en las condiciones necesarias para la enunciación, después de ésta, la lengua se efectúa en una instancia de discurso que emana de un locutor, forma sonora que espera un auditor y suscita otra enunciación a cambio. En tanto la enunciación puede definirse, en relación con la lengua como un proceso de apropiación".<sup>54</sup>

La enunciación se considera como un acto particular del locutor, que al mismo tiempo hace que el receptor desarrolle un proceso de apropiación, que lo introduce a su habla, adquiriendo un sentido o significado, manifestado explícitamente o implícitamente en su alocución.

**"Los indicios de persona** (la relación yo-tu) que no se produce más que en la enunciación y por ello Yo denota al individuo que prefiere la enunciación, el termino Tu al individuo que está presente como alocutorio. **Los indicios numerosos de la Ostensión** (este, aquí, etc), términos que designan el objeto al mismo tiempo que es pronunciado. Las formas llamadas tradicionalmente "pronombres personales", "demostrativos", nos aparecen ahora como una clase de "individuos lingüísticos" trátense de personas, momentos o lugares.

Hay pues que distinguirías entidades que tienen en la lengua su estatuto pleno, permanente y aquellas que emanadas de la enunciación sólo existen en la red de "individuos", que la enunciación crea con relación al "aquí-ahora" del locutor, por ejemplo: yo eso mañana, no son sino los nombres "metalingüísticos" producidos en la enunciación".<sup>55</sup>

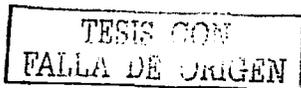
"El enunciador se sirve de la lengua para influir de algún modo sobre el comportamiento del alocutorio y dispone para ello de un aparato de funciones. **La interrogación** es una enunciación construida para suscitar una respuesta, que es al mismo tiempo un proceso de comportamiento de doble entrada. Todas las formas léxicas, sintácticas de la interrogación, partículas pronombres, sucesión, entonación, participan de la enunciación. **La intmación:** órdenes, llamados, concebidos en categorías como el imperativo y vocativo, que implican una relación viva e inmediata del enunciador.

**La aserción:** apunta a comunicar una certidumbre, es la manifestación más común de la presencia del locutor en la enunciación, las palabras *si* y *no* que asertan positiva o negativamente una proposición. Se dispone aquí toda suerte de modalidades formales unas pertenecientes a los verbos con los "modos" (optativo, subjuntivo), que enuncian actitudes del enunciador hacia lo que dicen (espera, deseo, aprensión), o la fraseología (quizá, sínduda, probablemente) que indican incertidumbre, posibilidad, indecisión deliberadamente denegación de la aserción".<sup>56</sup>

<sup>54</sup> Benveniste, Emilee, Problemas de Lingüística General, Tomo II, p. 83

<sup>55</sup> Benveniste, Emilee, Op.cit, p.84-87

<sup>56</sup> ibidem, p. 84,85



## 2.2 ANÁLISIS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO

Los objetivos específicos que pretende cumplir esta investigación, son:

- Detectar la importancia de la presencia del comunicador
- Conocer las características del lenguaje que es utilizado dentro de estos programas, que lo hacen atractivo al radio escucha
- El interpretar los significados que adquieren los mensajes para el público receptor

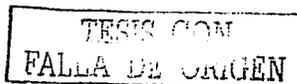
Se indago sobre la temática que prevalece en dichos programas. Por tal motivo se considera para realizar el análisis, el programa *Todo para la Mujer*, una emisión destacada en lo denominado como La Radio de Espectáculo, tomando en el tiempo por el que se ha trasmitido dicha emisión por el grupo Radio Fórmula una de las más reconocidas en Radio Hablada.

Angel Faus Belau, en su obra La Era Audiovisual, menciona que el escucha de los programas sólo hablados, una vez que se interesa en ello, presta mayor atención que el receptor que se limita a escuchar música. La consolidación de los programas de entretenimiento ha probado diferentes fórmulas para captar el mayor número de radio escuchas, por lo que se les ha dado apertura a la Radio Hablada.<sup>57</sup>

Asimismo nuestra interpretación será a partir del discurso de los conductores que participan en esta emisión de espectáculos, que abordan distintas temáticas de interés general como son: salud, belleza, cultura, música, cine, teatro y lo que acontece alrededor de los personajes del espectáculo, como son actores, actrices, cantantes, productores entre otros.

---

<sup>57</sup> Faus Belau Angel, La Era Audiovisual, p.37



El programa **Todo Para la Mujer**, cabe señalar es una emisión que se trasmite durante dos horas y media, se divide en tres secciones específicas,

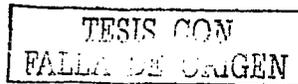
El lapso más largo lo utilizan para lo conocido como **nota comentada sobre el espectáculo**, donde participan todos los conductores como si se tratara de una plática entre amigos y en ocasiones hacen participe a sus escuchas con algún otro comentario a través de las líneas telefónicas, se considera la parte esencial en la serie.

El segundo segmento es de sugerencias para asistir a los espectáculos de moda en la industria del entretenimiento

La entrevista del personaje con la cual finaliza la emisión se puede decir que ocupan un lugar relativamente secundario dependiendo del prestigio del artista.

Dentro del análisis se hace referencia a los locutores asignándoles una sola letra de identificación que son las siguientes:

**Maxine Woodside: M**  
**Verónica Gallardo: V**  
**Ana María Alvarado: A**  
**Fabián Lavalle: L**  
**Moisés Castañeda: C**



**PROGRAMA #1 "TODO PARA LA MUJER"**

**FICHA TÉCNICA:** Grupo Radio Fórmula, 11:00 a 13:30 en el 970 AM y 103.3 FM; Transmisión del día 20 de agosto de 2001.

| ITEM   | SUSTANCIA  |
|--|--|
| <p>Presenta la locutora Maxine Woodside: - ¡Hola!- Muy buenos días estamos en su programa "Todo para la Mujer" -¿cómo están!- Nos da mucho gusto que nos acompañen.</p>  | <p><i>La enunciación que hace el locutor, es relativa al tiempo presente.</i></p>            |
| <p><b>V:</b> - <i>Vamos a empezar con los chismes</i> -. Pues resulta que nos llamó David Muñoz por el 60 aniversario del "Catacumbas" un centro nocturno,</p>   | <p><i>El locutor establece una relación con el "aquí-ahora"</i><br/><i>Qualis, cual</i></p>  |
| <p><b>F:</b> - <i>Te tocó lugar o te lo acabaste</i> -,</p>  | <p><i>Habla</i></p>  |
| <p><b>V:</b> - <i>Hijole que mentiroso eres, ahora sí te creció la nariz</i>, la vez que fui lo que si te dije fue: qué señor tan grosero, porque no me había saludado.</p>  | <p><i>Habla, quantus, adjetivo</i><br/><i>Aserción, postula un alocutorio, implícito</i></p> |
| <p><b>F:</b> - Es que no te reconoció -,</p>   | <p><i>Aserción, negación</i></p>   |
| <p><b>V:</b> - No no no... no es que me reconociera, lo que pasa es que no tienes porque conocerme sino que simplemente llegó a saludar a Fabián y yo estaba junto a él y era para que me dijera aunque sea buenas noches,</p> | <p><i>El locutor utiliza la aserción en una alocución, implícita</i></p>                     |
| <p><b>M:</b> - Aunque tú no conozcas a una persona por educación saludas a la otra</p>   | <p><i>La enunciación es implícita en la actitud del locutor.</i></p>                         |
| <p><b>V:</b> - Pero ahora resulta que David Muñoz es hermano de la Doctora Alicia Muñoz Green,</p>   |  |
| <p><b>F:</b> - <i>Una vieja amiga tuya,</i></p>  | <p><i>habla</i></p>  |

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**V:** - No precisamente, pero me llevo muy bien con ella, a la Doctora le dejó mi teléfono y le dice pues invita a Vero, pues **el jueves es el festejo del "Catacumbas"**, ubicado en el mismo lugar de siempre, el Sr. Muñoz me comentaba que mandó a hacer unas hermosas esculturas, muy lindas para entregar a las diferentes personalidades, como: Ernesto Alonso, Humberto Zurita, Cristian Bach, Jorge Durán Chávez, Jaquelin Andere, Rosita Quintana, Gustavo Rojo entre otros .

**M:-** Es seguro que si van porque son **ajonjolín de todos los moles**, también les van a entregar un reconocimiento especial a algunos periodistas muy distinguidos.

**F:** -Pasando a otro tema una conductora, Maxine so pretexto que se iba de vacaciones, pero ¡fíjate que no es así! y pues ni modo **una lengua suelta siempre te cuenta la verdad**, ya vez de esas que nunca faltan, ningunas vacaciones ni nada de eso, sino que **voló a Brasil**, estamos hablando de quién de Paty Chapoy, después de que **destrozó** por que vamos a ser honestos **quién fue** la que empezó con el lío del "Clan Trevy -Andrade": Porque digo que tiene mucha razón, vino todo un desenvolvimiento de todo este chisme.

**F:** -Salió el libro de Alin, pero Paty influyó mucho ahí, ya vez que entre Paty y Andrade hubo todo un **zafarrancho** por lo del contrato, pues bueno ahora crees, los va ir a salvar, ahora fue a buscarlo, ella no quería que se supiera. ¡Pero ni modo! se las vamos a adelantar, Paty dentro de 15 días la iba a dar como exclusiva, una entrevista que le dio Televisión Azteca, para que se las comprara y fíjate que como Sergio

**Quantus, cuándo, dónde**

**Aserción, negación, están presentes pronombres personales, del yo, el, ella, ellos**

**Habla**

**La enunciación es implícita y establecida en la indicación del tiempo presente.**

**Habla, Qualis, adjetivo**

**La enunciación es a partir de los pronombres demostrativos**

**Quantus, dónde**

**Qualis, adjetivo**

**El alocutorio esta explícito**

**Habla, lenguaje**

Andrade está desesperado por dinero aceptó después de todo lo que se han dicho en dimes y diretes, aceptó la entrevista

**M:** - Pero ¿cuánto pagó por la entrevista?,

**F:** - *¿Cómo dicen...? donde hay dinero baila el perro y como ese está necesitadísimo,* - Me contaron otro chisme que la Trevy dijo que ella ni muerta la daba y como su mamá es la que está pagando ahorita a los abogados y tan sólo en esta última etapa ha gastado más de 500, 000,00 dólares, pero como, **Andrade no tiene escrúpulos, el va encantado de la vida y la que va soltar la boca se llama Mari Boquitas,** entonces Paty Chapoy, ya vez que la semana pasada decían en el programa, hay se fue de vacaciones, anda de diligencias, **no mi reyna** está en Brasil

**M:** - ¡Pero ha de haber pagado una buena lana!

**F:** - ¡Muy buena lana!, por el pleito que hay entre ellos entonces ella va a volar para ir a hacer el contrato de la entrevista, se va volver a desaparecer de "Ventaneando" y van a decir que se fue de vacaciones, y ahora sí va a llevar la cámara para hacer la entrevista con Mari Boquitas, nada más que aquí te voy a decir algo **mi reyna**, si tu pagas una entrevista la entrevista va a ser como tu quieras, por que el que paga manda estas de acuerdo

**M:** - ¡Por supuesto que va a estar manipulada!

**F:** - Es lo que le comentaba a Verónica

*La enunciación se da como interrogación*

*Habla, Qualis Adjetivo*

*La enunciación se da en los pronombres personales referentes al yo, el ella*

*Lenguaje, Qualis, adjetivo*

*Habla*

*Habla  
La enunciación se hace a partir de la aserción en la actitud del locutor*

*Habla  
La enunciación es estructural en la ostensión de este, aquí, o pronombres demostrativos.*

*Habla, lenguaje*

*Qualis, adjetivo  
Aserción, certidumbre, posibilidad*

*La enunciación la realiza en el tú del alocutorio*

**M:** - *Sí, pero lo que no va a decir Sergio Andrade, no lo va a decir nunca, ni a Paty Chapoy, ni a dios nuestro señor, a nadie, hasta que llegue allá entregará cuentas,*

**F:** - Pero por lo menos lo saca un ratito del atolladero, porque Sergio Andrade ya no tiene ni un peso, entonces dijo pues ya ni modo vino Paty Chapoy, aun que es su peor enemiga

**M:** - *¡Cómo crees!* De la Trevy, porque de Sergio Andrade no, se conocen de mucho tiempo atrás

**F:** - *Yo nada más digo que nunca hay que hablar de esa agua no has de beber, pero Sergio Andrade se chuto el garrafón y como está tan desesperado aceptó la entrevista,* ahora la Sra. Chapoy les estará dando la exclusiva en 14 días, pero nosotros ya les adelantamos que no son vacaciones

**M:** - *Para todas las adoradas y los adorados* les tenemos cinco pases dobles para ver un espectáculo que va a durar tres meses en la ciudad, está muy divertido, por favor repórtense ya, para que puedan asistir, además vamos a regalar 25 diccionarios esfinge para primaria y 25 más para jóvenes de secundaria así que repórtese y lo atenderá nuestra telefonista Gaby.

**Qualis, adjetivo**

**Religión católica**

**La asección es positiva en el Si, y negativa en el no en la actitud del locutor**

**Habla**

**La asección como parte de la actitud del locutor, la enunciación se da en la utilización del no en forma negativa.**

**Asección, no negativo**

**Habla**

**La enunciación es parte del locutor en la asección de su actitud.**

**Habla, Qualis, adjetivo**

**Regalos, e incentivos**

**PROGRAMA #2 "TODO PARA LA MUJER"**  
**Grupo Radio Fórmula, 11:00 a 13:30 pm en el 970AM 103.3FM.**  
**Transmisión del día 27 de noviembre de 2001.**

| ITEM   | SUSTANCIA   |
|--|---|
| <p><b>M:</b> - ¡Hola!- <i>Muy buenos días, que gusto que estén en su programa "Todo para la Mujer", como todas las mañanas muy contentos de estar con ustedes Raulito Cruz, hermano de Tom Cruz en los controles</i></p> | <p align="center"><b>Lenguaje</b><br/> <b>La enunciación se da con la Ostensión en el uso de los pronombres personales, yo, ustedes</b></p> |
| <p><b>F:</b> - ¡Igualito!</p>  | <p align="center"><b>Aserción en la actitud del locutor</b></p>   |
| <p><b>M:</b> - ¡Idénticos parecen hermanos gemelos!</p>  | <p align="center"><b>Aserción en la actitud del locutor</b></p>   |
| <p><b>F:</b> - Le irán a hablar ahora en la boda con Penelope Cruz, si se llega a realizar</p>   | <p align="center"><b>La enunciación se da en la interrogación</b></p>   |
| <p><b>M:</b> - ¡Pero ya serían tres cruces!</p>  | <p align="center"><b>Aserción en la actitud del locutor</b></p>   |
| <p><b>F:</b> - ¡Hay que bárbaros! -</p>  | <p align="center"><b>Habla</b></p>  |
| <p><b>M:</b> - Pero serían Penelope Cruz, Tom Cruz, Raúl Cruz.<br/>         Ahí está Chio de la Mora en la producción y coordinación del programa, Hoy es cumpleaños de la flaca que en paz descanse</p>                 | <p align="center"><b>Aserción en la actitud del locutor</b></p> <p align="center"><b>Enunciación del "aquí-ahora"</b></p>                   |
| <p><b>F:</b> - HUUU...</p>   |   |
| <p><b>M:</b> - Cántale sus mañanitas a Susi</p>  | <p align="center"><b>Intimación, deseo, suplica</b></p>   |
| <p><b>F:</b> - <i>Ahorita anda zumbando allá con el adorado yo creo que ahorita estarán en el purgatorio, en el infierno estará fumando un puro, un tequila y zumbando con el adorado</i></p>                            | <p align="center"><b>La enunciación se ubica en el presente</b></p>   |
| <p><b>M:</b> - Pues <i>hoy sería el cumpleaños de la flaca adorada</i>, pues fijensen que hoy es santo de Facundo, Primitivo y Santiago</p>  | <p align="center"><b>Habla, lenguaje</b></p>  |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>F:</b> - Facundo Cabral</p> <p><b>A:</b> - Facundo el de la tele</p> <p><b>F:</b> - De Primitivo González el de noticieros televisa</p> <p><b>A:</b> - Santiago Creel -</p> <p><b>M:</b> - Cumpleaños de Adriana -</p> <p><b>F:</b> - <b>Adorada chapalgeca</b> -</p> <p><b>M:</b> - También está cumpliendo la esposa de Luis Ximeno, por cierto que está mucho mejor la adorada; le mandamos un beso y un abrazo</p> <p><b>F:</b> - Un beso a Virginia -</p> <p><b>M:</b> - Me dijo que iban a cumplir 50 años de casados -</p> <p><b>F:</b> - <i>Es un matrimonio Huuu ...</i> -</p> <p><b>M:</b> - Si 50 años, Pedro Weber Chatanuga está cumpliendo años y es aniversario luctuoso de Arturo Martínez en 1992</p> <p><b>F:</b> - <b>Un villanazo del Cine Mexicano</b> Nacional hizo grandes películas</p> <p><b>A:</b> - A Santiago Creel -</p> <p><b>M:</b> - Si ya lo saludamos. <i>Bueno en la mesa está Vero Gallardo , Alex Caffie y Anita la más bonita, que ahora viene más preciosa y también está Fabiruchis Lavalle. ¡Oye! no sabes que Federico Wilkins está amuinado</i></p> <p><b>F:</b> - No ¿por qué? -</p> <p><b>M:</b> - Porque va a entrar Alexis Nuñez -</p> | <p><b>Qualis, adjetivo</b></p> <p><b>La enunciación de los locutores es implícita.</b></p> <p><b>Habla</b></p> <p><b>Aserción, espera, deseo</b></p> <p><b>Lenguaje</b></p> <p><b>La aserción es positiva en el si, de certidumbre</b></p> <p><b>Qualis , adjetivo</b></p> <p><b>Qualis, adjetivo</b></p> <p><b>La aserción de forma positiva en el si</b></p> <p><b>Quantus, dónde</b></p> <p><b>La interrogación</b></p> <p><b>Aserción, certidumbre del locutor</b></p> |
|---|--|

|  |   |
|--|---|
| <p><b>F:</b> - No -</p> <p><b>M:</b> - A dos horas de su programa -</p> <p><b>F:</b> - No porqué da entrada después de nosotros -</p> <p><b>M:</b> - ¡Por eso! -, primero Hoy , luego Mujer y luego Alexis con Vida TV, que es igual a Hoy o más o menos parecidos</p> <p><b>F:</b> - No además tiene una temática diferente</p> <p><b>V:</b> - ¿Qué están peleando?</p> <p><b>M:</b> - <i>Terminaron del chongo, eran íntimos</i></p> <p><b>A:</b> - Cuando llegaron a México trabajaron juntos, llegaron a TV Azteca y de Azteca a Televisa</p> <p><b>M:</b> - Vivieron juntos -</p> <p><b>A:</b> - Trabajaron juntos -</p> <p><b>M:</b> - <i>Pero salieron deschongados -</i></p> <p><b>F:</b> - Yo digo que no -</p> <p><b>M:</b> - <i>Claro que sí y entonces se separaron y cada quién hizo sus programas, acuérdate que lo habían corrido de Televisa, pero después lo retomaron en Internet</i></p> <p><b>F:</b> - Pero lo de Marta Susana, -</p> <p><b>M:</b> - Eso fue mucho antes que lo de Marta Susana, pero volvió a retomar en internet y luego a " Vida TV", y lo mandaron al canal del desagüe al 4, ahí nadie te va a ver</p> <p><b>F:</b> - Pero le va bien -</p> | <p><b>Ostensión, pronombre personal nosotros</b></p> <p><b>Aserción certidumbre</b></p> <p><b>La enunciación es implícita</b></p> <p><b>Interrogación en la enunciación</b></p> <p><b>Habla</b></p> <p><b>Aserción actitud del locutor</b></p> <p><b>Habla</b></p> <p><b>La enunciación es explícita</b></p> <p><b>Lenguaje</b></p> <p><b>Aserción positiva en la afirmación</b></p> <p><b>La enunciación implícita en la actitud del locutor</b></p> <p><b>Habla</b></p> |
|--|---|

**M:** - ¡Está muy bueno!, pues el programa le ha funcionado, por eso se va al canal 2 en el lugar de "Aquí entre dos" y luego va hacer un programa en el lugar de "Trapitos al Sol"

**A:** - Pero es el antiguo "Hoy" porque bailan como Andrea y Martha Carrillo

**M:** - Bailan y hacen todo eso, Que todo México se entere la Bodoquito, pero "Hoy" y "Vida TV" son lo mismo, separados por Silvia Pinal

**A:** - Pero ya no está el otro conductor porque dicen que llegaba algo tomadito al programa, me lo contó una gente de ahí

**M:** - Pero tuvo problemas con Alexis Nuñez, se peleó con él ¡aunque mira que raro! ¿quién? se pelea con él, ya sabes como Marta Susana, Talina Fernández

**A:** - Aunque a quien debería de hacer una comida Don Emilio Azcárraga, como no lo contaste ayer, debería de ser a Silvia Pinal, porque *su programa es a prueba de fuego*, el horario que le pongan tiene rating

**M:** - ¡Con decirte que hasta repeticiones!

**A:** - Sábado, entre semana en la mañana, en la tarde tiene rating, realmente ¡debería de hacerle una gran comida!

**M:** - Pues ya va a cumplir 17 años al aire precisamente en diciembre

**F:** - Te acuerdas Vero, que fuimos a una comida hace huuu ..

**V:** - ¡ Pero hace un chorro de tiempo! -

**Qualis, adjetivos**  
**La enunciación se da en el tiempo presente, en el "aquí-ahora"**

**Las enunciación es explícita**

**Qualis, adjetivo**  
**La enunciación se da en la actitud del locutor**

**Ostensión pronombres personales del yo, el**

**Qualis adjetivo**  
**Enunciación, explícita**

**Lenguaje, habla**

**Qualis, adjetivo**

**Aserción, certidumbre**

**Aserción, certidumbre**

**Enunciación del tiempo presente**

**Lenguaje, Habla**

**F:** - ¿Acuérdate que fuimos a una segunda?

**M:** - Pero cada año hace su comida, pues ahorita en diciembre cumple 17 años

**A:** - ¡Pues deberían de hacer un fiestonon!

**A:** - ¡Oye! - *Maxin tú que eres su cuatacha ¿tiene novio?* porque el otro día la vi en el cine ¡con un señor muy guapo!, no sabes como le compro palomitas y hasta le hizo la caravana para que se sentara

**M:** - ¡Está feliz de la vida, imagínate el amor hace milagros!

**A:** - ¿Qué? nos ibas a contar

**M:** - Que *me habló una comadre* de Univisión, que Cristina Saralegui sale del aire el día 14 de diciembre

**A:** - ¿Pero cuánto duro?

**M:** - Cristina tiene 15 años al aire, pues como es la vida porque *Ven que les conté que vi a Marta Susana con Cristina, en el que ¡llegó Marta Susana guapísima y robo cámara!* porque ya vez que es muy buena hablando, la dejó ahí sentada, además *eran de esos días en que vienes con el guapo*

**F:** - Fíjate que en la entrega de los "Gramis" o los premios "Lo Nuestro" ¡se veía impresionantemente guapa!

**M:** *pues a Cristina la dejó muda en el programa y me dije ¡que bárbara se la merendó! pues haber si no le quita el puesto*

### Enunciación, interrogación

La enunciación se produce en el presente, "el aquí-ahora"

Lenguaje, habla  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

Habla  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

Qualis, adjetivo  
Aserción, certidumbre

### Enunciación, interrogación

Habla  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

Qualis, adjetivo, lenguaje  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

Qualis, adjetivo  
Aserción, certidumbre

Habla, lenguaje  
Aserción en la actitud del locutor

**A:** - ¡Pero crees!

**M:** - *Pues con la pena -*

**A:** - ¡De poder, sí puede!

**M:** - *Pues mi madre salió de la junta, pues el día 14 es la última emisión de Cristina el 15 serán repeticiones hasta el último día del año*

**A:** - ¿Y Marta Susana?

**M:** - Pues a mí me llamó una amiga desde Miami, venía en el periférico y me dijo que Cristina se terminaba, pero Marta Susana quedaría en su mismo horario y Cristina en el programa semanal

**F:** - Si es un programa, que lleva a sus invitados aparte, lleva a la directora Cristina y por medio de internet luego entrevista al artista

**A:** - A raíz de que compró sus estudios ¡horita, *se estaría cortando las venas!*

**M:** - Pero me contó que Cristina había hecho una inversión de 10 millones de dólares en sus estudios de grabación, que aparte se queda sin el programa, pero también me estaba contando que hace tres años Telemundo le hizo una propuesta millonaria pero no la aceptó

**A:** - *Pues la que estará brincando de gusto será Laura Bozo*, pues le trasladan su programa a Miami, además Laura y Cristina se pelearon

**M:** Precisamente Cristina no se quiso ir a Telemundo, por eso contrataron a *Laura, es horrible pero le está yendo bien pues entonces al irle bien a*

**Habla**

**Habla, Quantus, dónde, cuándo**  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

**Aserción, certidumbre, posibilidad**

**Aserción, certidumbre**

**Lenguaje, habla**  
La enunciación en el "aquí-ahora"

**Habla**  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

**Qualis, adjetivo**  
La enunciación en el "aquí-ahora"

**través de Telemundo, por eso se cambio de Perú a Miami el programa sale de Miami**

**F: - ¿Se irá quedar Marta Chu?**

**V: - En el primer programa le fue mal**

**M: - Si pero a Marta Susana en la primera semana le fue mal**

**A: - Pues nos contaste que la mandaron a un crucero**

**M: - Pero después del primer serial y luego repunto el programa, pero yo digo que a los programas se les debe de dar tiempo, pues total ya tienen un buen rating en la mañana**

**A: pues Marta Susana es una mujer muy culta y muy positiva, ella cuida sus talk-shows, pues crea una polémica, pero sin llegar a los golpes**

**M: - Pues ese programa que hizo en televisa le dio rating en Miami, por eso la contrataron, al principio no les funcionó y luego le dieron tiempo**

**A: - ¡Por eso nada es para siempre!**

**M: - Se rumora que es Marta Susana en Univisión de 3 a 4, hasta hoy es chisme**

**F: - Pues ahorita quien se está cortando las venas en TV Azteca por que se está viendo o bien dicho están haciendo un casting para ver quien se queda con el lugar de Omar Fierro, es Marco Muñoz el hermano de Susana Ximenez a las dos a Laura Luz Creo**

**A: - ¡A mí me gustaría que regresara Leonardo Daniel!**

**F: - Pero tiene telenovela**

**Habla  
Enunciación en la interrogación  
Aserción certidumbre  
La enunciación se produce en la  
actitud del locutor**

**El locutor se apropia de la  
enunciación explícitamente**

**Qualis, adjetivo  
Aserción, certidumbre**

**Ostensión, pronombres  
demostrativos**

**Lenguaje**

**Aserción, espera, deseo**

**Habla  
Enunciación del locutor en el  
"aquí-ahora"**

**aserción, espera, deseo**

**V:** - ¡Pero no!

**A:** - Tienes razón Vero, fijate que estaba platicando con una amiga de la producción de "Tempranito" y le dije ¿qué pasó con la muchachita que apenas comenzaba en el equipo de José Ramón Fernández?, ni sabía su nombre ¡a Vanesa! le secuestraron a un familiar y por eso salió del programa ahorita está en otro lado

**F:** - ¡Si por la inseguridad!

**A:** - Déjame decirte que el 30 de noviembre Andrés Puente tocara el timbre de la casa de Tatiana pero no va solo

**M:** - El problema deberían arreglarlo entre ellos, por que los que sufren son los niños, es como Abril del Moral y Mario Ivanova en donde la lanzó de su casa y lo que más tristeza me dio es ver el banderín tirado del niño que era del América

**F:** - Un invento lo de Adriana y - Héctor Terrones, salió de pleito con él, la nota dice que Federico Wilkins, ¡él que nunca se mete en tu vida íntima!, y Héctor dice que le impuso a Adriana que no se pusiera el vestido que diseño Héctor ¡Yo no lo creo!

**La enunciación se produce en la actitud del locutor**

**La enunciación es explícita, pues postula al alocutor**

**Aserción, certidumbre**

**La enunciación se produce en la actitud del locutor  
Quantus, dónde**

**Ostensión, pronombres personales,  
Yo, ellos**

**Lenguaje y habla  
Aserción, certidumbre**

**PROGRAMA #3 "TODO PARA LA MUJER"**

**Grupo Radio Fórmula, 970AM y 103.3FM, 11:00 a 13:30 transmisión del día 14 de diciembre de 2001**

| ITEM   | SUSTANCIA  |
|--|--|
| <p><b>M:</b> ¡Hola! Como están, estamos en su programa "Todo para la Mujer", como siempre en la mesa Vero Gallardo, Fabrichis Lavalle y Moy Castañeda.</p>   | <p><b>Lenguaje, habla</b><br/> <b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p>  |
| <p><b>M:</b> ¿Qué nos ibas a contar?</p>   | <p><b>La enunciación en la interrogación</b></p>   |
| <p><b>V:</b> - Les iba a contar que para marzo, todavía no está la fecha exacta, lo va a presentar en Teotihuacán, el concierto lo va a hacer en beneficio del mismo pueblo, no se si fue pero quedo maravillado y le dio por ayudar al pueblo pues a él le gustaría reunir a mucha gente en marzo</p> | <p><b>Quantus, dónde</b><br/> <b>Aserción pronombre personales</b><br/> <b>Yo, tu, el</b></p>  |
| <p><b>C:</b> - <i>Él es un talentoso Coboz</i>, pues ya vez que dio un concierto en la Grutas de Cacahuamilpa, tiene grabada música mexicana</p>   | <p><b>Qualis, adjetivo</b><br/> <b>Aserción, certidumbre</b></p>                               |
| <p><b>M:</b> - Pues, él quería hacerlo en Teotihuacán, pero no lo dejaron</p>  | <p><b>Aserción, posibilidad, certidumbre</b></p>   |
| <p><b>V:</b> - Por eso él ofreció que todo lo que se recaude es para el pueblo</p>   | <p><b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p>                              |
| <p><b>C:</b> - Pero no lo dejaron. ¡por eso Luis Miguel va presentar su nuevo disco en Miami!, en la residencia del diseñador Versace</p>  | <p><b>Aserción del no como efecto negativo</b></p>   |
| <p><b>M:</b> - Pues fíjate que ayer, por cierto estuve platicando con Dario León, porque fue Cristian a los "Trapos", ¡que por cierto que bonito se ve con el <i>cabello corto!</i></p>  | <p><b>Qualis, adjetivo</b><br/> <b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p> |
| <p><b>V:</b> - Se lo dejaron güero, güero</p>  |  |

**M:** - Si lo trae bien cortito. Pues teníamos que platicar con Cristian, pero recuerda que en televisión es un minuto, *pues me dijo Dario de León, que el rollo que inventaron que le habian enseñado el disco de Luis Miguel, que él se había enojado, me dice que no es cierto*, no sabe de donde sacaron eso por lo que él cree que Luis Miguel no vino a México, también eso de que no le dieron el Castillo de Chapultepec, lo invento el manager de Luis Miguel y que estaba enojado porque le habian enseñado el material de Cristian, pero nada de eso es cierto.

**C:** - ¡Pues debería de demandar por utilizar su nombre!

**M:** - No tampoco, pues como si no supieras para que utilizan el nombre, como eso que sacaron que el Teacher sale de Televisa, pues recuerda que vende, dice Dario de León que no es cierto

**V:** - Pero *ahora resulta que los periodistas son una bola de mentirosos, siendo que es muy fácil que el artista diga declaraciones y después que diga que yo no fu*, pues es como Laura Zapata y la Gaby Spanick ahora no es cierto

**M:** - Si es cierto porque a Fabián y a mi no lo dijo

**C:** - Hay un programa grabado

**M:** - Pues hay muchas que son *amnésicas*. Por eso no quiso venir Luis Miguel a México

**F:** - Fijate que ayer que fui en un recorrido por varias tiendas no vi que compraran los discos

**La enunciación es explícita  
Se produce en el "aquí-ahora"**

**Lenguaje**

**Intimación, sugerencia**

**Aserción del no en forma negativa**

**Qualis, adjetivo, habla**

**La enunciación se produce en la  
actitud del locutor**

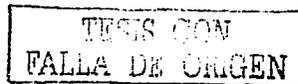
**Aserción del si en forma positiva**

**Aserción, certidumbre**

**Aserción certidumbre  
Qualis, adjetivo**

**La enunciación es explícita  
Se produce en el "aquí-ahora"**

|   |  |
|---|--|
| <p><b>M:</b> - ¡Pero ya los rebajaron!</p>  | <p><b>Aserción certeza</b></p>   |
| <p><b>F:</b> - Sí cuestan 199.90</p>  | <p><b>Aserción del si en forma positiva</b></p>  |
| <p><b>C:</b> pues alguien le preguntará que México lo vio crecer</p>  | <p><b>Intimación sugerencia</b></p>  |
| <p><b>F:</b> - ¡Pues ojalá que le pregunten!</p>  | <p><b>Aserción espera, deseo</b></p>   |
| <p><b>C:</b> - ¿Qué? ya se le olvidó que aquí comenzó, pero va a dar media hora de conferencia</p>  | <p><b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p>                                |
| <p><b>V:</b> - Ahorita que estoy viendo las fotos de Abril del Moral y recordando lo que dijiste ayer uno viendo esto siente feo</p>  | <p><b>Intimación sugerencia</b></p>  |
| <p><b>M:</b> - ¡Y la entrevista que con los niños llorando abre todo Valentina la niña!</p>   | <p><b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p>                                |
| <p><b>F:</b> - <i>¡Hay que ser gente decente, pero con buenos pensamientos!</i></p>   | <p><b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p>                                |
| <p><b>M:</b> - Pues te digo que la banderita del América tirada me dio mucha tristeza y coraje</p>  | <p><b>Intimación sugerencia</b></p>  |
| <p><b>V:</b> Nada le cuesta que le digan vete en una mudanza en dos horas voy y vengo, como lo que le paso a Carlos Ignacio que hasta la comida del refrigerador en la calle, pues en la mañana le tocaron un abogado, un notario y unos cargadores</p> | <p><b>Qualis, adjetivo</b></p> <p><b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p> |
| <p><b>M:</b> - Por lo menos que te digan, ¡te doy 24 hrs. para dejar el lugar sino te echo a la calle!</p>  | <p><b>Intimación sugerencia</b></p>  |
| <p><b>C:</b> - Pero antes te dejan un aviso</p>   | <p><b>Aserción certidumbre</b></p>   |
| <p><b>V:</b> Pero a Carlos Ignacio le tocaron nada más</p>  | <p><b>La enunciación se produce en la actitud del locutor</b></p>                                |



**F:** - Yo se que te mandan tres avisos, **¡pero lo hace de mala leche!**, pero por eso llega el abogado y te dice que es cosa tuya

**M:** - Pues ¿quien sabe?

**F:** ¡Pues con lo de Tatiana ahí se demuestra que nunca lucraron con Tatiana! porque la casa es muy modesta, pues el techo del garaje se está cayendo una vez más, los muebles son de hace 40 años

**M:** - Pues ahora regresando les cuento ¿qué actriz está embarazada?.

**C:** - Pues Adela Micha va a conducir Big -Brother

**M:** - Es para quien quiere participar

**C:** - Es un programa donde van ha convivir 12 personas, 6 hombres y 6 mujeres, en una casa donde va haber 4 micrófonos 40 cámaras, en donde 12 personas no van a tener acceso a nada, encerrados durante cuatro meses

**M:** - Este programa ha sido un éxito

**C:** - En Holanda, España, Argentina entre otros, los televidentes van a votar por quien sale

**M:** - Ellos van a escoger quién va a ganar 200mil dólares

**C:** - El lunes a las 9:00pm por el canal 5 se lanza la convocatoria a todas las personas mayores de 21 años, con una situación mental estable, podrán participar para encerrarse en una casa abandonando su familia

**M:** - Tenemos **regalitos para los**

**La enunciación se produce en la actitud del locutor**

**Interrogación**

**Aserción certidumbre**

**La enunciación se produce en la actitud del locutor**

**Aserción certidumbre**

**Intimación sugerencia**

**Qualis, adjetivo  
Aserción certidumbre**

**Aserción certidumbre**

**Qualis, adjetivo  
Aserción, certidumbre**

**Ostensión, pronombre personal ellos**

**Quantus, dónde, cuándo  
Intimación sugerencia  
La enunciación se produce en la actitud del locutor**

**changarras torcidos de Fox10 pases dobles para hoy miércoles a las 8:00pm y 5 para el jueves en la noche en San Jerónimo, pero también los Creysi Paris nos mandaron 10 boletos en escenaria**

F: - Te voy a contar quién tuvo un resbalón afuera de su casa, Karla Alvarez

M: -¿Cómo? En su casa

F: - Sí en su casa

M:- ¡Pero la vi bien bonita en la boda de Chantal!

F: - *Sufrió un chancleso* en su casa pero afortunadamente no paso a mayores, Karlita te mandamos muchos besos recupérate pronto

M: - Pablo Montero se casa en diciembre con Araceli Arambula, me contó Claudia Dominguez por el celular

C: - ¡Oye! - ¿cuándo nace el bebé de Isabel de Pandora? En enero y también Paola la hija de Mariana Levy

F:- No es verdad que fui a la boda, pero lo que si es verdad, mi obra no estaba tan aburrida como lo dicen el gordo y la flaca, donde salió Laura Flores pero

C:- Lo que si es verdad, es que la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, entregará el premio Onda en España a tres reconocidos mexicanos, como Juan Gabriel, Paulina Rubio y Gutiérrez Vivo

M: muy merecido homenaje

M: pues les cuento que Televisa, según

Lenguaje, habla  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

Enunciación, interrogación

Aserción certidumbre

Qualis, adjetivo  
Intimación, sugerencia

Lenguaje, habla  
Intimación sugerencia

Quantus, dónde, cuando

Interrogación  
Aserción, certidumbre

Quantus, cuándo, dónde  
Intimación sugerencia

Aserción, certidumbre  
La enunciación se produce en la actitud del locutor

Qualis, adjetivo

me comentaron en la fiesta del programa de Sofia Villalobos se termina, pero yo le pregunté y me dijo que se hizo un contrato más donde tenían contemplado lo que iban a gastar

**V:** - Déjenme les digo que en octubre se comenzó a grabar la serie de Bety la Fea, en donde se va a basar en el cuartel de las feas

**M:** - Mañana una diseñadora va a presentar una línea de camisetas en homenaje a las estrellas, a las 8:00pm, Raquel Orozco y tenemos 5 playeras de tinta, están bonitas comunicuensen. También les quiero contar que Tatiana entra en telenovela en Televisa

**F:** - ¡Cómo crees!

**M:** - Pues ahorita no tiene dinero y la están apoyando, ya que no se ha puesto de acuerdo con su esposo en la separación de bienes, pues Nicandro Díaz comienza su telenovela lo que fue "Vivan los niños" o lo que fue "Carrusel"

**M:** - Le va a tocar el papel de la maestra Ximena, creo que la va a ser porque tiene bebes y además le toco ser Valentina con Verónica Castro te acuerdas

**F:** - Hay una exposición pictórica de Octavio Campo en el Casino Español a las 8:00pm con paloma

**Quantus, cuándo, dónde  
Aserción, certidumbre**

**Qualis, dónde**

**La enunciación en el  
"aquí-ahora"**

**Intimación sugerencia**

**Qualis, adjetivo  
Aserción, espera, deseo**

**La enunciación se produce en la  
actitud del locutor**

**Quantus, dónde, cuándo  
Intimación sugerencia**

A partir del desligamiento en las frases del discurso radiofónico, se deduce las siguientes conclusiones:

La temática principal dentro de este programa hace referencia a los chismes o información que surge en torno a la vida privada de los personajes públicos de la industria del entretenimiento, principalmente los actores, actrices, cantantes, productores, conductores, etc.

La crítica especializada es necesaria para dar distintas perspectivas de un mismo fenómeno. Así los programas de espectáculos se han convertido en una verdadera aberración en los medios de comunicación los cuales son creados con tres funciones específicas que son informar, educar y finalmente entretener al receptor.

En los medios electrónicos ha surgido una constante disputa por la audiencia, por tal motivo se ha caído en los excesos, puesto que las normas que rigen a estos establecen que no deben de transmitirse contenidos que vayan en contra de los principios morales de la población, sean ofensivos, o agresivos hacia las personas, sin embargo es algo que no se cumple y lo podemos corroborar con tan sólo encender la televisión o sintonizar la radio.

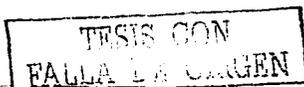
"Artículo 4º.- La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

Artículo 5º.- La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones procurarán:

I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

Artículo 10.- Compete a la Secretaría de Gobernación:



I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;

III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión".<sup>58</sup>

Las series de espectáculos hasta cierto punto van en contra de lo que dice esta norma. Sin embargo tampoco se puede decir que sean buenas o malas para el radioescucha, lo verdaderamente preocupante es que los concesionarios dediquen tantos espacios radiofónicos al entretenimiento, es un hecho que la mayor parte de los receptores de la radio necesita esparcir su mente en diferentes cosas, lo cual no significa que las programaciones sean tan superficiales, tiene que haber interés en transmitir algo a los demás, ideas, pensamientos, reflexiones que le puedan ser útiles en su vida práctica.

Pero ¿qué es la moral? en un enfoque distinto, según la perspectiva de ***"Nietzsche la considera como un producto de los prejuicios, la confianza y seguridad que acepta como condición las buenas costumbre, en las que siembra la duda de la violencia y la desconstrucción de las cosas"***.<sup>59</sup>

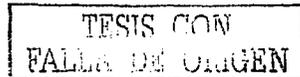
La reflexión que hace Nietzsche, hace énfasis en que las normas sociales por las que se rige la sociedad no están dadas, se adecuan al momento y espacio en que se desarrollan, mediante un proceso de construcción y desconstrucción de las situaciones a las que se enfrenta el humano.

La serie Radiofónica Todo para la Mujer puede ser considerada la pionera del Radio Espectáculo, puesto que ya tiene 13 años de transmisión al aire en el mismo dial radiofónico; su titular la Sra. Maxine Woodside, declaró para el diario Reforma que su programa surge:

---

<sup>58</sup> Ley de Radio y Televisión

<sup>59</sup> Cfr. Federico Nietzsche, Humano Demasiado Humano, Editores EMU, México1994, p. 7-10



- "Con una propuesta de establecer un foro de expresión neutral para los artistas del dúo polio establecido por las principales industrias del espectáculo.
- Dar a conocer y recomendar los espectáculos de mayor interés para el público, de acuerdo con sus necesidades individuales".<sup>60</sup>

Cada uno de los locutores que participan en dicho programa, ya están plenamente identificados por su radio escucha a través de su forma de hablar, como bien sabemos en la radio se recrean imágenes a partir de la palabra, por lo que el sentido auditivo es plenamente desarrollado en el género de la Radio Hablada.

**Angel Faus Belau** menciona que el público que escucha programas hablados concentra una mayor atención en el contenido y mensaje que le son transmitidos, puesto que en el caso de la radio musical se da una acción contraria ya que le da un medio propicio al individuo en el que se encuentra en una constante introspección hacia sus propios pensamientos y sentimientos, desconectándose de su mundo exterior.

En lo que respecta al lenguaje la Sra. Maxine Woodside se caracteriza por su forma de dirigirse al radio escucha, y es uno de los factores por los que su público se identifica con ella, ya que como menciona Benveniste en su obra *Categorías del lenguaje*, **Los mensajes que se transmiten muchas veces adquieren un significado en cómo se dicen y no en lo que se dice**

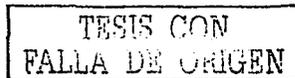
"El Pensar y Hablar son dos actividades distintas por esencia que se conjugan por la necesidad práctica de la comunicación, pero tienen cada una su dominio y sus posibilidades independientes".<sup>61</sup>

"El lenguaje en tanto es hablado es empleado para transportar lo que queremos decir, el contenido del pensamiento es difícil de definir en sí, como no sea por caracteres de intencionalidad y estructura psíquica, que recibe su forma en la lengua".<sup>62</sup> Un aspecto que sin duda se relaciona con el éxito de éste, pues se hace énfasis a la parte emotiva del individuo.

<sup>60</sup> D. Olvera, Claudia, Columna Frecuencias, Reforma, Sección Primera Fila 20-10-00, p. 44

<sup>61</sup> Emile Benveniste, Op. cit., p. 63

<sup>62</sup> Emile Benveniste, Ibidem, p. 65

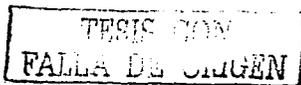


El locutor Fabián Lavalle es uno de los personajes que más se distinguen de su equipo de colaboradores, puesto que ha creado su propio vocabulario, que puede considerarse parte del "caló", por ser parte del léxico de la mayoría de los que lo escuchan. Al crear frases como: tequilauer, catrelauer, zumbar, entre otras. Encontramos que son parte también de un vicio de dicción llamado cacofonía "Efecto desagradable o de difícil articulación que resulta de la inarmónica combinación de los elementos acústicos de la palabra".<sup>63</sup>

Las periodistas Verónica Gallardo y Ana María Alvarado, tienen su propia forma de expresión que es sencilla y coloquial para el escucha, pero algo palpable dentro de su lenguaje es el constante establecimiento que hacen de juicios de valor y adjetivos calificativos, que es un rasgo característico de todos los participantes de este programa.

En cuanto a su estructura, la enunciación que se hace dentro del discurso podemos situarlo en la teoría de Austin "sobre los actos del habla, señala que las expresiones como el significado que se les asigna se relacionan con la manipulación que se da en los interlocutores".<sup>64</sup> El uso de los enunciados performativos establecen un compromiso personal para el emisor , a través de un significado de reciprocidad, el acto locutivo que se dice proviene del hablante y modifica la relación con su interlocutor, sería un poco complicado el precisar su utilización, pero en el manejo del lenguaje de los conductores de la serie "Todo para la Mujer " se hace uso de ellos en ocasiones muy dispersas.

Desde un enfoque muy general, a través de la clasificación y elementos de la enunciación se puede tener la certeza que la función que cumple la enunciación dentro de este discurso radiofónico es la apropiación que se da en el receptor del lenguaje e información que emite el locutor. Emilee Benveniste señala no funciona como un instrumento de reflexión, sino como un modo de acción, se puede interpretar en la actitud que crea el locutor, respecto a un personaje o tema en específico, la cual casi siempre es respaldada por su radioescucha.



<sup>63</sup> Diccionario de Comunicación Tomo I de la A-H

<sup>64</sup> Beristain Helena, Op.cit.,p. 27



### **CAP. III EL PERFIL DEL RADIO ESCUCHA**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 3.1 ENTORNO SOCIOLOGICO DEL RADIO ESCUCHA

Ya conocimos las posturas u opiniones de quienes producen los programas de Radio Espectáculo, también se realizó un análisis del lenguaje que se utiliza en éstos tomando como plataforma tres transmisiones del programa "Todo para la Mujer" por ser el de mayor antigüedad en su género y el de más alto rating, principalmente en el área metropolitana, según publicó el diario Reforma.

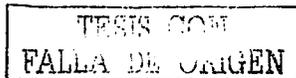
Entre los principales rasgos que se encontraron del radioescucha es que en su mayoría son señoras de 25 a 40 años, amas de casa y trabajadoras de oficina que ven en su radio una compañía en sus labores cotidianas, el nivel social es variado desde una educación básica hasta una carrera profesional, coincidieron en que **lo que hace más atractivo del mensaje que escuchan es el cómo lo dicen**, la familiaridad se da entre emisor y receptor con mucha facilidad.

Sin embargo, uno de los objetivos que cumplió esta investigación es el conocer las características físicas y psicológicas, que definen el perfil del radio escucha consumidor de dichos programas; lo cual se llevó a cabo mediante la aplicación de 300 cuestionarios en donde se plantearon interrogantes que nos pudieran proporcionar datos lo más precisos posibles respecto a la temática principal.

El sondeo fue realizado en el Municipio de La Paz, Edo. de Méx. Debido a su cercanía con el Distrito Federal y las condiciones socio- económicas de sus habitantes, se sabrá que tanta aceptación tienen los programas de farándula .

Partiendo del esquema clásico de lo que conocemos como E -M- R, el emisor, es el que emite el mensaje, también conocido como fuente o decodificador , el mensaje es el canal o vínculo que se establece para comunicarse con el receptor "Hemos definido al mensaje como el producto físico verdadero del emisor o encodificador, cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje, cuando escribimos lo escrito, cuando pintamos el cuadro; finalmente si gesticulamos los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro constituyen el mensaje".<sup>65</sup>

<sup>65</sup> Berlo David, El Proceso de la Comunicación Introducción a la Teoría y Práctica, México 1985 p. 34-35.



En éste hay por lo menos, tres factores que tienen que ser tomados en consideración:

- 1) El código,
- 2) El contenido,
- 3) La forma

En que es trabajado el mensaje. Al hablar de código, contenido y tratamiento como factores del mensaje podemos hacerlo con respecto a dos cosas: los elementos de cada uno y la forma en que estos elementos se hallan estructurados.

"El decodificador o receptor, es la persona que se halla en el otro extremo del proceso de comunicación, es el que recibe o decodifica el mensaje." Dentro del esquema comunicativo, lo que nos interesa resaltar es la fuerza que adquiere el mensaje o contenido dentro de un medio como es la radio.

Como parte de este estudio retomamos lo designado como teoría del receptor, en el cual se establece el papel que desarrolla durante el proceso comunicativo, clasificándolo de acuerdo a las conductas o consecuencias que modifica en el individuo.

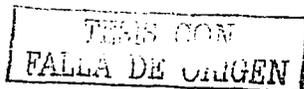
- 1) En el Comportamiento
- 2) En el Saber
- 3) Las Opiniones
- 4) La órbita emocional
- 5) En las esferas profundas de lo psíquico".<sup>66</sup>

De las que sólo retomaremos dos tipos de efecto, puesto que sus conceptos se relacionan con los contenidos de las series de espectáculo.

**Efectos en el Campo del Saber:** "No hay duda de que los hombres enriquecen su saber por medio de la comunicación social, recogen informaciones, fechas e interpretaciones; en una palabra que "aprenden", la investigación sobre los efectos se afana primeramente en descubrir los factores y momentos que participan en el proceso de la percepción y retención del saber.

---

<sup>66</sup> K Berlo David, Op.cit, p. 40-43



Por ejemplo, la dependencia que guarda este proceso, con el contenido y la configuración de los mensajes con el respectivo medio, las características personales, sociales y de situación del propio receptor; con su edad, sexo, inteligencia erudición etc; con la pertenencia a grupos informales, las relaciones entre el mensaje y predisposición del receptor". Se hace referencia a las condiciones que influncian al receptor, lo podemos ligar al diferente enfoque de un hecho, dependiendo de nuestra formación individual; si tomamos en cuenta lo variado del público de la Radio de Espectáculo.

**Efectos en la Órbita Emocional:** "Es conocido también como "Efecto Estimulativo". Aquella sensación de soltura, alegría y desprendimiento que originan muchas cintas, probablemente los programas de radiodifusión y televisión que frecuentemente siguen surtiendo efectos en la fase pos-comunicativa". Por ejemplo, muchas amas de casa norteamericanas reportaban que las series de difusión radial les proporcionaba alivio y asistencia vital, con tal oportunidad podían llorar alguna vez ya que experimentaban además la sensación de que otras personas tienen preocupaciones similares, pues los radio escuchas se identifican con figuras de prestigio y encuentran sugerencias y modelos de comportamiento, para subsanar sus problemas de la vida diaria".<sup>67</sup>

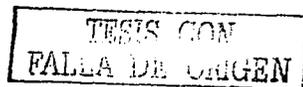
Sin duda uno de los factores que se manejan más frecuentemente con el receptor, es su conexión emocional, en el caso del radio espectáculo se da continuamente, ya que las personas suelen verse reflejados en sus artistas y sus problemáticas, adquiriendo también formas de comportamiento.

Como todos sabemos las condiciones sociales, económicas y políticas de un país crean un clima tenso en los miembros de su sociedad, por lo que tendemos a buscar un medio que nos sirva para escapar o distraernos de nuestra propia realidad.

En el caso particular de México es un país que constantemente ha sufrido severas crisis económicas recurrentes, la escasez de empleo, inseguridad, y el discurso de promesas de políticos ya desgastado con el tiempo, pues día con día nos percatamos de su ineptitud e ineficiencia para gobernar en pro del beneficio común de una nación.

---

<sup>67</sup> Aceves Ignacio, Antología de la Comunicación ENEP Acatlán, p. 95-97.



Sólo se preocupan por disputarse el poder en su propio beneficio, es algo tan evidente que las personas se cansan de escuchar siempre lo mismo y el enfrentarse a los problemas cotidianos, son algunas situaciones por las que se busca distraerse o entretenerse con otro tipo de contenidos que no sea el informativo, lo cual es bien aprovechado por los medios de comunicación como son: la Radio y la Televisión.

Actualmente en Amplitud Modulada existen 37 estaciones concesionadas y 7 permisionadas de Amplitud Modulada, 30 concesionadas y 5 permisionadas de Frecuencia Modulada en el Valle de México según datos de la CIRT (Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión), considerada un espacio exclusivo para la Radio Hablada, aunque ha ido cambiando su concepto de programación con el tiempo. En nuestro objeto de estudio, nos encontramos que unos de los formatos más explotados es el Radio Espectáculo, de las estaciones que transmiten, por lo menos la mitad de estos cuenta con un programa de este tipo en el aire de las cuales Radio Fórmula Cadena Nacional es de las más destacadas, ya que cuenta con 4 series dedicadas a los espectáculos y entretenimiento en su barra programática.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Radio Fórmula del 970 AM, Cadena Nacional # 1 en Radio Hablada**  
**Slogan: La Comunicación Continua, La Fórmula es nuestra Fórmula**  
**Barra de Programación**

| <b>PROGRAMA</b>                                  | <b>CONDUCTOR</b>               | <b>DÍAS</b>            |
|--|--------------------------------|------------------------|
| <b>KELLY, LAMMOGLIA Y LA FAMILIA</b>             | <b>Patricia Kelly</b>          | <b>Lunes a domingo</b> |
| <b>CLUB NOCTURNO</b>                             | <b>Rosa María Torres Nava</b>  | <b>Lunes a domingo</b> |
| <b>BUENOS DÍAS</b>                               | <b>Héctor Martínez Serrano</b> | <b>Lunes a domingo</b> |
| <b>CÚPULA EMPRESARIAL</b>                        | <b>Oscar Mario Beteta</b>      | <b>Lunes a viernes</b> |
| <b>SALUD Y BELLEZA</b>                           | <b>Alfredo Palacios</b>        | <b>Lunes a domingo</b> |
| <b>TODO PARA LA MUJER</b>                        | <b>Maxine Woodside</b>         | <b>Lunes a domingo</b> |
| <b>LÓPEZ DÓRIGA</b>                              | <b>Joaquín López Dóriga</b>    | <b>Lunes a domingo</b> |
| <b>INFORMULA</b>                                 | <b>Jorge Berry</b>             | <b>Lunes a viernes</b> |
| <b>FÓRMULA DE LA TARDE</b>                       | <b>Ciro Gómez leyva</b>        | <b>Lunes a viernes</b> |
| <b>LA FÓRMULA ES...</b>                          | <b>Raúl Orvañanos</b>          | <b>Lunes a viernes</b> |
| <b>EDUARDO RUIZ HEALY Y SUS 40 COMENTARISTAS</b> | <b>Eduardo Ruiz Healy</b>      | <b>Lunes a viernes</b> |

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

|                                |                               |                        |
|--------------------------------|-------------------------------|------------------------|
| <b>FÓRMULA FINANCIERA</b>      | <b>Maricarmen Córtes</b>      | <b>Lunes sábado</b>    |
| <b>LA MANO PELUDA</b>          | <b>Juan Ramón Saenz</b>       | <b>Lunes a viernes</b> |
| <b>BIO-NATURA</b>              | <b>Dr. Abel Cruz</b>          | <b>Lunes a sábado</b>  |
| <b>ALGO MÁS QUE PERIODISMO</b> | <b>Cristina Pacheco</b>       | <b>Domingo</b>         |
| <b>LA FÓRMULA DEL TURISMO</b>  | <b>Liz Vega</b>               | <b>Sábado</b>          |
| <b>CON VALOR Y CON VERDAD</b>  | <b>Gustavo Renteria</b>       | <b>Lunes a sábado</b>  |
| <b>FRENTE A FRENTE CON</b>     | <b>Lolita de la Vega</b>      | <b>Lunes a sábado</b>  |
| <b>LA MUJER ACTUAL</b>         | <b>Janett Arceo</b>           | <b>Lunes a sábado</b>  |
| <b>ULTIMA PALABRA</b>          | <b>Gustavo Adolfo Infante</b> | <b>domingo</b>         |
| <b>ESTUDIO 50 Y TANTOS</b>     | <b>Jaime Almeida</b>          | <b>domingo</b>         |

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**Para obtener los rasgos característicos del auditorio del programa "Todo Para la Mujer" el cuestionario que se utilizó es el siguiente:**

**Nombre:**

**Sexo:**

**Edad:**

**Nivel de estudios:**

**Ocupación:**

**1 ¿Conoce el programa radiofónico de espectáculos "Todo para la Mujer"?**

**2 Mencione el nombre de algún conductor que participe en el programa.**

**3 ¿Qué le atrae de este programa?**

**1) Las entrevistas**

**3) Toda la información**

**2) Los chismes de la vida de los artistas**

**4) La opinión de los conductores**

**4 ¿Con qué frecuencia los escucha?**

**1) Diario**

**3) Una vez a la semana**

**2) Cada tercer día**

**4) De vez en cuando**

**5 ¿Qué tanta importancia tiene para usted el que un programa de radio espectáculo lo conduzca un personaje reconocido?**

**1) Mucha**

**3) Poca**

**2) Me da igual**

**4) Ninguna**

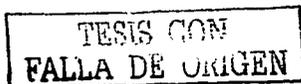
**6 ¿Por qué cree que tiene éxito dicha serie radiofónica?**

**1) Los regalos**

**3) La explotación del morbo**

**2) El lenguaje**

**4) Los locutores**



**7 ¿Qué considera que le puede aportar el programa "Todo para la Mujer"?**

- 1) Información de lo que acontece en el mundo de la farándula**
- 2) Sugerencia de los espectáculos de moda**
- 3) Sólo entretenimiento y distracción de su vida cotidiana**
- 4) Nada en particular**

**8 ¿Cómo considera el lenguaje que se utiliza en éste?**

- 1) Sencillo**
- 2) Emotivo y entretenido**
- 3) Complicado y rebuscado**

**9 Dentro del discurso que se maneja, ¿qué hace atractivos los mensajes?**

- 1) Las frases**
- 2) Lo que dicen**
- 3) Como lo dicen**
- 4) Su forma de hablar**

**10 ¿Usted cómo considera dicho programa radiofónico?**

- 1) Interesante**
- 2) Entretenido**
- 3) Aburrido**
- 4) Sin importancia**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Se representarán con gráficos y en porcentajes los datos obtenidos de las encuestas.

### GRÁFICO # 1

1 MUJERES  
2 HOMBRES

#### PERSONAS QUE ESCUCHAN EL PROGRAMA "TODO PARA LA MUJER"



OBSERVACIÓN: De la encuesta aplicada para el estudio sobre la aceptación del programa de Radio Espectáculo "Todo para la Mujer" fueron contestados en su mayoría por personas pertenecientes al sexo femenino y una pequeña porción, pero significativa del sexo masculino.

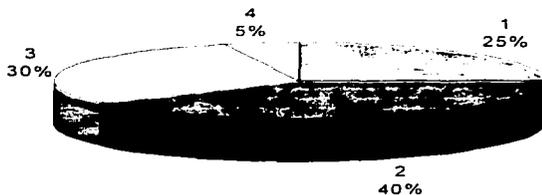
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #2

1 20-30 AÑOS  
2 30-40 AÑOS

3 40-50 AÑOS  
4 50-60 AÑOS

### EDADES DE LOS RADIO ESCUCHAS



OBSERVACIÓN: Como se puede observar en la gráfica la edad promedio del radio escucha de dicho programa oscila entre personas de 30 a 40 años, seguidos de los de 40 a 50 años, jóvenes adultos de 20 a 30 años y al último de 50 a 60 años.

TESIS CON  
FALSA ORIGEN

### GRÁFICO #3

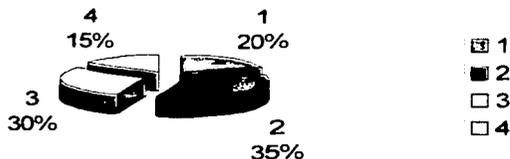
1 BÁSICA

2 MEDIA SUPERIOR

3 TÉCNICA

4 PROFESIONAL

### NIVEL DE ESTUDIOS



OBSERVACIÓN: Las persona que se encuentran atraídos por este tipo de series radiofónicas la mayor parte de los encuestados tienen educación básica ( primaria y secundaria), pero los asiduos radio escuchas de esta serie son personas con estudios de nivel medio superior y técnico, siendo minoría los de carrera profesional.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #4

1 ESTUDIANTES  
2 AMAS DE CASA

3 EMPLEADOS DE OFICINA  
4 OTROS



**OBSERVACIÓN:** En cuanto a las actividades que desarrollan los escuchas, nos pudimos percatar que son en gran parte amas de casa que por sus actividades cotidianas se identifican con la Radio Hablada, así como los oficinistas que por sus horarios y actividades se interesan por este tipo de contenidos, los jóvenes adultos son estudiantes, pero hay una porción significativa de personas que desarrollan otro tipo de actividades, como vendedores, policías etc.

TELSE CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #5

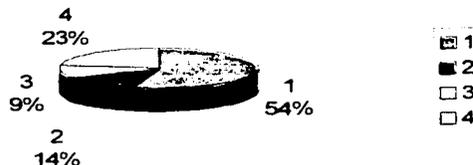
1 DIARIO

2 CADA TERCER DÍA

3 UNA VEZ A LA SEMANA

4 DE VEZ EN CUANDO

### FRECUENCIA



OBSERVACIÓN: Los programas de espectáculos todos alguna vez los hemos escuchado aunque sea por equivocación al revisar el cuadrante. De ahí que la frecuencia con la que siguen las emisiones de un programa siempre varía, en este caso la mayor parte de los encuestados lo escuchan diariamente, seguidos por los de cada tercer día, una vez a la semana y de vez en cuando.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #6

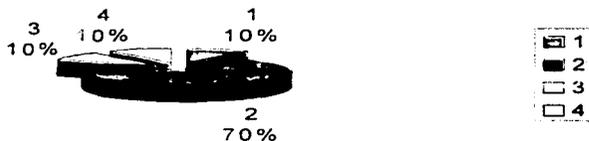
1 ENTREVISTA DE LOS ARTISTAS

2 LOS CHISMES

3 TODA LA INFORMACIÓN

4 LA OPINION DE LOS CONDUCTORES

### LO QUE HACE ATRACTIVA LA SERIE



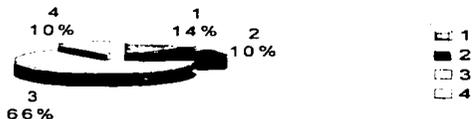
OBSERVACIÓN: En lo que respecta al contenido del programa, nos interesaba saber lo atractivo de este, por lo que se les dieron cuatro opciones, partiendo de los segmentos del mismo la mayoría coincide que los chismes de la vida personal de los protagonistas de los espectáculos es lo que más les gusta enterarse, las opciones entrevistas de los artistas, toda la información, la opinión de los conductores, obtuvieron porcentajes iguales de interés por el público.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #7

- 1 INFORMACIÓN DE LO QUE ACONTECE EN EL MUNDO DE LA FARÁNDULA
- 2 SUGERENCIAS DE LOS ESPECTÁCULOS DE MODA
- 3 SÓLO ENTRETENIMIENTO Y DISTRACCIÓN DE SU VIDA COTIDIANA
- 4 NADA EN PARTICULAR

### APORTACIONES QUE PUEDE HACER



OBSERVACIÓN: La respuesta obtenida de la pregunta de lo que considera el escucha que puede obtener de éste programa, la opción que obtuvo un mayor porcentaje fue que consideran que es un programa que los entretiene y distrae de su vida cotidiana, después nada en particular y en porciones iguales información de lo que acontece en la farándula y sugerencias de los espectáculos de moda.

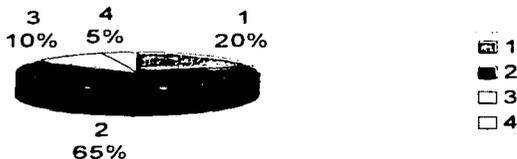
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #8

1 INTERESANTE  
2 ENTRETENIDO

3 ABURRIDO  
4 SIN IMPORTANCIA

### LO QUE OPINAN DEL PROGRAMA



OBSERVACIÓN: En cuanto a como percibe de forma general el receptor al programa, es considerado en primer lugar entretenido, interesante en segundo y finalmente aburrido y sin importancia una pequeña porción.

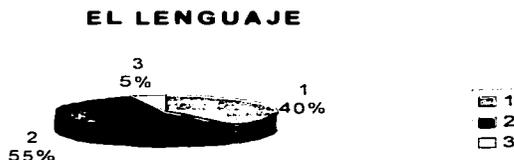
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**3.2 PERCEPCIÓN DE LOS MENSAJES EN EL RADIO ESCUCHA**  
**3.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS MENSAJES**  
**3.4 IMPORTANCIA DEL MENSAJE EN EL DISCURSO RADIOFÓNICO**

Durante el sondeo se hizo un especial énfasis en las características que el público le atribuye al lenguaje que se usa dentro de éste discurso radiofónico.

**GRÁFICO #9**

- 1 SENCILLO**
- 2 EMOTIVO Y ENTRETENIDO**
- 3 COMPLICADO Y REBUSCADO**



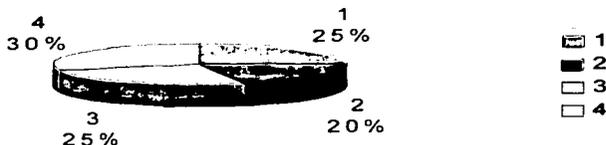
**OBSERVACIÓN:** De los rasgos principales que nos interesaba recalcar es la importancia que tiene el uso del lenguaje en un medio como la Radio, una parte significativa de las personas consideran al lenguaje de este tipo de series radiofónicas emotivo y entretenido, asimismo sencillo y una muy pequeña porción en ocasiones lo sienten complicado y rebuscado.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #10

1 LAS FRASES      3 COMO LO DICEN  
2 LO QUE DICEN    4 COMO HABLAN

### LO ATRACTIVO DE LOS MENSAJES



OBSERVACIÓN: Dentro del discurso que se maneja en el programa se hizo una división de lo que se cree hace atractivo a los mensajes, una gran parte de los encuestados encuentran el significado en como lo dicen, más que en lo que dicen y las frases que forman parte de su habla.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## GRÁFICO #11

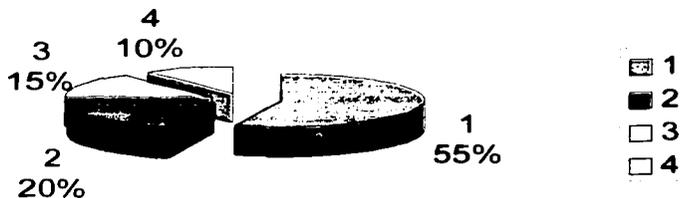
1 MUCHA

2 ME DA IGUAL

3 POCA

4 NINGUNA

### EL LOCUTOR



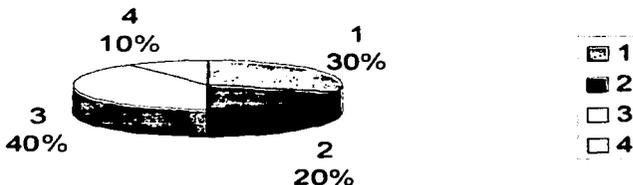
OBSERVACIÓN: En el capítulo anterior se manejaba la importancia que tenía la personalidad del locutor en un programa radiofónico, y las personas creen necesario el que sea un personaje reconocido el que lo conduzca, algunos no le dan tanta importancia las demás opciones, obtuvieron porcentajes variados pero significativos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**GRÁFICO #12**  
**1 LOS REGALOS**  
**2 EL LENGUAJE**

**3 LA EXPLOTACIÓN DEL MORBO**  
**4 LOS LOCUTORES**

### **MOTIVOS DE SU ÉXITO**



**OBSERVACIÓN:** Durante el seguimiento de la serie radiofónica "Todo para la Mujer" se pudieron precisar algunas condicionantes por las que se han hecho tan exitosos dichos contenidos, en la que la opción respecto a la explotación que se hace del morbo fue la respuesta con mayor índice, seguido de los regalos, en tercera posición el lenguaje y para una minoría los locutores

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

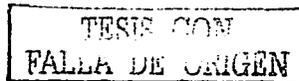
## CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de esta investigación, nos hemos podido percatar de la gran importancia que tiene el lenguaje en un medio como la radio, considerado una parte significativa de la era del nuevo siglo, por lo que sería difícil el pretender explicar el nacimiento de un pleno siglo XX e inicio del XXI, sin un avance tecnológico como éste en la era de la comunicación. con el transcurso del tiempo se fue perfeccionando y se hizo tan portátil, e indispensable para nuestra vida cotidiana.

Sin embargo, ¿Qué pasó con los contenidos?, ¿Por qué éstos no han avanzado como deberían?. Los dueños de la Radio Comercial insisten en argumentar que se diseñan los programas según las necesidades de las personas, motivo por el que hoy es tan común encontrar demasiados programas que sólo se preocupan por vender y entretener al radio escucha, pero ¿cuándo explotarán toda la creatividad y elementos con los que cuenta la radio?

Los programas de Radio Espectáculo no tienen porque ser considerados una parte insignificante del periodismo, sino por el contrario, el hecho de que cada día se abran más espacios hace que los participantes de esto reivindiquen su valor e importancia en el medio para crear una actitud de crítica en los contenidos que recibe el espectador que asiste a una sala de cine, teatro, galería o el sólo hecho de ver y escuchar cualquier espectáculo, exija calidad en lo que se le presenta.

Puesto que no sólo son eventos de esparcimiento y relación, también debe existir un aprendizaje, es considerada una parte fundamental el recrear el espíritu a partir del arte y creación del mismo humano. De ahí que no sólo deba existir la nota amarilla de la vida personal de los que hacen el espectáculo, porque finalmente para los demás es intrascendente.



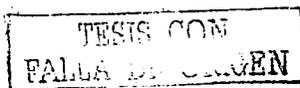
El impacto de la Radio Comercial es devastador frente a la no concesionada, el hacer radio tiene mas de práctica que de teoría aseguran quienes la producen, desde los inicios de esta los profesionales del campo de la comunicación no existían como tal, pero eso no los hace mejores o peores que los que reciben una formación sino su desempeño laboral.

Dentro del estudio encontramos que el verdadero rector de los radiodifusoras es el rating se dice que no es la última palabra pero si la penúltima por que en radio si no te escuchan no existes como todo en la vida lo que no se muere se muere, como señala López Vigil Ignacio.

También se asume que la situación desesperada de las mayorías en nuestro país es un motivo por el que la gente no prenda un radio para educarse y mucho menos para adquirir conciencia, e incluso se llega al limite de no pretender informarse, sólo de buscar una puerta de evasión o distracción de su propia realidad.

Respecto a los formatos no son únicos se prediseñan para ser utilizados y modificados de acuerdo a los objetivos y necesidades de cada productor e inventan sus fórmulas "innovadoras"; en el caso de la serie de espectáculos **Todo para la Mujer**, utiliza la mesa redonda, al establecer un debate entre los participantes, la miscelánea por las secciones, ambos dentro del diálogo.

En el esquema clásico de la comunicación la función del Hablante, la ocupa quien emite el mensaje y establece la comunicación, por lo que el locutor se encuentra situado dentro de esta categoría, la investigación de campo revelo el impacto que tiene la personalidad del locutor, al adquirir cierto prestigio por la labor que realiza, el contacto tan estrecho con su radio escucha. Uno de los aspectos que se hizo palpable en las respuestas del auditorio, es el considerar que cuando una persona es reconocida se le da mayor veracidad y credibilidad a su palabra, e influye de cierta forma en la opinión de quien lo escucha.



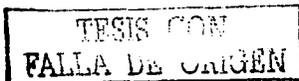
En contenido el rol que juegan los mensajes dentro de la percepción del receptor, es realmente variado, ya que son muchos factores individuales y sociales, como pueden ser edad, sexo, formación; los determinantes para la valoración de los argumentos que le emiten, así como el sentido que adquieren dependerá del proceso de apropiación del individuo, por lo que resulta difícil el pretender generalizar los impactos, o reacciones que se pueden dar.

A partir de lo anterior se retomaron dos categorías de la teoría del receptor, asumiendo que los principales campos que influyen este tipo de series radiofónicas es el Campo del Saber de manera directa o indirecta hay un aprendizaje en los escuchas, la Órbita Emocional es uno de los aspectos más explotados en el ámbito comunicativo al establecerse una semejanza o identificación con las situaciones a las que se enfrenta un personaje reconocido al cual se le admira; dándose una imitación de sus formas de ser y ver la vida con patrones de conducta.

Los medios de comunicación son portadores, no sólo de formas de vida o de conducta, sino también de formas de expresión, si tomamos en cuenta que la forma de hablar, y desenvolverse verbalmente, puede ser un calificativo para considerar a una persona culta y bien educada, o por el contrario palurdo.

Sin embargo la utilización de frases determinadas surgen como una moda en la que se identifican las edades generacionales de la sociedad. Asimismo es considerado parte de la personalidad de determinado personaje, las que utilizan en ocasiones los locutores del programa **Todo Para la Mujer** hacen referencia a una persona o situación determinada. Aunque algo que se hizo evidente en el análisis lingüístico es lo que subraya el teórico Benveniste **que la verdadera fuerza del lenguaje no radica en lo que se dice, sino en cómo se dice.**

Se conjuntaron todos los elementos que forman parte del proceso comunicativo el Emisor, que es el locutor en este caso, el Mensaje que es el contenido del programa, el receptor o radio escucha, en el que cada uno nos dio



sus propios criterios, valoración de lo que se hace en la Radio Actual, sus formatos, contenidos entre otros.

De ahí que considero necesario el revisar las leyes que rigen a los medios, pero en especial la de Radio y Televisión, la cual no es congruente con los contenidos o necesidades que se tienen hoy día, puesto que es ya más que obsoleta su conceptualización de lo que se debe presentar a través de estos, no es aceptable que se cuartee la libertad de expresión, pero debe existir un regulador de los procesos para evitar caer en excesos, que pongan en evidencia la labor del comunicólogo, su formación ética y capacidad de discernimiento.

La sugerencia que daría a los concesionarios, productores y comunicadores de la radio, es crear series de entretenimiento que no estén peleadas con la culturización del auditorio, que entretengan y también dejen una reflexión de nuestra propia vida. Así mismo resultaría interesante impulsar un proyecto que promueva la creación de radiodifusoras locales con diferentes perfiles.

Es un hecho que los horizontes de una persona tienen más amplitud, de acuerdo a su propio conocimiento, de ahí que se debe exigir una preparación sólida y bien reforzada de los que tienen la fortuna de no trabajar para un medio, sino para un sin número de personas.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## BIBLIOGRAFÍA

**ALVA de la Selva, Alma Rosa**  
Radio e Ideología,  
Ed. Caballito,  
México 1967, 137pp.

**ARA, Angel**  
Los Clásicos del micrófono  
Universidad Central de Venezuela,  
Facultad de Humanidades y educación.  
Caracas 1967, 130pp.

**ARANGUREN, José Luis**  
Comunicación masiva.  
Ed. Paidós.  
Buenos Aires 1963, 316pp.

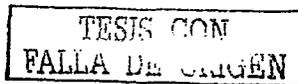
**ACEVES, Ignacio José,**  
Gómez Castelazo María de Lourdes y otros.  
Antología en Comunicación,  
Universidad Nacional Autónoma  
De México. ENEP Acatlán.

**BELAU, Faus Ángel,**  
La era audiovisual,  
Ediciones Internacionales Universitarias,  
España 1995., 280pp.

**BARDIN, Laurence,**  
El análisis de contenido,  
2ª edición. Ed. Akal,  
Madrid 1996, 18pp.

**BENVENISTE, Émile, Tomo I**  
Problemas de Lingüística General  
Traducción. De Juan Almeda  
Ed. Siglo Veintiuno  
9ª edc, México 1980

**BURGELIN, Olivier.**  
La comunicación de masas,  
Ed. Planeta y ATE,  
España 1974, 229pp.



**DELGADO, Vidales, Ismael.**  
Teoría de la Comunicación Curso-Básico,  
Ed. Limusa  
México 1988., 102pp.

**DEFLEUR L. Melvin.**  
Comunicación de masas,  
6ª edición, Editorial Paidós,  
República de Argentina 1980., 150pp.

**ESCHEBANCH, Joseph.**  
Radiodifusión para la innovación  
Ed. Época,  
Quito 1978, 208pp.

**FELDMANN, Erick.**  
Teoría de los Medios de Comunicación.  
Ed. Kapeluz  
Buenos Aires Argentina 1977, 223pp.

**GARCIA, Camargo, Jimmy,**  
La radio por dentro y por fuera,  
Ed. Quito,  
Ecuador 1980,

**GARZA, Ramiro.**  
La Radio Actual,  
Edamex,  
México 1999, 239pp.

**KAPLUN, Mario.**  
Producción de Programas de Radio,  
El Guión-La Realización  
Ed. Cromocolor, 2ª reedición.  
México 1994

**MIER, Garza Raymundo,**  
Radiofonías, Hacia una Semiótica Itinerante  
UAM-X, Ciencias Sociales y Humanidades,  
México 1987, 125pp.

**NUÑEZ, Ladaveze.**  
Teorías de la comunicación.  
Ed. Kapeluz,  
Buenos Aires, 1977, 286pp.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ORTIZ, Miguel Angel,**  
Diseño de programas en Radio,  
Ed. Paidós  
Barcelona 1995. 226pp.

**QUAAL, Warid Leo A, Martin,**  
Dirección de estaciones de radio  
y televisión,  
Ed. Diana  
México 1971, 249pp.

**ROMO, Gil María Cristina**  
La Radio. Ed. Edamex,  
México 1978, 200pp.

**SAUSSURE, Ferdinand**  
Curso de Lingüística general,  
Traducción Mauro Armiño,  
Ed. Akal  
Madrid España 1995

**VILAR, Josefina,**  
El Sonido de la Radio,  
Plaza Valdés y Editores,  
México 1988. 302pp.

**VAZQUEZ, González Modesto**  
Oratoria Radial,  
Ed. Grijalbo  
México 1972 200pp.

**WRIGHT, Charles R.**  
Teoría de la Comunicación Masiva,  
Ed. Paidós,  
Buenos Aires 1970., 155pp.

## **HEMEROGRAFÍA**

Análisis de contenido.  
(Revista Mexicana de Comunicación.)  
Año dos, Número once, Mayo-junio 1990,  
P. 27 y 64.

Hábitos Radiofónicos en el DF.  
(Revista Mexicana de Comunicación.)  
Año ocho, Número Cuarenta y tres.  
Febrero-Abril de 1996, P. 34-37

Hábitos Radiofónicos en el D.F.  
(Revista Mexicana de Comunicación.)  
Año dos, Número Ocho,  
Noviembre- Diciembre 1989,  
P. 8,9.

La Radio Actual  
(Revista Mexicana de Comunicación.)  
Año dos, Número Once,  
Mayo- junio de 1990, P. 27, 64.

## **FUENTES ORALES**

López, Gabriela,  
Productora y conductora  
A la Vanguardia  
ABC Radio 760 A.M.

Alfonso, Montesinos  
Productor de la Plaza de las estrellas  
A B C Radio 760 A.M.