



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

PROPUESTA EN UN PROGRAMA RADIOFONICO  
SOBRE ATLETISMO

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
P R E S E N T A :  
**JESUS ALONSO MARTINEZ MORALES**

ASESOR: LIC. PATRICIA CORONADO ZARCO





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

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

NOMBRE: Jesús Alonso

Martínez Morales

FECHA: 26 de enero 2004

FIRMA: [Firma]

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO I. LA RADIO Y EL DEPORTE.....</b>	<b>12</b>
1.1. El concepto de comunicación.....	13
1.2 La radio.....	19
1.3. El deporte.....	27
1.4. La radio deportiva en la Ciudad de México.....	32
1.5. Antecedentes de la radio deportiva en la Ciudad de México....	38
Los pioneros.....	38
Época de oro.....	42
Radio rocola.....	52
La transición.....	57
Etapa de la comunicación.....	62
1.6. La estación Estadio 590 AM.....	67
Fundación y objetivos.....	67
Estructura y producción de los programas.....	72
Programación y colaboradores.....	77
Organigrama de la estación.....	78
<b>CAPÍTULO II. LA PRODUCCIÓN EN LA RADIO DEPORTIVA.....</b>	<b>80</b>
2.1. El lenguaje radiofónico en la radio deportiva.....	81
Elementos del lenguaje radiofónico.....	82
La voz.....	82
Música.....	88
Efectos sonoros.....	95
Silencio.....	97
2.2. Tipos de programas deportivos.....	85
Noticioso.....	101
Revistas deportivas.....	106
Transmisiones o control remoto.....	111
2.3. El lenguaje radiofónico en los programas deportivos.....	114
2.4. La producción en la radio deportiva.....	120
Preproducción.....	121
Realización.....	124
Postproducción.....	127

<b>CAPÍTULO III. LA RADIO DEPORTIVA Y EL PERIODISMO.....</b>	<b>132</b>
3. 1. Noticia.....	135
3. 2. Entrevista.....	145
3. 3. Crónica.....	156
3. 4. Reportaje.....	162
3. 5. Editorial.....	173
3. 6. Comentario.....	176
3. 7. Mesa redonda.....	181
<b>CAPÍTULO IV. PROYECTO DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>184</b>
4. 1. Título del programa.....	185
4. 2. Justificación.....	186
4. 3. Objetivos .....	192
4. 4. Público.....	194
4. 5. Horario tentativo de la transmisión.....	200
4. 6. Duración del programa.....	202
4. 7. Número de programas.....	205
4. 8. Contenido e Índice temático.....	206
4. 9. Formato.....	209
4. 10. Estructura de programa.....	209
4. 11. Estilo del programa y lenguaje a utilizar.....	210
4. 12. Necesidades técnicas y humanas.....	212
4. 13. Plan de producción.....	213
4. 14. Posibles fuentes de financiamiento .....	214
4. 15. Presupuesto.....	218
<b>GUIONES PILOTOS.....</b>	<b>221</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>247</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>249</b>

## INTRODUCCIÓN

El deporte ha estado ligado a la vida del ser humano desde su evolución en la tierra, primero como un medio de subsistencia y posteriormente como una actividad para recrear su cuerpo, divertirse y socializarse. <sup>1</sup>

Aun con la importancia que el deporte ha tenido para la vida de muchas personas en el mundo, este ha sido escasamente estudiado desde las perspectivas de las Ciencias de la Comunicación en México con el fin de analizar los impactos que puede tener en los diferentes ámbitos de la vida social, así lo señala un documento presentado en el XIII Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC), en la mesa "Frentes temáticos de la comunicación". <sup>2</sup>

Asimismo, puntualiza que sólo hay 37 trabajos acerca del deporte y la comunicación entre tesis, monografías, ponencias, artículos publicados en revistas y bases de datos electrónicas. En donde se destaca que sólo un documento aborda la temática del deporte relacionada con la radio.

En ese mismo documento se argumenta, que el deporte enfocado desde las ciencias de la comunicación es un campo poco explorado por los estudiantes de las carreras de comunicación, principalmente, porque en sus universidades no cuentan con maestros y asesores adecuados para abordar los temas en comunicación y deporte. Esto provoca que los alumnos cambien el tema de sus tesis o que sus ideas sean desanimadas, minimizadas, encausadas y cambiadas hacia temas de investigación legitimados. Esto representa una pérdida de masa crítica en un campo académico que puede generar información original.

---

<sup>1</sup> De luna, Arturo Ariel. *Sudar para triunfar*, México, 1994, p. 10

<sup>2</sup> Rivera, Enrique "Deporte y Comunicación: temáticas y autores" *Revista Etcétera*, México, agosto de 2001.

Aunque dejan en claro que para hacer investigación social en deporte se requiere del rigor teórico y metodológico de un científico social, tanto como de la pasión de un aficionado.

Estos datos dan la pauta para llevar a cabo una investigación acerca de la radio deportiva, ya que ha sido una área poco estudiada desde una perspectiva formativa, la cual le puede aportar grandes beneficios a la sociedad si se realiza con una base metodológica de acuerdo a los lineamientos que todo trabajo científico social sobre el deporte debe cumplir.

Por ende, en este trabajo se hace una investigación de la radio deportiva en la Ciudad de México con el objetivo de proponer un programa radiofónico sobre atletismo que proporcione información de calidad acerca del deporte amateur. Para ello, se basará en la metodología de la interpretación o hermenéutica profunda, propuesta por John B. Thompson.<sup>3</sup>

La hermenéutica profunda es una estructura metodológica que enfatiza el hecho de que el objeto de análisis es una construcción simbólica significativa que requiere interpretación. Pero las formas simbólicas también están inscritas en contextos sociales e históricos de diversos tipos, y como construcciones simbólicas significativas, están estructuradas internamente de diversas formas.

Cabe señalar que las formas simbólicas son construcciones significativas que requieren de interpretación; son expresiones, texto, etc, que, como construcciones significativas pueden

---

<sup>3</sup> Thompson, John B. *The Methodology of Interpretation. Ideology and Modern Culture*. Gran Bretaña, 1990, pp 272- 327.

entenderse. De ahí que se adapte con facilidad al análisis de la cultura, de la ideología y de la comunicación de masas.

Un punto de partida para la hermenéutica profunda es la interpretación de las formas simbólicas por parte de los individuos que las producen y reciben, pero Thompson plantea un rompimiento metodológico con esa interpretación, sin olvidarlo totalmente, con el fin de detectar otros aspectos de las formas simbólicas.

Para ello, la estructura metodológica de la hermenéutica profunda comprende tres fases o procedimientos principales que deben considerarse como dimensiones analíticas precisas de un proceso interpretativo más complejo: análisis histórico- social, análisis formal o discursivo y la interpretación- reinterpretación.

1. Análisis histórico-social: Las formas simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas en condiciones sociales e históricas precisas. El propósito de este tipo de análisis es reconstruir las condiciones sociales e históricas de la producción circulación y recepción de las formas simbólicas. Thompson reconoce cuatro aspectos básicos del contexto social: a)escenarios espacio- temporales, b)campos de interacción, c) instituciones sociales, d) estructura social, e) medios técnicos de transmisión.

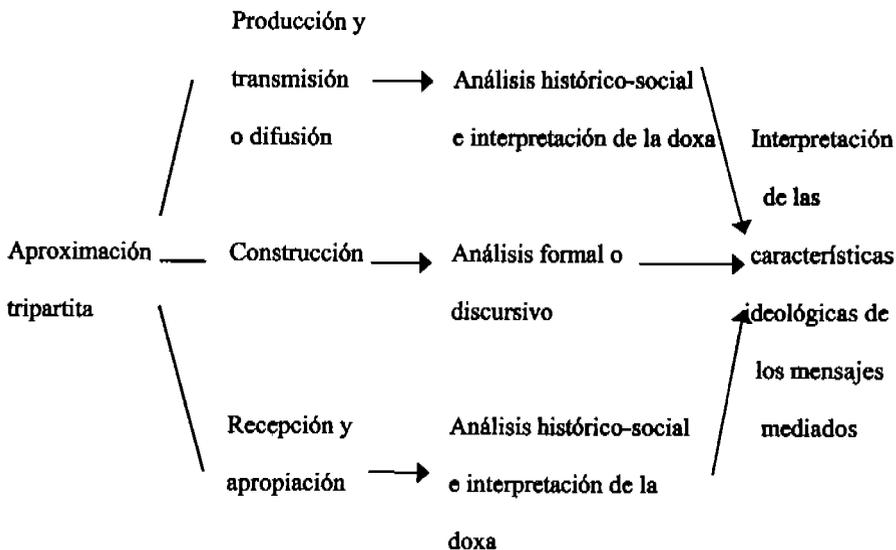
2. Análisis formal o discursivo: Esta segunda fase de análisis se requiere para el estudio de objetos y expresiones significativas que circulan en los campos sociales, que también son complejas construcciones simbólicas con una estructura articulada. Las formas simbólicas son producto de acciones determinadas que se generan a partir de reglas, recursos, etc. disponibles para el productor, pero también son construcciones simbólicas complejas a través de las cuales se dice o expresa algo.

Las formas simbólicas son productos contextualizados que gracias a sus características estructurales, son capaces de decir algo acerca de algo.

3. Interpretación- reinterpretación: Explicación interpretativa de lo que se representa o dice. Las formas simbólicas tienen un "aspecto referencial", es decir, son construcciones que representan algo, se refieren a algo o dicen algo acerca de algo. Asimismo, al ser analizadas más profundamente por medio de las condiciones histórico- sociales y a través de sus características estructurales internas se puede hacer una interpretación.

Por otra parte, Thompson señala que las instituciones de la comunicación masiva producen formas simbólicas para receptores que generalmente no están físicamente presentes en el lugar de la producción y transmisión o difusión, es decir, el flujo del mensaje es un solo sentido. A partir de esta características, Thompson propone tres aspectos con el fin de analizar la comunicación masiva.

#### El desarrollo metodológico de la aproximación tripartita



El análisis hermenéutico profundo también puede ser aplicado al objeto de estudio de la investigación, en este caso la radio deportiva de la Ciudad de México, ya que a partir de la aproximación tripartita de la comunicación de masas se realiza el análisis.

En primer lugar se selecciona el medio por donde se producen y transmiten las formas simbólicas, es este caso la estación deportiva Estadio 590 AM de la ciudad de México, así se precisa dentro del aspecto histórico- social, es decir, se ubican en determinadas circunstancias histórico- social específicas.

Por ello, en el primer capítulo titulado *La radio y el deporte* se define la palabra comunicación, deporte y radio deportiva con el fin de dar una referencia acerca de lo que se hablará en las siguientes páginas. Posteriormente, se hace mención de manera breve a los antecedentes de la radio deportiva en la Ciudad de México, a través de sus pioneros, emisoras y programas, hasta llegar a la formación de la estación Estadio 590 AM, la primera radiodifusora en transmitir de manera formal 24 horas el tema deportivo. De ahí la importancia de conocer sus objetivos, estructura, producción, programación y colaboradores.

A partir de este contexto de la radio deportiva, en específico el de la estación Estadio 590 AM, se tiene ubicado el aspecto histórico- social, la primera fase que utiliza la hermenéutica profunda para el análisis de los medios masivos, pues se tiene seleccionado un medio de difusión en un tiempo, lugar y condiciones sociales específicas.

Con relación a la construcción del mensaje, se analiza cómo los elementos y las estructuras que intervienen en la elaboración de un mensaje radiofónico se relacionan para expresar algo. En este caso se tomó como referencia el lenguaje radiofónico, los tipos de programas deportivos, el

proceso de producción y los géneros periodísticos de la prensa. Así se ubica el aspecto formal o discursivo.

De ahí que en el capítulo segundo *La Producción de la Radio Deportiva* se exponen los cuatro elementos sonoros del lenguaje radiofónico (voz, música, efectos y silencio) con el fin de explicar cómo son utilizados en los noticiarios, revistas generales y formativas, así como en las transmisiones a control remoto de las competencias, es decir, en los tipos de programas que existen en la radio deportiva.

Al final de este capítulo segundo se explica el proceso de producción de la radio deportiva, que es similar al de cualquier otro género radiofónico, esto significa que se compone de tres aspectos: la preproducción, la realización y la posproducción, los cuales están interrelacionados de ahí que se le denomine proceso de producción.

La radio deportiva al manejar el aspecto informativo recurre a las formas de expresión periodística como: la nota informativa, la crónica, el reportaje, la entrevista, los cuales también intervienen en la construcción de un mensaje. Por ende, como parte del análisis discursivo, en el capítulo tres *La Radio Deportiva y el Periodismo* se expondrá cómo los géneros periodísticos de la prensa son utilizados en el rubro radiofónico, de acuerdo a las cualidades sonoras de este medio electrónico y a las estructuras de los programas deportivos, de ahí que sólo utilice la noticia, la entrevista, la crónica, el reportaje, el editorial, el comentario y la mesa redonda.

Al contar con un análisis histórico- social y discursivo del objeto de estudio (la radio deportiva) se interpreta que la estación Estadio 590 AM al manejar programas en donde sólo se transmiten las competencias y se dan los resultados de los partidos de fútbol (deporte- espectáculo) se ha olvidado de abordar el tema del entrenamiento, es decir, la manera en cómo se practica un

deporte, es este caso el atletismo (deporte amateur) el cual podría ser una medida formativa para prevenir enfermedades y fomentar una cultura deportiva en el auditorio. Esto se verá reflejado en la propuesta de un programa radiofónico.

Por consiguiente en el cuarto y último capítulo *Proyecto de Producción* se plasma por medio de un programa piloto, la idea es proporcionar información de calidad, a los jóvenes de 15 a 25 años, acerca del deporte amateur. Esto podría ser una medida para prevenir enfermedades y fomentar una cultura. Ya que en México, según datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información, la principal causa de muerte entre la población son los problemas cardiacos, al registrarse cada año 93 mil fallecimientos. Aunado a esto, en el país existen 20 millones de personas con colesterol elevado; 16 millones padecen hipertensión; 13 millones son obesos, 10.5 millones son fumadores y hay 6.5 millones de diabéticos.

Esta problemática se complementa con la falta de una cultura deportiva en México, pues según el INEGI, de un universo de 58.3 millones de mexicanos sólo el 15.2 por ciento realiza deporte.

Por tal motivo, es necesario que en el cuadrante del Distrito Federal exista un programa deportivo que proporcione información de calidad relacionada con el atletismo, aprovechando las posibilidades técnicas de la producción radiofónica; pues la radio al ser un medio electrónico con un gran alcance y de fácil acceso entre la gente, puede participar activamente en difundir una cultura deportiva y en la prevención de enfermedades relacionadas con el corazón, la diabetes y el sedentarismo, así como el consumo de tabaco y alcohol.

Esta petición de que la radio se sume como una alternativa para prevenir males cardiacos se origina de reconocidos especialistas en estas afectaciones, como es el caso del doctor Rubén

Argüero, director del hospital de Cardiología del Centro Médico Siglo XXI del IMSS, quien señala lo siguiente: “exhorto a que con responsabilidad, los diferentes grupos sociales participen activamente en el proceso de prevención de los males cardiacos en todos los ámbitos: medios de comunicación, las escuelas, las fábricas, las oficinas y las familias.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Rodríguez, Ruth. “Promueven prevención contra males cardiacos” El Universal, 29 de septiembre de 2003.

**CAPÍTULO I**  
***LA RADIO Y EL DEPORTE***

## 1.1. EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

El ser humano a través de su paso evolutivo en la tierra ha tenido la necesidad de comunicarse para convivir socialmente y así poder subsistir. Por ende, el hombre al relacionarse con sus semejantes para alcanzar un desarrollo tanto individual como grupal se basa en la comunicación.

La palabra comunicar proviene del latín *comunicare* que significa “poner en común”.<sup>5</sup> Es decir, una persona pone en común sus ideas, sentimientos e información para relacionarse con otra. ¿Pero en sí qué es la comunicación? De acuerdo con David Berlo “la comunicación es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor”.<sup>6</sup>

En esta definición se menciona el término proceso, el cual indica que los elementos que intervienen en la comunicación siempre están en constante movimiento para que sea efectiva. Es decir, el emisor y el receptor intercambian funciones con el propósito de emitir y recibir mensajes. De esta manera se establece una comunicación circular, pues hay una retroalimentación o respuesta al mensaje enviado.

Los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación según David Berlo son los siguientes:

**Emisor:** aquella persona que envía los mensajes de manera codificada con el propósito de establecer contacto con los demás. Al codificar un mensaje el emisor selecciona y estructura los

---

<sup>5</sup> Fonseca Yerena, Socorro. *Comunicación oral. Fundamentos y práctica estratégica*. México, 2000, p. 18.

<sup>6</sup> Berlo, David. *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y práctica*. Buenos Aires, 1960.

signos, señales o símbolos y piensa lo que va a expresar, es decir, tiene un brebaje de conocimientos.

**Mensaje:** es la información que transmite el emisor al receptor. De acuerdo con Socorro Fonseca Yerena,<sup>7</sup> el mensaje se compone de tres aspectos: código, "es un sistema de comunicación, es todo el conjunto de conocimientos que posee en común el emisor y el receptor antes de iniciar la comunicación. Generalmente se suele tomar la palabra - código- en un sentido más restringido, definiéndolo como el conjunto de conocimientos que posee emisor y receptor acerca del mensaje, a parte de la simple enunciación de los signos del repertorio. Los códigos secretos sólo son conocidos por el emisor, el receptor y reducido número de persona nominalmente designadas..."<sup>8</sup>

El segundo aspecto es el contenido, las ideas que constituyen el mensaje.

El último factor es el tratamiento, el modo o el estilo de decir las ideas con el propósito de hacer comprensible el mensaje.

**Canal:** la vía por el cual se transmiten los mensajes. Existen dos tipos de canales: naturales (los sentidos humanos) y artificiales (son los creados por el hombre, como los medios de comunicación).

**Receptor:** es aquella persona que recibe y descifra el mensaje al decodificarlo, es decir, interpreta los signos para entender la idea del mensaje que le han enviado.

---

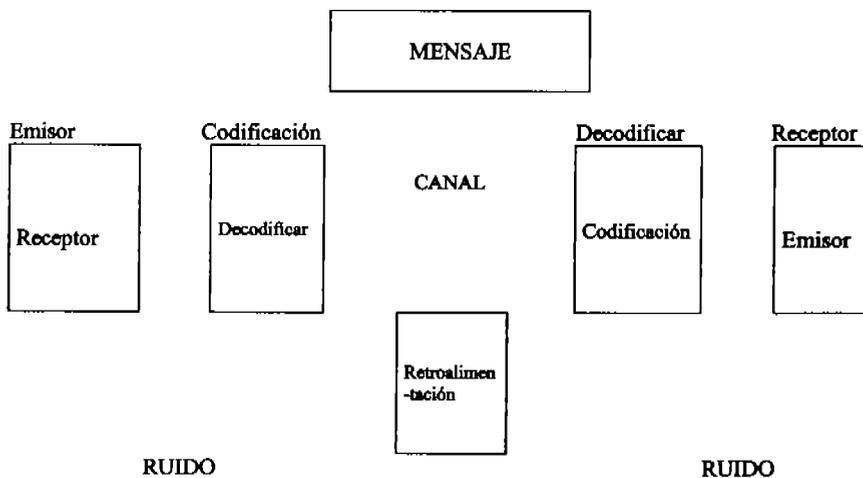
<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 10.

<sup>8</sup> Moles, Abraham. *La Comunicación y los Mass Media*. Bilbao, 1975, p. 110.

La comunicación al ser un proceso, mediante el cual se envían mensajes y se reciben respuestas, está expuesta a que el mensaje pueda sufrir algunas interrupciones por una mala comprensión, un manejo inadecuado de los contenidos o por fallas técnicas de los canales artificiales. Estas circunstancias se les denomina ruido, es decir, "aquellas perturbaciones del proceso de la comunicación".<sup>9</sup>

Con el fin de representar la relación que tienen los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación circular y con el propósito de entender su funcionamiento se recurre a los modelos de la comunicación.

### **MODELO DE COMUNICACIÓN CIRCULAR**



<sup>9</sup> Galeano César, Ernesto. Modelos de comunicación. Argentina, 1997, p. 120

Como ya se dijo el hombre siempre ha tenido la necesidad de comunicarse con sus semejantes para convivir y así sobrevivir, por ello tuvo la facultad en un principio de emplear un lenguaje de indicios, es decir, aquel que se basa en los movimientos corporales naturales y expresiones faciales similar al de los animales.

Al desarrollarse su cerebro y capacidad de pensar comienza a asignar sonidos específicos a determinados objetos que le permiten llegar a una comunicación humana, el lenguaje. Posteriormente, al unir esos sonidos y al articularlos con otros objetos conforma el lenguaje articulado o hablado.

El ser humano al buscar nuevas formas de expresión para dar a conocer sus ideas y regir su vida práctica y económica llegó a la creación del lenguaje escrito, que también ha evolucionado con el tiempo. De esta manera se puede decir que el lenguaje oral y escrito es un medio por el cual se comunica el hombre.

Pero de acuerdo con Ferdinand Saussure, el lenguaje es un sistema de signos creado por el hombre para comunicar sus ideas, impresiones y hechos. Por sistema se entiende la estructura y la organización. El signo es un compuesto de significado y significante. El significado corresponde al contenido, es decir, la imagen conceptual del objeto. Mientras el significante es el vehículo material (letras, sonidos) del contenido, el aspecto visual o sonoro. La relación establecida entre significado y significante se da por medio de una convención social.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> García, Ramón Pelayo. Enciclopedia temática Larousse. Argentina, 1980, p. 648.

El lenguaje al considerarse una capacidad del hombre para comunicarse por medio de un sistema de signos, contiene tres funciones básicas (representativa, expresiva y apelativa).

La función representativa: por medio de esta función se transmiten contenidos. Requiere un sistema de signos representativos de sucesos y cosas, por ello es exclusiva del hombre.

La función expresiva: por esta función el emisor manifiesta su estado psíquico.

La función apelativa: por medio de ella se actúa sobre el oyente para dirigir o atraer su atención. Un ejemplo, de esta función son las señales de tráfico.

El lenguaje al igual que la comunicación es básica para la convivencia social del ser humano y su desarrollo intelectual. De ahí que ambos términos se complementen, ya que el lenguaje es un instrumento para comunicarse o expresar sus ideas y sentimientos, y la comunicación necesita del lenguaje (oral y escrito) con el objetivo de funcionar.

Con base en las funciones del lenguaje, un emisor al comunicarse puede alcanzar su objetivo por el cual envía un mensaje, es decir, con qué fin el hombre utiliza la comunicación. De acuerdo con Douglas Ehnimnger y H. Monroe, citados por Socorro Fonseca, se especifican cuatro propósitos de la comunicación. 1) Informar, 2) Entender, 3) Persuadir y 4) Actuar.<sup>11</sup>

1. Informar: utiliza la función representativa del lenguaje, para explicar algún suceso o término.

---

<sup>11</sup> Fonseca Yerosa, Socorro, op.cit., pp. 13-14.

2. Entender: utiliza la función expresiva del lenguaje, ya que con él se intenta un encuentro y una comprensión entre emisor y receptor por medio de la propia naturaleza del lenguaje.
3. Persuadir: utiliza la función apelativa del lenguaje, ya que un emisor al comunicarse quiere influir para formar alguna idea o un cambio de actitud.
4. Actuar: se utiliza la función apelativa, para impulsar al emisor a realizar un acción determinada.

La comunicación para su estudio se clasifica de diferentes formas, pero de acuerdo a los objetivos de esta investigación se revisan tres tipos: 1) Comunicación intrapersonal, 2) Comunicación interpersonal y 3) Comunicación Masiva.

1. Comunicación intrapersonal: El emisor es su propio receptor, es decir, el sujeto filtra la información, la procesa, la incorpora y la reafirma dialogando consigo mismo.
2. Comunicación interpersonal: Es entre dos personas, permite el cambio de "roles" entre emisor y receptor. Estos conversan directamente y se ceden la palabra.
3. Comunicación Masiva (Mass Communication): Este tipo de comunicación según Wright<sup>12</sup> se distingue por las siguientes características: a) se dirige a auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos.  
b) Los mensajes se transmiten de forma pública y son de naturaleza transitoria.  
c) El comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar mucho gasto.

---

<sup>12</sup> Rec. H. Blau. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. Nueva York, 1968, p.38.

De acuerdo a estos argumentos de Wright, la comunicación masiva se da mediante un emisor, quien habla con el receptor a través de medios técnicos (radio o televisión). Este último personaje es heterogéneo y carece de recursos para dar una respuesta.

Para que se lleve a cabo la comunicación masiva es necesario la utilización de dispositivos técnicos, es decir, de medios masivos (Mass Media) o medios de comunicación

Los medios de comunicación "se definen como sistemas de transmisión de informaciones a un público numeroso, disperso y heterogéneo mediante instrumentos técnicos, prensa, cine, disco, radio, televisión, libro, etc."<sup>13</sup>

Es decir, los medios de comunicación son el canal artificial por el cual se envía el mensaje a un receptor. Existen dos tipos de medios, los impresos y los electrónicos, estos últimos recurren al recurso del sonido y de la imagen con el fin de expresar los contenidos. Dentro de esta clasificación se pueden encontrar a la televisión y a la radio.

## 1.2 LA RADIO

La radio se puede definir de acuerdo con Cebrián Herreros "como un medio de comunicación a distancia por el que un grupo minoritario, mediante sonidos, difunde por vía de ondas hertzianas unos contenidos cristalizados en unidades de programas que se juxtaponen a continuidad para formar una emisión, a una audiencia numerosa, disgregada y heterogénea".<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Cebrián Herreros, Mariano. Diccionario de radio y televisión. Madrid, España, 1981, p. 216.

<sup>14</sup> *Ibid.*, p. 9.

Por su parte Romeo Figueroa señala que “la radiodifusión es una forma de comunicación a distancia de carácter público, representada por la emisión, el transporte, y la recepción de voces, música y efectos sonoros por medio de ondas electromagnéticas que, sin el empleo de cables y conexiones, viajan desde una fuente central localizada (estación) hasta el radioescucha (receptor)”.<sup>15</sup>

De acuerdo a estas dos definiciones de los autores Cebrián Herreros y Romeo Figueroa, la radio se caracteriza por ser un medio de comunicación a distancia por el cual se emiten mensajes a través del sonido (voz, música, efectos y silencios) a receptores numerosos y heterogéneos. Estos aspectos se relacionan con el concepto de la comunicación, pues aquí también intervienen un emisor (locutor), un mensaje (información), un canal y un receptor (radioescuchas), así como un lenguaje (voz, música, efectos y silencio).

Por tal motivo, para los propósitos de este trabajo y de acuerdo a los términos de comunicación y de la radio que se han revisado, se propone la siguiente definición: la radio es un medio de comunicación electrónico que utiliza un proceso para enviar mensajes a través del sonido a un público numeroso y determinado.

La radio al ser un medio de comunicación masiva y al poseer una unisensorialidad, es decir, al percibirse por un solo sentido: el oído, adquiere ventajas y desventajas. De acuerdo con Mario Kaplún<sup>16</sup> se mencionan las siguientes ventajas:

- Amplia difusión popular.
- Simultaneidad: posibilidad de llegar a muchas personas.

<sup>15</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* México, 1996, p. 87.

<sup>16</sup> Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. Quito, 1978, p. 48.

- Instantaneidad: el mensaje radiofónico llega al radioescucha en el mismo momento en que se emite y se distribuye sin la intervención de ningún agente intermediario.
- Largo alcance.
- Bajo costo per cápita.
- Acceso directo a los hogares de los destinatarios.

En cuanto a las desventajas del medio radiofónico Mario Kaplún menciona las siguientes:

- Unisensorialidad: la radio al emitir sólo sonidos, se vale nada más del sentido del oído.
- Ausencia de interlocutor: esto le ocasiona desconocer la reacción de los receptores.
- Fugacidad: el mensaje radiofónico es efímero, ya que se inscribe en el tiempo y no puede volver a repetirlo varias veces.

La radio al estar vinculada con la comunicación también utiliza un lenguaje, el sonoro. Es decir, consta de un sistema de signos (la voz, la música, los efectos y el silencio) para emitir los mensajes. Esto significa, de acuerdo con la explicación del investigador Ferdinand Saussure sobre el lenguaje, que al referirse a un sistema equivale a la organización de los elementos sonoros. El significado corresponde al contenido, el significante es el vehículo material (voz, música, efectos y silencios) del contenido.

¿Pero qué es el lenguaje radiofónico? De acuerdo con Balsebre Armand “es un conjunto de formas sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos y el silencio, cuyo significado viene determinado por el conjunto de los recursos técnico- expresivos de

la producción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo- visual de los radioyentes".<sup>17</sup>

La definición del autor Balsebre en términos generales señala que, el lenguaje es un conjunto de elementos sonoros (voz, música, efectos y silencios) que el emisor y el receptor utilizan, tanto en la producción como en la interpretación del mensaje radiofónico.

Asimismo, el lenguaje radiofónico está conformado por cuatro elementos sonoros, la voz, la música, el efecto y el silencio, que al conjuntarse de una manera estructurada y ordenada pierden su esencia. Por ello, al utilizarlos para emitir un mensaje a través de la radio es necesario que se manejen de una manera combina y no aislada.

El lenguaje radiofónico al ser utilizado por el emisor y el receptor para la producción y la interpretación de los mensajes se establece un propósito comunicativo, que de acuerdo con Merayo Pérez Arturo, permite puntualizar las cuatro funciones comunicativas de la radio: informar, formar, entretener y persuadir.<sup>18</sup>

- Función persuasiva: es aquel mensaje radiofónico que debe hacer uso de apelaciones directas con el fin de mantener la atención y el interés del radioescucha.
- Función de entretenimiento: es aquel mensaje radiofónico que sirve de distracción, de espectáculo a domicilio, ameno pero nunca vacío de contenido porque divierte y entretiene.

---

<sup>17</sup> Balsebre, Armend. *El lenguaje radiofónico*. Madrid, 1994, p.

<sup>18</sup> Merayo Pérez, Arturo, *Para entender la radio*. Salamanca, 1992, pp. 18- 28.

- Función formativa: es aquel mensaje radiofónico que maneja una información profunda y contrastada, es decir, aquella que produce una instrucción cognitiva o crea actitudes sociales, políticas, económicas, igualmente enriquecedoras.
- Función informativa: es aquel mensaje que le ofrece al radioescucha lo que sucede a su alrededor, en sus aproximaciones espaciales y temporales.

Cabe señalar, que sin el lenguaje radiofónico no existirían estas cuatro funciones comunicativas de la radio, porque permite transmitir las ideas que componen el mensaje, es decir, el contenido.

Las funciones comunicativas de la radio (informativa, formativa, entretenimiento y persuasiva) permiten identificar los diferentes géneros radiofónicos que se manejan en este medio electrónico.

Pero en primera instancia se debe dejar en claro ¿qué es un género?. “Los géneros se distinguen principalmente por el contenido y en un grado menor por el estilo y pistas de tiempo. Un género implica ciertas convenciones de estrategia narrativa y de organización, por medio de temas, motivos, escenarios, situaciones y caracterizaciones. De esta manera, los realizadores de producciones audiovisuales utilizan patrones reconocibles de relatos que son fácilmente entendidos por su audiencia”.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Taves, Brian, Judi Hoffman Judi Hoffman y Karen Lund (compiladores). *The Moving Image Genre-Form Guide*. Febrero, 1998. <http://lcweb.loc.gov/tr/mopic/mjgintro.html>

Esta definición de género refiere a la clasificación del contenido de un producto audiovisual y a la forma de expresarlo. De ahí que Maximiliano Maza Pérez señale que el contenido de un producto audiovisual se divide en dos tipos: dramáticos e informativos.<sup>20</sup>

- Género dramático: “categoría que incluye aquellos productos audiovisuales cuyo contenido no trata de reflejar fielmente la realidad, aunque ésta sea el punto de partida para su construcción. El género dramático constituye un espectro cuyos extremos son la comedia y la tragedia.”
  
- Género informativo: “categoría que incluye aquellos productos audiovisuales cuyo contenido trata de reflejar la realidad, lo más fielmente posible. El género informativo constituye un espectro cuyos extremos están determinados por el grado de valor noticioso del contenido de sus productos.

La radio, según Cristina Romo, tiene tres grandes géneros, en que normalmente se ordenan los tipos de programas radiofónicos. Estos géneros son: el dramático, el periodístico o informativo y el musical.<sup>21</sup>

El género dramático, como se definió en los párrafos anteriores, es aquel que se basa en lo ficticio, aunque parte de hechos reales para construirlos. Por su parte, el género periodístico o informativo, está relacionado con los hechos reales, pues da conocer los acontecimientos que suceden en el entorno del hombre.

---

<sup>20</sup> Maximiliano Maza Pérez. *Quién para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México, 1994, p. 383.

<sup>21</sup> Romo, Cristina. *Manual para urgente radialistas apasionados*. México, 1995, p.17.

El género musical es aquel en donde las diversas manifestaciones de la música encuentran lugar para su difusión en la radio.<sup>22</sup>

El conocer que tipos de géneros existen en la radio permite establecer una comunicación fluida y sin ruidos con los radioescuchas. Por tal motivo, es necesario utilizar el formato adecuado en cada género radiofónico.

Un formato se define como: “una estructura que caracteriza la presentación de información durante una transmisión, es decir, la forma como se ordenan los elementos de una producción audiovisual para ser presentados al auditorio”.<sup>23</sup>

Esta definición de formato se retoma con base en los propósitos de esta investigación, ya que es la forma en cómo se presenta la información en un género periodístico. De ahí que la palabra formato provenga del vocablo latino *forma*.<sup>24</sup>

Al señalar que este trabajo está ligado con el género periodístico o informativo radiofónico, es porque se parte de una realidad con el fin de dar a conocer acontecimientos o información relacionada con los radioescuchas.

Los formatos o las formas que utiliza el género periodístico de la radio para presentar la información son la nota, la crónica, la entrevista, el reportaje y el editorial; mejor conocidos como géneros periodísticos de la prensa, es decir, “las formas que busca el periodista para expresarse,

---

<sup>22</sup> Linarcas. Marco Julio. *El guión. Elementos, formatos y estructuras*. México, 1989, p. 43.

<sup>23</sup> *The Heritage Illustrated Dictionary of the English Language*. Nueva York, EUA. 1973, p 516.

<sup>24</sup> *Diccionario Enciclopédico*. Larousse. México. 2001, p 459.

debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación”.<sup>25</sup>

La radio al manejar la nota, la crónica, la entrevista, el reportaje y el editorial (los géneros periodísticos) ejerce una función informativa o periodística, que de acuerdo a las características sonoras de este medio electrónico le confieren rapidez, simultaneidad e instantaneidad. Asimismo, al ser percibida por el oído le permiten utilizar otros formatos de expresión radiofónica como: los comentarios, debates, mesas redondas y encuestas.

Con base en los tres géneros radiofónicos de la radio, dramático, informativo y musical, se especifican los tipos de programas que existen en la radio. ¿Pero a qué se le llama programa? De acuerdo con Arturo Merayo Pérez “un programa de radio es el conjunto de contenidos que con un título y tiempo determinado son difundidos por la radio, integrándose a la programación general con un estilo propio”.<sup>26</sup>

Esta definición de Merayo Pérez especifica que un programa se caracteriza por tener un contenido, un título, un determinado tiempo y una periodicidad. A partir de estas cualidades se identifican los tipos de programas que hay en la radio de acuerdo a las funciones comunicativas de este medio.

Entre los tipos de programas radiofónicos que mencionan los autores Arturo Merayo Pérez, Mariano Cebrián Herreros y Marco Julio Linares, se encuentran los siguientes: radionovelas, radioteatros, radiocuentos, noticiarios, educativos, culturales, científicos, instructivos, de concurso, musicales, infantiles, cápsulas, publicitarios y deportivos.

---

<sup>25</sup> Gargurevich, Juan. Géneros Periodísticos. Quito, 1982, p. 11.

<sup>26</sup> Merayo Pérez, Arturo. Para entender la radio. Salamanca, 1992, p.239.

Para los propósitos de esta investigación sólo se tomará en cuenta a los programas deportivos, que según Marco Julio Linares "con la proliferación del deporte- espectáculo, la radio desarrolla la crónica o transmisión deportiva... Es decir, los cronistas o comentaristas se circunscriben a la narración de las acciones del deporte correspondiente. Algunas veces cuando la transmisión del juego lo permite, se incluyen comentarios y entrevistas para complementar y hacer más ágil la emisión".<sup>27</sup>

Esta referencia de Marco Julio Linares sobre la radio deportiva indica que las transmisiones deportivas, en donde se describen de manera continua las acciones de juego, se han establecido como los programas principales de este rubro y los de mayor preferencia por los radioescuchas.<sup>28</sup>

Pero antes de continuar con la explicación de la radio deportiva es necesario dejar en claro qué es deporte.

### 1.3 EL DEPORTE

De acuerdo con la Real Academia Española deporte significa: "(De deportar) m. **Actividad física** ejercida como juego o competición cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas// 2. Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio, por lo común al aire libre // por deporte. Por gusto y desinteresadamente".<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Linares, Marco Julio, *op.cit.*, p. 44

<sup>28</sup> De Anda y Ramos, Francisco. *La radio. El despertar del gigante*. México, 1997, p. 412.

<sup>29</sup> Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Madrid

En tanto la terminología en Educación Física define al deporte como: “// toda actividad física con carácter de juego, que adopte forma de competición consigo mismo o con los demás o constituya una confrontación con los elementos naturales...”.<sup>30</sup>

Estas dos definiciones manejan los términos de actividad física, juego, competencia y entrenamiento para explicar la palabra deporte. Por tal motivo, es necesario conocer estos cuatro elementos con el fin de entender al deporte.

En primera instancia hay que definir la palabra actividad, que según la terminología en Educación Física “ actividad es la facultad, en general, de obrar el individuo. Más propiamente podemos hablar de actividad nerviosa, muscular, psíquica, intelectual...”.<sup>31</sup> Por consiguiente, la actividad física: “ es aquella capacidad de movimiento por parte del hombre para recrear su cuerpo”,<sup>32</sup>

El ser humano a través de su paso evolutivo en la tierra primero empleó el movimiento para subsistir y posteriormente al alcanzar un nivel de raciocinio, lo utilizó con el fin de recrear su cuerpo, así surge el juego- lúdico. Pero antes de explicar esta faceta hay que definir la palabra juego “ es aquella actividad u ocupación voluntaria ejecutada dentro de ciertos límites fijados de tiempo y lugar, según las reglas libremente aceptadas y absolutamente aceptadas, teniendo su aspiración en sí mismo y realizado con una sensación de tensión, alegría y consciencia...”<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Rosa Sánchez, Juan. J. *Terminología de Educación Física y su didáctica*, México, 1999, p. 89.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 15.

<sup>32</sup> De Luna, Arturo Ariel, *op.cit.*, p. 10.

<sup>33</sup> Rosa Sánchez, Juan. J, *op. cit.*, p. 10

El juego al generar alegría da pie a explicar el juego lúdico, es decir, "aquel juego, diversión sin ningún tipo de afán competitivo"<sup>34</sup>

El juego al pasar de lúdico a la faceta de agonístico (competitivo) desemboca en el aspecto físico, el deporte, pues ello exige una mayor preparación física y técnica por parte del hombre para vencer a sus contrincantes o rivales.<sup>35</sup>

El deseo de superación del ser humano para vencer a sus contrincantes está ligado con los otros dos términos que explican el deporte, competencia y entrenamiento. El primero, competencia, es aquella "Disputa o contienda entre dos o más sujetos sobre alguna cosa. // Rivalidad entre varias personas que persiguen el mismo objeto."<sup>36</sup>

El segundo concepto es el del entrenamiento "cualquier instrucción organizada cuyo objetivo es aumentar rápidamente la capacidad de rendimiento físico, psicológico, intelectual o técnico motor del hombre".<sup>37</sup>

Al revisar las definiciones de los elementos que explican al deporte (actividad física, juego, competencia y entrenamiento) y con base en los objetivos de esta investigación, el deporte se entiende como: aquella actividad física, individual o colectiva, que se emplea en un juego competitivo, después de un entrenamiento.

---

<sup>34</sup> Alcoba López, Antonio. *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid, 1993, p. 19.

<sup>35</sup> *Ibid.*, p. 19.

<sup>36</sup> *Diccionario Enciclopédico*. Larousse. México, 2001, p. 219.

<sup>37</sup> Rosa Sánchez, Juan, J, op. cit., p. 144.

El deporte, de acuerdo con Antonio Alcoba López, consta de dos clasificaciones: deporte amateur y profesional.<sup>38</sup> El deporte amateur “es aquella práctica del deporte de manera desinteresada, por el sólo placer de la competencia y por la alegría del logro”<sup>39</sup>. Esta definición al mencionar el placer de la competencia y el de la diversión dan la pauta para que Alcoba López divida al deporte amateur en dos tipos, es decir, en lúdico y en agonístico

El deporte amateur lúdico, el cual proviene del juego, es la práctica del deporte con el fin de buscar una diversión. Mientras que el deporte amateur agonístico, conduce a la competición y requiere un entrenamiento de perfección y superación de la persona que lo realiza.

El segundo tipo de deporte es el profesional, aquí el deportista percibe un dinero por realizarlo, de ahí que tenga ese deseo de superación en su preparación física y técnica. De tal explicación se deriva el concepto de deporte- espectáculo, en donde un espectador, captado por la emoción, abona una cantidad de dinero por presenciar lo que ejecuta el deportista profesional.

A partir de la clasificación del deporte por su manera de practicarlo se hablará del atletismo, tema base de la investigación, y que es considerado un deporte amateur.

El atletismo, palabra de origen griego (Aethlos= esfuerzo, competencia, lucha) es uno de los deportes más antiguos, pues los movimientos físicos que se llevan a cabo en esta actividad como, el caminar, correr, saltar o lanzar son habilidades que ha utilizado el hombre desde su paso evolutivo en la tierra. Primero, en un medio de subsistencia y posteriormente en una actitud específica de la vida o de juego.<sup>40</sup>

<sup>38</sup> Alcoba López, Antonio, *op. cit.*, p. 71.

<sup>39</sup> Rosa Sánchez, Juan, J, *op. cit.*, p. 86.

<sup>40</sup> Boltrán Oliviera, Javier. *1169 ejercicios y juegos del atletismo*. Barcelona, p. 13.

Las habilidades del atletismo (correr, caminar, saltar y lanzar) fueron utilizadas por el hombre primitivo para sobrevivir, cuando corría largas distancias, libraba obstáculos o saltaba piedras con el fin de escapar o atrapar a sus enemigos. Así como al tratar de cazar a los animales que le proporcionaban comida y vestido.<sup>41</sup>

Posteriormente, al dominar estos movimientos físicos y al emplearlos en sus ratos de ocio, es decir en forma de juego lúdico, lo hace para ejercitarse o por placer, pero al tener la necesidad de competir (juego agonístico) los utiliza con el propósito de ser superior a sus contrincantes y así le dio paso al atletismo como un deporte.

Los movimientos físicos del atletismo llegaron a través del tiempo a la antigua Grecia, donde la figura del hombre que sobresalía por su cultura, preparación y superioridad atlética era glorificada. Por ende, en este lugar se tiene referencia del atletismo como deporte, al celebrarse los juegos olímpicos que iniciaron los griegos en el año 776 a.C. El principal evento olímpico fue el pentatlón, que comprendía lanzamientos de disco y jabalina, carreras a campo traviesa, salto de longitud y lucha libre. Las carreras a pie, formaron parte también del programa.<sup>42</sup>

Los romanos continuaron con la celebración de las pruebas olímpicas después de conquistar Grecia en el 146 a.C. Pero en el año 394 d.C., el emperador romano Teodosio abolió los juegos y así durante ocho siglos no se celebraron competiciones organizadas de atletismo.

---

<sup>41</sup> De Lama, Arturo Ariel, *op. cit.*, p. 11.

<sup>42</sup> Mansilla, Ignacio. *Conocer al Atletismo*. Madrid, p. 15- 20

Alrededor de la mitad del siglo XIX se restauraron las competencias de atletismo en Inglaterra. Y en 1834 un grupo de entusiastas de esta nacionalidad acordaron los mínimos exigibles para competir en determinadas pruebas.

También en el siglo XIX se realizaron las primeras reuniones atléticas universitarias entre las universidades de Oxford y Cambridge (1864), el primer mitin nacional en Londres (1866) y el primer mitin amateur celebrado en Estados Unidos en pista cubierta (1868).

El atletismo adquirió posteriormente un gran seguimiento en Europa y América. En 1896 se iniciaron en Atenas los Juegos Olímpicos, una modificación restaurada de los antiguos juegos que los griegos celebraban en Olimpia.

#### **1.4 LA RADIO DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Al dejar en claro qué es el deporte y atletismo, nuevamente se retoma el concepto de radio deportiva, que según Marco Julio Linares, se entiende como aquellas transmisiones deportivas, en donde se lleva a cabo la descripción continua de las acciones de juego.

Pero de acuerdo a lo que se ha propuesto con la definición de deporte en los párrafos anteriores, la radio deportiva debería abarcar a parte de las competencias y sus resultados, el tema del entrenamiento, es decir, la manera en cómo se practica un deporte, es este caso el atletismo.

Por ende, para los fines de esta investigación y con base en los conceptos de comunicación, radio y deporte que se han explicado se propone la siguiente definición: la radio deportiva es aquella que transmite e informa de las competencias y de los entrenamientos de un deporte, mediante un proceso a través del sonido y dirigida a un público determinado.

Al señalar que la radio deportiva debería también abordar la parte del entrenamiento, es porque actualmente y a través de la historia de los programas deportivos del cuadrante de la Ciudad de México sólo le han dado espacio a las transmisiones de los juegos competitivos, en su faceta deporte- espectáculo, y a los resultados que arrojan éstos.

Por ello, con base en el análisis de la comunicación masiva (aproximación tripartita) propuesta por John B. Thompson y que parte de la estructura metodológica de la "hermenéutica profunda" o de la interpretación, es decir, a partir del análisis histórico social y del análisis discursivo se abordará la historia de la radio deportiva en la Ciudad de México, en específico la estación Estadio 590 AM, a través de los tipos de programas y de la estructura e información que manejan éstos.

La radio en el siglo XXI se mantiene entre los principales medios de comunicación, ya que su instantaneidad, simultaneidad y su largo alcance la han colocado en el gusto de la gente, la cual sintoniza una estación para informarse, divertirse, orientarse o simplemente con el fin de sentirse acompañado.

La radio en la Ciudad de México tiene una penetración del 99 por ciento entre la población a través de las 60 estaciones que componen el cuadrante radiofónico del Distrito Federal. En el cual se manejan programas con distintos contenidos, aunque el 80 por ciento de las emisoras están dedicadas a la transmisión de música y a la comercialización de su espacio- tiempo, según datos de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

Uno de los programas de mayor arraigo entre la gente es el relacionado con el tema deportivo, que está enfocado a la transmisión de partidos de fútbol y con programas informativos, en donde sólo emiten los resultados de los encuentros del balompié mexicano, comentarios de las

jugadas a través de mesas de discusión, crónicas y reportajes sobre la vida profesional o retiro de un jugador.

También abordan otros deportes pero les conceden poco tiempo, así lo refleja el cuadro A, el cual muestra que de los más de 60 programas deportivos del cuadrante del Valle de México, el 70 por ciento está enfocado al fútbol, mientras a las otras actividades físicas se les asigna alrededor del 20 por ciento de la programación.

**CUADRO A PROGRAMAS DEPORTIVOS EN EL CUADRANTE RADIOFÓNICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO (FEBRERO DEL 2003)**

PROGRAMA	ESTACIÓN	FRECUENCIA	HORARIO
Marcador Final	Radio 620	620 AM	19:00 a 20:00 hrs. Dom
Impacto Deportivo	Radio 660 la Candela	660 AM	14:30 a 15:30. De L - V
Impacto Deportivo	Radio 660 la Candela	660 AM	15 a 16 hrs. Sab y Dom
Esto es Fútbol	ABC Radio	760 AM	16 a 17 hrs. De L a J
Deporte en Movimiento	ABC Radio	760 AM	16 a 17 hrs. Viernes.
Viva el Básquetbol	ABC Radio	760 AM	9 a 10 hrs. Sábados.
El ABC de los Toros	ABC Radio	760 AM	13 a 14 hrs. Domingos
Comentando el Fútbol	ABC Radio	760 AM	14 a 16/ 18 a 19 hrs. D
Alta Velocidad	ABC Radio	760 AM	15 a 16 hrs. Domingos
Domingo Deportivo	Formato 21	780 AM	9:20 a 9:40 / 15:00 a 15:20 / 18:20 a 18:40 D
<b>Estadio W</b>	<b>Estadio W</b>	<b>590 AM</b>	<b>24 hrs. Deportes</b>
Goya Deportiva	Radio UNAM	860 AM	19 a 20 hrs. L, M, V.
Pasión W	XEW	900 AM	8 a 9 hrs. De La V
Tirando a Gol	XEW	900 AM	15 a 16 hrs. De L a V
Pasión W al Desnudo	XEW	900 AM	20:30 a 22 hrs. De L - V
Rincón Taurino	XEW	900 AM	15 a 16 hrs. Domingos
La Fórmula es	Radio Fórmula	970 AM	17 a 18 hrs. De L a S
Palco Deportivo	Radio Centro	1030 AM	17 a 18 hrs. De L a V
Juego Limpio	Radio ACIR	1260 AM	15 a 16 hrs. De L a V
A Todo fútbol	Radio ACIR	1260 AM	18 a 19 hrs. S y D
Fiesta Brava	Radio ACIR	1260 AM	19 a 20 hrs. Domingos
Así, es el Deporte	Radio 13	1290 AM	21 a 22 hrs. Domingos
Línea Deportiva	Track 1320	1320 AM	11 a 12 hrs. L a S
Los Protagonistas	Track 1320	1320 AM	14 a 15 hrs. L a V.
Sociedad Deportiva	Track 1320	1320 AM	20 a 21 hrs. L a S.
Sociedad Deportiva	Track 1320	1320 AM	9 a 14 / 18 a 19 hrs. D.
Dos en el Área	Radio Sinfonía	1410 AM	19 a 20 hrs. L a V
Box Sabatino	Radio Sinfonía	1410 AM	20 a 22 hrs. Sábado.
Dos en el Área	Radio Sinfonía	1410 AM	14:30 a 16 / 19 a 20. D
Farándula Deportiva	Noticias 1440	1440 AM	16 a 17 hrs. L a V
Deportes en Vivo	Radio Uno	1500 AM	17 A 18 hrs. S y D
Círculo Deportivo	La Mexicana	1530 AM	19 a 20 hrs. L, M y Mier

### PROGRAMAS DEPORTIVOS DE FM

PROGRAMA	ESTACIÓN	FRECUENCIA	HORARIO
Espacio Deportivo	Azul 88.9	88.9 FM	19 a 20 hrs. De L a V.
Imagen Deportiva	Imagen 90.5	90.5 FM	15 a 16 hrs. De L a V.
Imagen Deportiva	Imagen 90.5	90.5 FM	21 a 22 hrs. De L a V.
Intersección Deportiva	IPN Radio	95.7 FM	12 a 13 hrs. Domingos.
Enfoque Taurino	Stereo Cien	100.1 FM	15 a 16 hrs. L a V.
Alternativa Deportes	Stereo Rey	102.5 FM	15 a 15:30 hrs. De L - V
Grana y Oro	Stereo Rey	102.5 FM	19 a 20 hrs. Domingos.
La Fórmula es	Radio Fórmula	103.3 FM	17 a 18 hrs. De L a S.
Conexión Deportiva	Órbita 105.7	105.7 FM	14 a 14:30 hrs. Sábado
Espacio Deportivo	Mix FM	106.5 FM	19 a 20 hrs. De L a V.

Fuente: ARVM y Revista Voces en el Aire.

Los programas de la radio deportiva se enfocan en las transmisiones y en dar los resultados de los partidos de fútbol, porque estas competencias generan la mayor parte de la información para las emisiones y porque son las preferidas por la gente. De ahí que ningún programa aborde el rubro del entrenamiento, es decir, explicarle al auditorio cómo, cuándo, dónde, para qué y por qué practicar un deporte.

Por ejemplo, en un monitoreo que se realizó el 23 de febrero del 2003 del partido Atlante contra Atlas se detectó que tres estaciones transmitían el mismo encuentro, entre ellas estaban Estadio 590 AM, Radio Acir 1260 AM y Radio Uno 104.1 FM.

En cuanto a los programas relacionados con emitir los resultados de las competencias también se identificó que tienen la misma estructura. Por ejemplo, la estructura del programa *Súper Estadio* comienza con un *teaser* y con la presentación de los conductores. Posteriormente pasan a desglosar la información sobre fútbol, alrededor de una hora, a través de comentarios, de las notas de los reporteros y con anécdotas.

Después participan los especialistas en fútbol americano, automovilismo, béisbol, básquetbol, toros y deporte amateur pero intercalan su intervención con notas sobre fútbol, secciones de reportajes de las figuras deportivas, editoriales, entrevistas grabadas o por medio de la vía telefónica y con opiniones del público.

Entre los programas que manejan este tipo de estructura se encuentran *Súper Estadio*, de la estación Estadio 590 AM, y *Los Protagonistas*, de la emisora Sociedad Deportiva 1320 AM.

El ex productor de Televisa Radio, Lauro Alvarado, con relación a las transmisiones de las competencias deportivas señala lo siguiente: “los deportes se hicieron en la radio para la gente que no podía asistir directamente al estadio y por ello tenía que escuchar la transmisión”.<sup>43</sup>

El comentario del ex productor de Televisa Radio explica porque las transmisiones deportivas en la radio son sintonizadas por la gente, pues el auditorio a veces no tiene la oportunidad de asistir directamente al estadio a presenciar un partido o a la arena a ver una función de box por causas de fuerza mayor.

Incluso el aspecto económico es un factor para que la gente escuche por radio las transmisiones de las competencias, ya que actualmente en la televisión se transmiten los eventos deportivos por sistema de cable o TV de paga.

Un ejemplo que refleja estas circunstancias sucedió en 1994 con la pelea por el Campeonato Mundial de Box entre los peladores Julio César Chávez, de México, y Héctor Camacho, de Puerto Rico, como lo comenta el mismo productor Lauro Alvarado.

---

<sup>43</sup> Entrevista realizada al ex productor de Televisa Radio y Director de la escuela de locución Raúl del Campo Jr; Lauro Alvarado. 19 de Septiembre de 2002

“En 1994 Televisa Radio le dio mucho apoyo al fútbol, al béisbol, a los toros y al box, principalmente a este último deporte porque en esa época estaba la *Chavezmania* y toda la gente buscaba un lugar para ver las peleas, pero al no encontrar un sitio o por no tener contratado el servicio de TV de paga sintonizaba la radio para seguir la pelea, como sucedió cuando se enfrentó a Héctor *El Macho* Camacho”.<sup>44</sup>

Esta situación de sintonizar la radio por el factor económico también se dio en los años 30, 40 y 50 pero de diferente manera, es decir, las personas al no tener dinero para asistir directamente al encuentro deportivo, sintonizaban una estación. Incluso cuando se originó la televisión sucedió lo mismo: recurrir a las transmisiones de las competencias a través de las ondas hertzianas porque la gente carecía de recursos económicos para adquirir un aparato de televisión.

Cabe señalar que las transmisiones de las competencias deportivas y los programas en donde sólo se emiten los resultados de los partidos de fútbol fueron los primeros programas que le dieron cabida al tema deportivo dentro de la radio, así lo refiere la historia de este medio electrónico.

---

<sup>44</sup> Entrevista realizada al ex productor de Televisa Radio y Director de la escuela de locución Raúl del Campo Jr; Lauro Alvarado. 19 de Septiembre de 2002

## **1.5 ANTECEDENTES DE LA RADIO DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

El origen de la radio deportiva está relacionado con los primeros años de la radiodifusión en el mundo, ya que después de los aportes científicos de Guillermo Marconi, Reginald Fessenden, Lee de Forest, David Sarnoff se consolidaron las primeras estaciones en el plano internacional. Por ende comenzaron a experimentar en su programación todo tipo de contenidos, desde conciertos musicales, discursos literarios, noticias, campañas políticas, hasta llegar a la transmisión de las competencias deportivas.

Para tener más precisa la evolución de la radio deportiva es necesario tomar en cuenta también cómo se desarrolla la radiodifusión, principalmente en la Ciudad de México, que regularmente ha ido a la par con la del mundo y en específico con la estadounidense de donde se adopta el modelo comercial. Asimismo de tomará como base la clasificación sobre la historia de la radio en México que realiza Cristina Romo Gil, en su libro Introducción al conocimiento y práctica de la radio, la cual se compone de cinco etapas: Los pioneros, Época de Oro, Radio rocola, La Transición y Etapa de la comunicación.

### **Los Pioneros**

La historia de la radiodifusión se divide en cinco etapas, la primera es la de los pioneros, quienes realizaban sus emisiones con transmisiones de baja potencia y con pocas horas de programación. Esta situación dio en 1920 paso a la formación de la estación KDKA de Pittsburg, considerada como una de las iniciadoras en la radiodifusión porque ya contaba con una

programación formal y por haber informado del triunfo electoral de Warren G. Harding, candidato republicano por la presidencia de los Estados Unidos.<sup>45</sup>

En el periodo de entre 1921 y 1923 surgieron más estaciones, las cuales continuaron con el proceso de experimentar y establecer una programación para el público que estaba entusiasmado con las transmisiones.

Asimismo, la estación KDKA de Pittsburg con la intención de captar mayor público porque ya se comercializaban algunos espacios, se da el origen de la radio deportiva a través de esta emisora *el 2 de julio de 1921 con la transmisión del último asalto del combate de boxeo entre Dempsey y Carpentier.*<sup>46</sup>

Gracias a la instantaneidad, la rapidez y la simultaneidad de la radio el auditorio tuvo acceso a la información del resultado al concluir la pelea. Paulatinamente los eventos deportivos cobraban presencia en las transmisiones radiofónicas ya que unos meses más tarde Harol Arling, supervisor de la Westinghouse, narró por primera vez para la KDKA un partido de béisbol entre los Piratas de Pittsburgh y los Philis de Filadelfia.

Durante esa misma época de 1921 y 1923 se daba los primeros experimentos de las cadenas radiofónicas por medio de la vía telefónica, es decir, dos o más estaciones transmitían la misma señal de una estación piloto o de origen al enviar el sonido a través del teléfono, por lo que en 1922 la WJZ y la WABC transmitieron la Serie Mundial de Béisbol.

---

<sup>45</sup> De Anda y Ramos, Francisco, *op. cit.*, p. 55.

<sup>46</sup> Alcobá López Antonio, *op. cit.* p. 65.

La utilización de la vía telefónica en la emisión de una pelea de box o en un partido de béisbol permitía narrar los acontecimientos de las acciones de juego desde el mismo lugar de los hechos hacia diversas ciudades. Una muestra de esta situación fue en 1926 cuando la Radio Corporation of American (RCA) pudo operar en cadena las primeras 24 estaciones encabezadas por las emisoras piloto WEAJ y WJS de Nueva York.

Así comenzaron a formarse las primeras compañías radiofónicas de gran renombre, como la Columbia Broadcasting System (CBS) y la National Broadcasting Company (NBC) esta última en 1927 transmitió por primera vez la Copa Rosa de Fútbol Americano, desde Pasadena, California, con un enlace de 19 emisoras.

Para 1926 las transmisiones deportivas se consolidaron en el gusto de la gente, pues con el combate de box entre Pempse y Tunney realizado en Estados Unidos se logró captar la atención de 15 millones de personas. Estos hechos también repercutieron a nivel mundial con las primeras retransmisiones de los Juegos Olímpicos de Amsterdam, Holanda, en 1928.

En la década de los años 30 en Estados Unidos el interés por la exclusividad de las transmisiones deportivas entre las grandes compañías radiofónicas NBC y CBS ya era una batalla de miles de dólares por obtener los derechos de una competencia o un partido de campeonato, pues captaba la atención del público y por consiguiente atraía a los anunciantes, así lo señala Antonio Alcoba López " con motivo del encuentro anual de atletismo que tuvo lugar en el estadio de Milwaukee, y realizó la CBS. La NBC había obtenido la exclusiva de las retransmisiones en los estadios y la CBS, para no quedarse sin audiencia y sin anunciantes, instaló en el tejado de una iglesia cercana al estadio una emisora, pirateando así, la información del encuentro."<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, p. 65.

Esta disputa entre las cadenas estadounidense de la CBS y la NBC es el origen de las batallas entre las estaciones radiofónicas por obtener la exclusividad de las competencias relacionadas con el deporte espectáculo, sólo que ahora obtienen grandes ganancias millonarias,

El origen de la radio deportiva en Estado Unidos durante la etapa de los pioneros fue un factor de influencia en la formación y el desarrollo de la industria radiofónica mexicana, pues a principios de los años 20 vario ingenieros también experimentaban con transmisiones de baja potencia.

De acuerdo con Francisco De Anda y Ramos,<sup>48</sup> Constantino de Tárnava fue el pionero de la radio en México, pues el 9 de octubre de 1921 a través de una emisora experimental, que denominó TND (Tárnava- Notre Dame) realizó las primeras transmisiones desde la ciudad de Monterrey, incluso su señal se alcanzó a escuchar en Sudamérica y hasta Nueva Zelanda.

Para 1923 los radioaficionados se unieron con el propósito de formar el Club Central de Radiotelefonía, que después cambió su nombre por el de la Liga Mexicana de Radio, así el 19 de marzo de 1923 se produjo en la capital del país la primera transmisión a cargo de José de la Herrán y J. Fernando Ramírez.

La novedad de la radio paulatinamente atrajo también a las empresas comerciales para anunciar sus productos o con el fin de establecer su propia emisora. Así en 1923 surge la primera radiodifusora formal y la más antigua de la Ciudad de México, que pertenecía a la cigarrera el Buen Tono (CYB) y actualmente conocida como la XEB.

---

<sup>48</sup> De Anda y Ramos, Francisco, op. cit., p. 64.

En esa búsqueda por programar nuevas producciones radiofónicas se da en 1927 la primera transmisión deportiva a través de la estación el Buen Tono CYB con el partido de fútbol entre los equipos Colo- Colo de Chile y Real Club España, de México. Así de una experimental surgían los programas deportivos en la radio de México.

### Época de Oro

La radio deportiva en la Ciudad de México tuvo esplendor en el periodo que va de 1930 a 1950, mejor conocida como la **Época de Oro**, en donde emplearon con creatividad los elementos del lenguaje radiofónico a través de programas dramáticos y en vivo, con el objetivo de tener mayor público.

Además, se consolidó la formación de grandes radiodifusoras como la XEW, XEQ, XEX y XEOY, que aportaron un nivel de producción y programación por medio de radionovelas, radioteatros, emisiones musicales en vivo a través de orquestas, las cuales eran patrocinadas por empresas jaboneras y transmisiones de las competencias deportivas.

En la década de los años 30 la XEB junto con la XEW, recién inaugurada el 18 de septiembre de 1930 por Emilio Azcárraga y con el lema "La voz de la América Latina desde México", le dieron más cabida en su programación a las transmisiones deportivas relacionadas con el fútbol, los toros, el béisbol, el box y el automovilismo.

Las transmisiones se realizaban a control remoto desde el estadio de fútbol Asturias, en Chabacano, y Necaxa, en la colonia Obrero Mundial; en la plaza de toros de la Condesa y en el parque de béisbol Delta, ubicado en la esquina de la avenida Cuauhtémoc y Viaducto.

A pesar de la existencia de otras estaciones la competencia por las transmisiones deportivas estaba entre la XEB y la XEW, ya que tenían más recursos económicos, estaban bien administradas y contaban con los mejores cronistas de aquella época.

Las figuras de aquellos años eran Julio Sotelo, en la XEB, y Alonso Sordo Noriega, en la XEW, ellos tuvieron presente la rivalidad entre sus empresas y también lo asumieron como un enfrentamiento profesional, así lo señala Fernando Marcos, comentarista deportivo: " Julio Sotelo, en la XEB, y Alonso Noriega, en la XEW, traían un pique tremendo. En una ocasión peleaban Joe Louis y Melín. Julio le iba ganando la narración de la pelea a Alonso. Este no empezaba a transmitir el primer round cuando Julio iba por el sexto. Y llegó hasta el noveno. La pelea había terminado al minuto y dos segundos. Alonso era un cronista y Julio estaba medio loco".<sup>49</sup>

El cronista deportivo Alonso Sordo Noriega inició su carrera de locutor en 1935 en la XEN, Radio Mundial la de Cervecería Modelo, después pasó a los micrófonos de la XEW, XEFO, XEQ y XEX. Este personaje se caracterizaba por tener una voz que transmitía confianza y calor humano. Así como una narración que producía imágenes visuales en la imaginación del radioescucha, el cual vibraba de la emoción.

Incluso algunas personalidades de la radio reconocen su gran capacidad al recordarlo, por ejemplo, Roberto Aguilar, locutor en los años 40 de la XEUN, Radio UNAM, la BBC, de Londres y de la XEX, señala lo siguiente: "Al frente de la XEX estaba Alonso Sordo Noriega, uno de los más brillantes locutores que ha dado México. Era un gran improvisador, con una imaginación privilegiada para construir imágenes visuales muy atractivas para el auditorio".<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Zacatecas Bertha. *Vidas en el aire. Pioneros de la radio en México*. México, 1996, p.147.

<sup>50</sup> *Ibid.*, p. 30

Por su parte, Jesús Domínguez, conductor del programa *Comentando el Fútbol*, de la estación ABC Radio, en entrevista afirma “Alonso Sordo Noriega vivió en una época equivocada, porque tenía mucha capacidad y personalidad para narrar las corridas de toros de una forma singular, que le hubieran permitido ganar mucho dinero actualmente”.<sup>51</sup>

Mientras el historiador Jorge Mejía Prieto argumenta: “Sordo Noriega, máximo cronista de la radio mexicana. Su voz y su palabra se conjugaban en una dimensión emotiva que superaba lo visual”.<sup>52</sup>

Otras de las estaciones que le dieron difusión a las transmisiones deportivas fue la XEQ, fundada el 31 de octubre de 1938 por Emilio Azcárraga, quien pretendía tener a los mejores locutores del momento y así lo reflejó porque la emisora alcanzó un prestigio durante la década de los años 40.

Además fue una de las primeras estaciones en formar un departamento de producción, el cual estaba a cargo de Carlos Riverol del Prado, a quien lo había mandado traer de Estados Unidos el director de ese entonces de la XEQ, Enrique Contel.

La XEQ a principios de los años 40 se consolidó como una de las grandes estaciones a nivel internacional por su cuerpo de voces y su área de producción, que se conjuntaban para hacer programas con un nivel imaginativo. De ahí que en los deportes no fuera la excepción, pues la emisora se caracterizó por las transmisiones de los partidos del béisbol mexicano, principalmente de los equipos Tampico, Unión Laguna, Monterrey, el Águila de Veracruz y el México, así como las corridas de toros desde el Toreo la Condensa.

---

<sup>51</sup> Entrevista realizada el 20 octubre de 2002.

<sup>52</sup> Mejía Prieto, Jorge. *Historia de la radio y televisión*. México, 1972, p. 45.

Los cronistas que formaban parte de la XEQ eran Pedro *El Mago* Septién, considerado uno de los grandes narradores de béisbol por su capacidad de improvisación y excelente voz, reforzada por sus grandes conocimientos en la materia y la experiencia que adquirió a través de los años.

Algunos de los personajes de la radio resaltan sus habilidades, por ejemplo, Jesús Domínguez conductor deportivo de la estación ABC Radio, señala: “ *El Mago* Septién recibía la información escueta de los partidos de béisbol de la liga mexicana y de Estados Unidos a través de teletipos, y él con su genialidad la reconstruía y así narraba los partidos”.<sup>53</sup>

Por su parte, el autor Francisco De Anda y Ramos resalta el gran conocimiento y experiencia en el béisbol del *Mago* Septién al argumentar lo siguiente: “Sólo los cronistas muy experimentados se pueden dar el lujo de anticipar las jugadas en cada partido. Recuerdo cómo *El Mago* Septién con mucha frecuencia anunciaba el tipo de jugada que de acuerdo con las estrategias del béisbol se debe hacer, para culminar un instante dramático del juego ¿*Usted qué ordenaría?*, pregunta siempre el *Mago*”.<sup>54</sup>

Entre las filas de los cronistas de la XEQ se encontraba también Agustín González Escopeta, quien se caracterizó por transmitir corridas de toros, partidos de fútbol, posteriormente pasó a ser comentarista deportivo. Incluso Escopeta es considerado como el primer cronista en narrar la primera corrida taurina desde el Toreo de la Condesa.

<sup>53</sup> Entrevista realizada el 20 de octubre del 2002.

<sup>54</sup> De Anda y Ramos, Francisco, op. cit., p. 416.

La formación de más estaciones en el cuadrante de la ciudad de México iba en aumento y con ello las transmisiones deportivas establecían un formato clásico, que se caracterizaba por ser una radio descriptiva que despertaba la imaginación del auditorio, por ello en esa época el cronista deportivo se estableció como un personaje importante para la gente, lo que generó la aparición de más figuras como: Pedro *El Mago* Septián, Agustín González Escopeta, Leopoldo de Samariago e incluso Jorge Marrón, el Dr. I. Q.

Asimismo, en aquella época de oro de la radio mexicana se tuvo antecedentes de los primeros programas deportivos informativos, es decir, en donde se daban los resultados de los partidos de fútbol, béisbol y comentarios acerca de las corridas de toros e incluso de las funciones de box.

Entre los pioneros en realizar este tipo de emisiones se encontraban Fray Pedro de Gubar, que transmitía por la XEW un programa dominical dedicado principalmente a dar el marcador final de los partidos del balompié mexicano.

Pero el programa con mayor renombre y presencia entre la gente fue el del español Manuel Alanís, mejor conocido como Cristino Lorenzo. La emisión se transmitió por varias estaciones pero su comienzo se dio a través de la XEB a finales de los años 30.

El programa se caracterizó por transmitir desde el café *Tupinamba*, todos los domingos al término de las corridas de toros y de los partidos de fútbol, con el objetivo de informar de los resultados a la gente, que no había tenido la oportunidad de asistir al estadio o la plaza de toros.

El propósito de hacer la emisión deportiva desde un lugar público era también para que la gente estuviera presente y así pudiera emitir sus comentarios acerca de los partidos.

Posteriormente, en 1942 Cristino Lorenzo pasó a formar parte de la estación Cadena Radio Continental (C.R.C) en donde junto con Agustín González Escopeta siguieron con la misma estructura de dar resúmenes de fútbol y toros.

Después de la inauguración de la Plaza México en 1946, por cierto transmitida a través de la XEW por Alonso Sordo Noriega y Paco Malgesto, el programa de Cristino Lorenzo y Agustín González Escopeta formó parte de la "Voz de la América Latina desde México" con el mismo objetivo pero ahora se hacía desde la cabina.

La XEW paulatinamente conformó su programación con más emisiones deportivas, por ejemplo, Cristino Lorenzo y Agustín González Escopeta contaban con otro espacio deportivo, como lo señala Jesús Domínguez, comentarista de ABC Radio, 760 AM "En el lapso que terminaba el fútbol en la Ciudad de los Deportes y comenzaba la corrida de toros en la Plaza México, Cristino Lorenzo todos los domingos tenía un programa patrocinado por Gillette y la Cervecería Modelo, en esa emisión además se entrevistaba a los aficionados que iban saliendo y entrando de dichos inmuebles, los cuestionaban acerca del resultado del partido y del cartel anunciado".<sup>55</sup>

A finales de la década de los años 40 y a principios de los 50, Cristino Lorenzo transmitía dos programas deportivos diarios, el primero a las 13 horas y el segundo por la noche. Así como las dos emisiones dominicales que ya tenía antes y después de los partidos de fútbol.

La primera mitad de los años 40 marcó el despegue de más programas deportivos con la formación de otras estaciones y la presencia de distintos cronistas. Una de esas emisoras fue Radio

---

<sup>55</sup> Entrevista realizada el 20 de octubre del 2002.

Mil (XEOY) fundada el 10 de marzo de 1942, por José Iturbide, quien deja la dirección a cargo de Ricardo Hinojosa que había colaborado en la XEQ.

La programación de Radio Mil estuvo dirigida a las minorías, por ello contaba con emisiones de conciertos de ópera, música popular, radioteatros y por supuesto deportivas con transmisiones de béisbol, fútbol, toros y carreras de caballos.

El cronista encargado de narrar las corridas de toros era Paco Malgesto, quien todos los domingos reseñaba con su particular estilo la fiesta taurina desde la Plaza del Toreo.

Por su parte, Pepe Alameda y Carlos Albert en una emisión dominical que se transmitía a las 21:45 horas comentaban todos los detalles de las corridas de toros. Para 1951 José Rosado Balderas en punto de las 20:45 horas emitía su programa semanal *Puerta de Cuadrillas* en donde entrevistaba a los toreros más destacados.

Las crónicas de las transmisiones de los partidos de béisbol, que se jugaban en el parque Delta, estuvieron en voz de Eduardo Orvañanos. Radio Mil se destacó también por programar los encuentros de fútbol desde el estadio Jalisco, en cadena con las estaciones XED y XEDQ de Guadalajara. El primer partido transmitido fue entre los equipos Jalisco y Atlante.

Mientras tanto, Joaquín Villasana se encargó de las narraciones de las carreras de caballos, desde el Hipódromo de las Américas. Cabe señalar que Villasana también contaba con un programa sabatino *Ahl va la bola* en donde entrevistaba a diferentes deportistas. Así Radio Mil se consolidaba en un competidor de las grandes estaciones pioneras de la radio en México como: XEB, XEW y XEQ.

En 1949 Radio Mil cambió de dueños y su programación se basó en la transmisión de noticias todo el día, este era el primer antecedente de noticiarios de larga duración, por lo que su cuerpo de cronistas se fue a otras emisoras, aunque en la estación Azul y Oro cobraban presencia nuevas figuras como Ángel Fernández, quien había sido contratado para realizar comentarios.

El señor Ángel Fernández a principios de la década de los años 50 se fue a la XEB, en donde narraba los partidos de béisbol de la liga mexicana y además transmitía el programa *El juego de hoy, béisbol de las grandes ligas* en el horario de las 19 a 20 horas.

A finales de los 50 y comienzos de los 60 pasó a la XEW y con el desarrollo de la televisión formó parte de Tele Sistema Mexicano, hoy Televisa, en donde se consolidó como uno de los mejores cronistas deportivos de la pantalla chica, así lo señala el medio periodístico *Voces en el Aire*: "El cronista Ángel Fernández cambió el esquema a la hora de narrar los partidos tal vez por ser original, tal vez porque él mismo sintió la emoción del fútbol y se atrevió a gritar Goooooooooooo!!! en vez de afirmar simplemente gol".<sup>56</sup>

Esta manera de narrar un partido gritando se hizo característico en los cronistas de la radio de los años 80 y 90, los cuales comienzan su profesión en las ondas hertzianas y luego pasan a las filas de la televisión para seguir de gritones.

Para el año de 1942 comenzó su funcionamiento la Cadena Radio Continental con el propósito de enlazar a 10 estaciones de la Ciudad de México de manera simultánea y así ser más competitivas. Estos enlaces se daban de las 13:30 a las 15 horas y de las 20 a las 22 horas, en los cuales se dio importancia a los espacios deportivos con grandes cronistas y comentaristas. Entre

---

<sup>56</sup> Revista Voces en el aire. México D.F. 16 de julio de 1998, p. 27

ellos estaban Fernando Marcos, quien hacía su aparición en la radio; Cristino Lorenzo y Agustín González Escopeta, con su programa de resultados de fútbol, box y toros. La narración taurina corría a cargo de Aurelio Pérez Villamelón.

La Cadena Radio Continental impulsó la carrera profesional como cronista deportivo de Fernando Marcos, quien había comenzado a narrar partidos de fútbol y gracias a su experiencia como jugador, entrenador y árbitro se estableció como uno de los mejores comentaristas del balompié.

Él mismo recuerda sus inicios dentro de la radiodifusión mexicana: “ Un día, San Martín me invitó a transmitir un partido desde Orizaba. Recuerdo que Cristino Lorenzo narraba el partido por Radio Continental y yo por la XESM (siglas de San Martín). Pasó. Regresamos a México. Recibí una llamada del presidente de Radio Continental. Quería contratarme. Yo no me explicaba la situación. Lo que había sucedido es que la señorita telefonista de Orizaba había cambiado las clavijas de las líneas, mi transmisión entró por Radio Continental y la de Cristino por la XESM. Acepté la chamba”.<sup>57</sup>

Fernando Marcos junto con la CRC se consolidaron paulatinamente en las transmisiones deportivas, pues fueron los primeros en emitir de manera diferida los Juegos Olímpicos de Londres, 1948. Cabe destacar que Fernando Marcos fue el único enviado por México a cubrir el evento atlético y gracias a la gran capacidad que demostró durante su estancia en Inglaterra, la estación BBC lo nombró jefe de la sección Iberoamericana de la BBC en la justa olímpica.

---

<sup>57</sup> Zacatecas Bertha, *op. cit.*, p. 145.

“ En 1948 se requería un locutor para los Juegos Olímpicos. Participamos Sony Alarcón, *El Mago* Septián y Paco Malgesto, yo gané el concurso. Cuando llegué a Londres, la BBC había decidido cerrar la sección de habla española. Insistí tanto que decidieron hacerme una prueba. El día del examen entre a una cabina de radio, que estaba en el Estadio de Wembley, me faltaban cinco minutos para narrar la carrera de 100 metros planos y comencé a narrar hasta que terminó la competencia. Todos estaban sorprendidos, porque en primera, hice una narración de cinco minutos para un evento que duraba 11 segundos y en segunda porque los comentaristas de la BBC estaban acostumbrados a escribir la nota y después grabarla. En cambio yo lo hice en vivo, así recibí la jefatura iberoamericana del BBC para los Juegos Olímpicos”.<sup>58</sup>

Fernando Marcos a finales de la década de los 40 tuvo intervenciones en la XEB y en los años 50 colaboró como comentarista y locutor en la XEW e incluso condujo el programa *Dos generaciones* y después en los 70 paso a la XEX.

En 1947 Alonso Sordo Noriega cumplía con su máximo ideal radiofónico: tener su propia estación al fundar el 30 de octubre la XEX “La Voz de México” que fue la primera en tener más potencia, antena direccional y equipo transmisor de Frecuencia Modulada. Así como un gran cuerpo de artistas y sobre todo respeto al público.

En la parte deportiva Sordo Noriega continuaba con las transmisiones de las corridas de toros y con los partidos de fútbol. Además, innovó una serie de ráfagas con información y comentarios deportivos a cargo de Joaquín Villasana.

De esta manera la radio deportiva se encontraba en umbral de los años 50 y con ello se establecía el fin de la época de oro de la radiodifusión. Incluso coincidía con la muerte de unos de

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, p. 147.

los máximos locutores del país, Alonso Sordo Noriega, el 20 de mayo de 1949. A partir de estas circunstancias se entraría a otra etapa con el surgimiento de la televisión, que acaparó la atención de los radioescuchas.

### **Radio Rocola**

Al comenzar la década de los años 60 la radio entró a la etapa denominada *Radio Rocola* la cual concluyó hasta 1970. Esta etapa le puso el punto final a la Época de Oro, principalmente, por el desarrollo de la televisión que atrajo la atención de la gente, quien prefería ahora ver imágenes sin la necesidad de imaginárselas.

Otro factor decisivo fue el avance tecnológico de la radiodifusión con el establecimiento de la Frecuencia Modulada, que hizo sustituir a los programas de contenido y a los musicales en vivo por los grabados, ya que la FM contaba con un mejor sonido. Asimismo, el revuelo de los nuevos géneros musicales entre los jóvenes, como el Rock and Roll, derivó en la formación de programas de complacencias por lo que la radio informativa se replegó en la AM.

Por su parte, la radio deportiva también sufrió las repercusiones entre su público pero hasta la década de los 60 cuando las transmisiones de eventos deportivos eran más constantes por la televisión. Ya que en los años 50 siguió con su evolución tanto en emisiones de partidos de fútbol, corridas de toros, funciones de box y competencias mundiales, así como en programas informativos, pues los pioneros continuaban con su trabajo adquiriendo más experiencia y con la integración de nuevos cronistas.

Por ejemplo, Agustín González Escopeta narraba en 1950 a través de la XEQ el primer partido de la Copa de Mundo de Fútbol para México entre las selecciones de Brasil y Uruguay.

En tanto, la XEX transmitió directamente desde Finlandia los Juegos Olímpicos de Helsinki, en 1952, siendo la única emisora del país en realizar esta hazaña. Por su parte, la XEB en 1958 transmitió los primeros partidos de la selección mexicana durante la Copa Mundial de Fútbol de Suecia.

Y en 1959 Radio Mil dio cuenta de lo ocurrido en los III Juegos Panamericanos de Chicago, Estados Unidos, a través de los enviados José Antonio Rangel y Guillermo Valleja. Las noticias de los juegos eran transmitidas todo el día y en la noche se hacía un resumen de media hora de lo más destacado de la jornada deportiva.<sup>59</sup>

Un factor fundamental para la radio deportiva fueron los patrocinadores, que a finales de los años 40 y toda la década de los 50 le dieron un gran impulso a las transmisiones de eventos masivos relacionados con la actividad física y que eran organizados por las empresas como: la Cervecería Modelo, Guillette, Colgate, jaboneras y refresqueras. En esta época los toros y el box atraían a más espectadores que el fútbol.

La Cervecería Modelo fue la principal empresa en organizar los grandes eventos deportivos por medio de su departamento de publicidad, que en ese entonces estaba a cargo de Jesús Domínguez. Así, junto con las estaciones XEW y XEQ de Emilio Azoárraga, le dieron colorido a las transmisiones radiofónicas deportivas de los años 50, las cuales eran narradas por Agustín González Escopetea, *El Mago Séptien*, Ángel Fernández, Julio Sotelo y Paco Malgesto.

---

<sup>59</sup> Sosa Plata, Gabriel. *Las mil y un radios*. México, 1997, p. 237

En este periodo la difusión de otros deportes se daba a plenitud a través de Radio 620 XENK, fundada por Enrique Arias en 1942. La estación se caracterizó por transmitir los partidos de fútbol americano estudiantil de México a cargo del cronista Raúl Vega. Incluso estuvieron presentes en la inauguración del estadio de la Ciudad Universitaria el 29 de noviembre de 1955, al celebrarse el encuentro entre la UNAM y el Politécnico, en aquella ocasión la victoria se la adjudicaron los Pumas con un marcador de 20 contra 19 puntos.

Radio Mil realizó también transmisiones de fútbol americano universitario, además contaba con un programa especializado en ese deporte llamado *Tacleadas en ritmo*, que era conducido por Jesús Nogues, ex jugador del Politécnico.

El tema del deporte amateur ya se hacía presente en la radio, pero con un espacio mínimo, como ha sucedido a lo largo de la historia de las ondas hertzianas. La estación que le dio cabida a este rubro fue la Radio Club, "La Voz del Amateur" (XEMX), esta emisora, dirigida por Juan Antonio Egúrrola, tuvo programas relacionados con los charros, los alpinistas y de agrupaciones deportivas, culturales y artísticas, quienes eran invitados por la radiodifusora para que dieran a conocer sus proyectos y actitudes.

A finales de los años 50 la XEW y la XEQ se consolidaron por tener la mayor parte de las transmisiones y programas deportivos por encima de la XEB, XEX, CRC, XEOY y XENK, pues paulatinamente los grandes cronistas y comentaristas de la época se incorporaban a sus filas, como fue el caso de Jesús Domínguez, quien se desempeñaba como productor de las emisiones de Cristino Lorenzo y Agustín González Escopeta.

Además el señor Domínguez tenía una buena relación con las otras figuras de la radio deportiva por haber comandado el departamento de publicidad de la Cervecería Modelo, encargada de realizar y patrocinar eventos deportivos.

Así se generó un proceso de continuidad en el aspecto deportivo de la radio, desde los pioneros con Alonso Sordo Noriega, Agustín González Escopeta, Cristino Lorenzo; después con la incorporación de Julio Sotelo, Pedro *El Mago* Septién, Paco Malgesto y en esta década de los 50 se hacían presentes o alcanzaban su consolidación otras figuras, como es el caso de Jesús Domínguez, con los programas informativos; Pepe Alameda, con sus crónicas y su programa de toros titulado *Hablando de Toros* transmitido a través de la XEW.

En la parte de béisbol estaban Eduardo Orvañanos, Enrique Llanes, *El Rápido* Esquivel y Alejo Peralta, los cuales tenían un estilo singular al narrar los partidos con alegría y por su empatía con el público. Incluso no se concretaban sólo a narrar la jugada sino iban más a fondo, es decir, se involucraban con la información relacionada con los jugadores y directivos, también realizaban críticas constructivas.

La gente en los años 60 cada vez se acostumbraba a que le pasaran imágenes por lo que los elementos sonoros de las ondas hertzianas los hacían a un lado, sólo les hacían caso si les complacían en programar su melodía favorita.

Asimismo, la radio deportiva sufrió la emigración de algunos de sus grandes cronistas hacia la televisión que a la postre le darían mayor prioridad. Entre las figuras que aparecieron en la pantalla chica, estaban Ángel Fernández, Fernando Marcos, Agustín González Escopeta, Paco Malgesto, Jorge Sony Alarcon, Antonio Andere, Pedro *El Mago* Septién y Emilio Alonso. Aunque es preciso señalar que siguieron colaborando en la radio con sus distintos programas.

Jesús Domínguez aprovechó la situación de la radio deportiva, ya que a la muerte de Cristino Lorenzo y con el apoyo de Guillermo Álvarez Macías, dueño de la cementera Cruz Azul e importante patrocinador; continuó con los programas del español pero ahora sólo se especializaba en el balompié de ahí el nombre de *Comentando el Fútbol*. La transmisión era a través de la XEQ todos los domingos en el horario de las 14 a las 15 horas, es decir, al término de los partidos.

El señor Domínguez con su programa *Comentando el Fútbol* alcanzó un prestigio y el reconocimiento de la prensa deportiva, la cual usaba como fuente de información la emisión de la XEQ porque la estructura era innovadora, ya que daba al instante todos los resultados de los encuentros tanto nacionales como internacional, que los obtenía por medio de corresponsales o teletipos. Contar con la información de los partidos de fútbol de manera inmediata lo establecieron entre los mejores comentaristas del balompié y una muestra de ello fue la estancia por más de 15 años en la XEQ a pesar de los cambios de programación.

Posteriormente, la emisión *Comentando el Fútbol* pasó a formar parte de la barra de programación de ABC Radio a principios de los años 80, pero a finales de la misma década ya no tuvieron cabida y se estableció en ACIR Radio, pero en la década de los 90 regresó nuevamente a ABC Radio, donde actualmente sigue transmitiendo todos los domingos con la misma temática aunque con dos horarios al aire de 14 a 15 y de 18 a 19 horas.

De esta manera, Jesús Domínguez continúa al aire con su programa *Comentando el Fútbol*, que en este 2003 cumplió 33 años ininterrumpidos de transmisiones. Durante ese periodo en las ondas hertzianas ha sido forjador y maestro de nuevos comentaristas, que en la década de los años 80 y 90 han acaparado los programas deportivos, entre ellos se encuentran: Francisco Javier González, Antonio Moreno y Alfredo Ruiz, todos ellos son pieza importante de la estación Estadio 590 AM.

Con la consolidación de Jesús Domínguez como comentarista de fútbol, la radio deportiva entraba a la década de los años 70 y así terminaba la etapa denominada *Radio Rocola*.

### **La Transición**

La cuarta etapa en la historia de la radio es la de la *Transición*, que se caracterizó por la búsqueda de nuevas formas de hacer programas, pues las emisiones de complacencias ocasionaron que los radiodramas, los programas cómicos, los musicales de artistas y orquestas en vivo desaparecieran.

Asimismo, el cuadrante radiofónico crecía aun más y se iba conformando con la aparición de nuevas estaciones que alcanzarían una solvencia para establecerse como los grupos de la radio más importantes de México, entre ellos estaban: Grupo Radio Centro, Radio Fórmula, ACIR Radio y Radio Programas de México.

Un ejemplo en la búsqueda de nuevos caminos se dio en 1974 con Monitor, de Radio Programas de México, el primer noticiario de larga duración con el objetivo de informar con base en la investigación, en la realización de mesas redondas y sobre todo en servir al auditorio atendiendo sus problemas más comunes para darle un espacio de expresión.

En 1978 incorporó el servicio de la Red Vial. Y en 1981 integró a su equipo de reporteros a Miguel Aguirre Castellanos, especialista deportivo formado en el periodismo escrito, lo cual le permite asumir en 1983 la jefatura de deportes de Monitor y la conducción de tres programas clásicos de la radiodifusión mexicana (*Estrellas deportivas, Desayunado con las estrellas y la Red Deportiva de los sábados*).

De esta manera Aguirre Castellanos se consolidó como uno de los mejores comentaristas en materia deportiva que a la postre le valió el reconocimiento del medio periodístico, después de cubrir para la Red- Deportiva la Copa Mundial de Estados Unidos, en 1994 y Francia en 1998 y los Juegos Olímpicos de Atlanta 1996. Pero en 1999 la muerte acabó con su gran carrera radiofónica.

Estos tres factores en materia de información general, vehicular y deportiva hicieron que Info- Red tuviera una evolución en la manera de producir la radio noticiosa y en la forma de informar los acontecimientos, que la han establecido como en el mejor noticiario de las ondas hertzianas.

Por su parte, la radio deportiva no se quedaba atrás y también tenía la necesidad de buscar nuevas formas que le fueran útiles durante sus transmisiones clásicas a control remoto.

Así, entre los años 1972 y 1973 Raúl del Campo Jr. uno de los grandes productores de la XEW de aquella época, implementó durante las transmisiones de fútbol el *sistema de costa a costa*, el cual consistía en tener dos reporteros sobre la cancha, es decir, colocarlos detrás de las porterías con el propósito de darle mayor colorido a la narración y tener una perspectiva más clara al instante de la anotación de un gol. Posteriormente, se incorporaron reporteros a un lado de la banca de suplentes de cada equipo.

En las corridas de toros también se utilizaron reporteros dentro del ruedo, al emplear a tres personajes de la información desplazados en la puerta de cuadrillas cerca del burleo y un cronista que estaba colocado en la barrera de protección.

En las transmisiones a control remoto de fútbol, béisbol, box y toros también se emplearon dos comentaristas, quienes emitían su punto de vista antes, durante y después de los partidos o

funciones boxísticas. Además intercambiaban posturas con los dos cronistas y los tres reporteros que participaban en la emisión deportiva.

Por su parte, los programas deportivos informativos, con el objetivo de captar más auditorio y retenerlos en la emisión, empezaron a regalar boletos para asistir al estadio de fútbol, a la plaza de toros y a la arena de box.

Aunque el elemento que marcó una diferencia en la radio deportiva fue el cambio de formato clásico de las emisiones informativas por el de la revista radiofónica, en donde ahora se trataban los deportes por medio de notas informativas, reportajes y entrevistas, de ahí la importancia de contar con distintos comentaristas que pudieran abordar las diferentes actividades físicas.

El tema de los deportes tuvo también presencia entre las nuevas emisiones noticiosas de larga duración, por ejemplo, en Monitor con la incorporación de Miguel Aguirre Castellanos forjó la sección deportiva hasta darle una propia identidad al denominarla Red Deportiva.

Radio Fórmula con el noticiario de Pedro Ferriz de Con contaba también con comentaristas deportivos como fue el caso de Fernando Marcos. Además ya se escuchaba el nombre de otras figuras de la radio deportiva como José Ramón Fernández, Alfredo Domínguez Muro, con su *Palco Deportivo*; Antonio de Valdés, Enrique Bermúdez, Eduardo Camarena, entre otros.

Esta situación de la radio deportiva continuó casi hasta finales de los 80, es decir, siguieron las transmisiones de las competencias de fútbol, box, toros y justas internacionales. Incluso aparecieron más programas informativos pero no duraban mucho tiempo al aire o cambiaban de estación y formato.

Por ejemplo, Radio Onda XEUR (1530 AM), entre 1984 y 1989 a largo de su programación de música tropical incluía cápsulas que emitían los resultados, anécdotas y récords de las competencias. Asimismo, en punto de las 19 horas realizaba una serie de entrevistas a las figuras deportivas del momento.

En los últimos años de la época de transición de la radio se formaron dos programas deportivos que marcarían la pauta en cuanto a quiénes serían los líderes en este rubro, pues a pesar de los cambios éstas siguen al aire por la gran aceptación que tienen entre el público. Para mayor exactitud en febrero de 1987 se escuchaba por primera vez al aire el programa *Dos en el área* a través de Radio 620 AM y a cargo de la conducción estaba el ingeniero José Luis la Madrid, ex jugador y ex colaborador de Radio Centro; Rafael Puente, José Antonio Roca y Francisco Javier González, éste último seguía adquiriendo experiencia para que a finales de los años 90 consolidara el concepto Estadio 590.

La estructura del programa es un antecedente del formato que actualmente predomina en la radio deportiva, es decir, dar resultados sólo de los partidos de fútbol, comentar las jugadas a través de mesas redondas, así como realizar reportajes de las figuras deportivas y editoriales.

El programa con el paso del tiempo tuvo que cambiar de estación y de comentaristas. Algunas de las emisoras que le han dado cabida son Radio Chapultepec 560 AM, Radio Onda 1530 AM y actualmente se encuentra en Radio Sinfonola 1470 AM, perteneciente al grupo Radio Mil Comunicaciones, en donde continúa al mando de la emisión el ingeniero José Luis la Madrid, Alfonso Reyes y Casiro Auyama.

Otro programa que se ha mantenido por años en el cuadrante radiofónico es *Espacio Deportivo*, el cual salió al aire en enero de 1988 en la voz de Antonio de Valdés, Raúl Sarmiento y

Pepe Segarra. Es preciso señalar que también ha dejado un estilo propio en la radio deportiva, pues han demostrado cómo los comentaristas pueden trabajar bajo un mismo grupo radiofónico a pesar de pertenecer a distintas televisoras: Valdés, Sarmiento y Segarra han convivido con José Ramón Fenández, Francisco Javier González y Carlos Albert; al colaborar para grupo ACIR Radio.

El programa *Espacio Deportivo* ha sufrido el constante cambio de frecuencia, pues durante los 15 años que tiene al aire se ha escuchado en la estación Bonita 1590 AM, Radio ACIR 1260 AM, La Comadre 1380 AM, Mix FM 106.5 y actualmente en Radio Felicidad 1380 AM, aunque cabe señalar que todas estas emisoras han pertenecido al Grupo ACIR.

La Goya Deportiva, de Radio UNAM 860 AM, es otro programa con varios años al aire y que tiene sus raíces a mediados de los años 80 con la emisión *Panorama Deportivo*, que era conducido por Edmundo Ruiz Velasco.

Posteriormente, ya con el nombre formal de *Goya Deportiva* tuvo una etapa brillante con Edgar Santoyo, Miguel Velasco Corona, Jaime Whaly y Adolfo Soberón, ya que le dieron un peso fundamental a la información del deporte amateur tanto universitaria como de otros clubes y federaciones.

A finales de los años 80 la radio aportó una modalidad en cuanto a sus emisiones con el programa dominical *Carrusel Deportivo*, de Grupo ACIR, el cual la mayor parte del día y principalmente cuando había partidos de fútbol anunciaban cada gol que se anotaba en un encuentro. También informaban cada 15 minutos los resultados del balompié mexicano y europeo, así como de fútbol americano, béisbol, carreras de autos y de otras competencias.

## Etapa de la Comunicación

La década de los años 90 marca la última etapa de la radio en general y que es conocida como la de la *Comunicación*, pues en este periodo aparecen más noticiarios en la radiodifusión mexicana porque la gente desea estar más informada del acontecer político económico, cultural del país, incluso de la situación vial, deportiva y cultural de la ciudad. Entre los programas informativos que se formaron están *Panorama Informativo*, *Antena Radio*, *Enfoque*, *Formato 21*, *MVS Noticias*, *Imagen Informativa*, *Detrás de la noticia* y *Así es la Noticia*.

La radio deportiva en esta década se caracterizó por saturar de emisiones informativas el cuadrante del Valle de México, pues consolidó sus espacios dentro de los noticiarios y sobre todo se tuvo la participación de los comentaristas y cronistas de la televisión en las mejores radiodifusoras, en donde sólo emitían los resultados de las competencias, los comentarios de las jugadas a través de una mesa redonda y algunos reportajes y crónicas sobre las figuras deportivas.

Por ejemplo, Grupo ACIR a cargo de su presidente Francisco Ibarra, después de la Copa Mundial de Fútbol Italia 1990, invitó a José Ramón Fernández, comentarista del Canal 13 (hoy TV Azteca) a participar en la radio con un programa similar al de *Los Protagonistas*, transmitido por la pantalla chica.

Así el formato de comentar los resultados de las distintas actividades deportivas a través de una especie de mesa redonda se consolidó en la radio deportiva. Posteriormente, la emisión de *Los Protagonistas* pasó a transmitirse simultáneamente por la televisión, esto produjo que la emisión se basará sólo en los conceptos de producción de la pantalla chica y en la información del fútbol.

Radio Fórmula fue otra de las emisoras que cobijó a los comentaristas de la pantalla chica al frente de Heriberto Murrieta, Raúl Orvañanos, Enrique Burak, Alfredo Domínguez y Aldo Fernández, esta situación se produjo en el año de 1997.

A principios de esta década se daba el primer antecedente de una estación especializada en el tema deportivo con la Sportiva 690 AM, la cual hizo el intento de programar deportes las 24 horas con la misma mecánica de Grupo ACIR, es decir, aprovechar los comentaristas de Televisa para ponerlos a conducir las emisiones. Entre las figuras de la televisión estaban Raúl Orvañanos, Jorge "Che" Ventura y Rafael Puente. La emisora no tuvo mucho tiempo al aire porque no contaba con la suficiente infraestructura y por carecer de la transmisión de eventos deportivos tanto a nivel nacional como internacional.

Radio Mil le entró también al juego de tener en su área de deportes a comentaristas relacionados con la televisión, en este caso con la gente de TV Azteca, entre ellos se pueden mencionar al Ingeniero José Luis la Madrid, Pepe Espinosa y Javier Trejo Garay.

La emisión que se mantuvo con gente netamente radiofónica fue Monitor 1110 AM, con su concepto de la Red Deportiva, que se caracterizó por cubrir de manera completa los eventos deportivos nacionales e internacionales, como Juego Olímpicos y Copas Mundiales de Fútbol. Estas coberturas estuvieron al mando de Miguel Aguirre Castellanos y su equipo de colaboradores, Jesús García Sandoval, Daniel Esparza, Alejandro Correa y Pedro Torres.

Por su parte, Sistema Radiópolis, a cargo de Lauro Alvarado en el área de producción deportiva, quiso también establecer una serie de programas aplicando los elementos del lenguaje radiofónico con gente relacionada sólo con la conducción y la realización de la radio.

Entre los programas que reflejaron esta idea fueron: *Agenda Deportiva*, con Gerardo Valtierra; *Garra Pasión y Gol*, con Alfonso Morales; *Box sabatino*, y *Racing 730*. En cuanto a las transmisiones a control remoto de los partidos de fútbol se pudo escuchar a la voz de Francisco Reyes, quien continuó con la tradición de los pioneros de la narración deportiva con su frase clásica *Permítanos ser sus ojos en el estadio*. Este personaje junto con Emilio Fernando Alonso, Adam Vega Barajas han sido los mejores cronistas de los últimos años.

Las funciones sabatinas de box siguieron con sus clásicas transmisiones desde la Arena Coliseo bajo la narración magistral de Mario Antuña, Alfonso Morales y Antonio Andere, que junto con Eduardo Camarena hacían recordar la Época de Oro de la radio con las peleas del boxeador Julio César Chávez, que en los años 90 fue un ídolo nacional para el pueblo mexicano, el cual al verse imposibilitado para ver las peleas a través de la televisión de pago por evento, recurría a las ondas hertzianas con el fin de seguir los combates directamente y así vibrar de la emoción.

El productor Lauro Alvarado también estableció una programación dominical netamente deportiva con resúmenes y transmisiones de fútbol, béisbol, box, toros y automovilismo. Asimismo, tuvo emisiones relacionadas con el humorismo a través del programa *Notiserio- deportivo* bajo la conducción de Fernando Araujo y los *Tepichines*, quienes comentaban y entrevistaban a deportistas de una manera cómica. También tuvo un programa con características de consultorio médico dirigido a los practicantes de una actividad física.

En 1999 la radio deportiva marcaría una nueva etapa en este género, pues por primera vez en la radiodifusión mexicana con el impulso de Grupo ACIR surgía una estación con una infraestructura sólida y dedicada las 24 horas a los deportes. Esta emisora operó bajo el nombre de Súper Deportiva y con la dirección de Francisco Javier González, quien era gente de confianza de José Ramón Fernández, conductor del programa *Los Protagonistas*.

El Grupo ACIR se caracterizó por ser una empresa radiofónica en darle cabida a los comentaristas deportivos de la televisión, ya que transmitía la emisión de *Los Protagonistas* de José Ramón Fernández y sus colaboradores de TV Azteca y ahora con la estación Súper Deportiva 1180 AM, en donde se integraron comentaristas de Televisa.

Pero en el 2001 se acabó esta etapa de esplendor ya que José Ramón Fernández anunciaba su salida de Grupo ACIR junto con todo su equipo de colaboradores, quienes ya eran parte importante de la 1180 AM de Francisco Javier González, con ello se empezaría a dar una serie de cambios en la radio deportiva.

Después de unos meses y tras la muerte de Miguel Aguirre Castellanos, José Ramón Fernández se incorporaba a la empresa Info- Red para encargarse de la Red- Deportiva del noticiario Monitor 1110 AM. Este comentarista mostró rápidamente su calidad al cubrir la Copa Mundial de Fútbol de Corea- Japón 2002 y a través del programa Red- Dominical, que transmitía todo el día, aunque al término del mundial asiático la relación se terminó por decisión de Radio Centro.

Aunque la relación entre José Ramón Fernández y José Gutiérrez Vivo, director de Info- Red, hizo que este último le diera un espacio en su estación Track 1320 AM con el fin de seguir transmitiendo el programa *Los Protagonistas* y *Depor tv*, así como la cobertura deportiva de todos los domingos. De esta manera se formó el concepto Sociedad Deportiva, el cual serviría para identificar las intervenciones del señor Fernández y sus colaboradores.

Para el 2002 continuaron los cambios en Grupo ACIR a causa de la cancelación de la estación Súper Deportiva, por ende esta empresa para suplir el hueco dejado por Francisco Javier González tuvo que traer a los comentaristas Javier Alarcon, Eduardo Brizio, Anselmo Alonso, los

cuales provenían de Televisa Radio, también contrató los servicios de Jorge Pietra Santa y Arturo Rivera llegados de la emisora Radio 13 1290 AM.

Mientras tanto Radio Fórmula sufriría la salida de Heriberto Murrieta y Alfredo Domínguez Muro, los cuales le dejaban la responsabilidad de la parte deportiva a Raúl Orvañanos, Aldo Fernández, Enrique Burak y Enrique Bermúdez, este último llegaba proveniente de Televisa Radio, en donde transmitía por medio de la XEW su emisión llamada *Tirando a Gol*, junto con Francisco Reyes.

Por su parte, Alfredo Domínguez Muro se incorporaba a Radio Centro con su programa *Palco Deportivo* que también cubría la parte deportiva de Formato 21, 790 AM. En tanto Monitor se quedó sin equipo de información deportiva.

Televisa Radio al fusionarse con la empresa radiofónica Prisa, de España, dejó en libertad a sus comentaristas estrellas de la televisión para dejar a cargo de la parte deportiva a Jorge Camacho y Miguel Gurwitz con el programa *Pasión W* y con la cobertura de la sección deportiva en las tres emisiones de los noticieros *Hoy por Hoy*, en donde se enfatizó en el deporte amateur, pues Camacho siempre se ha caracterizado por este ámbito desde sus inicios en Grupo ACIR. Asimismo, todos los domingos a partir de las 14 y hasta las 20 horas transmitían la emisión *Carrusel deportivo*.

La estación Radio 620 AM le asignó también un espacio en su barra de programación a los comentaristas de Televisa a través de la emisión dominical *Marcadors Final*, que se transmite en el horario de 19 a 20 horas bajo la conducción de Gustavo Torrero, Ernesto del Valle y Alejandro Shut.

El concepto *Súper Deportiva* de Francisco Javier González cambió de nombre por el de *Estadio W* al incorporarse en febrero del 2002 a la frecuencia 830 AM, pero después de la Copa Mundial de Fútbol Corea- Japón 2002 ya no encontró cabida y partió a la emisora 590 para llamarse ahora Estadio 590 AM, que en el 2003 se consolidó como un prospecto innovador por tener los principales eventos deportivos, por ser la única estación en transmitir 24 horas la actividad física y por su expansión al interior de la República con una filial en Guadalajara, bajo el nombre Estadio 1140 AM.

El despegue de Estadio 590 AM es un estímulo para establecer más estaciones con una programación de 24 horas de deportes, pues es preciso decir que en ese intento están *la Sociedad Deportiva del 1320 AM, la Fórmula Deportiva y Pasión W*.

## 1. 6. LA ESTACIÓN ESTADIO 590

### Fundación y objetivos

El concepto Estadio 590 tiene sus orígenes en 1990 con la llegada de José Ramón Fernández y sus colaboradores a Grupo ACIR. En el grupo que intervenía en la temática del programa *Los Protagonistas* se encontraba Francisco Javier González, actual director de la 590, quien desde sus inicios con Jesús Domínguez en la emisión *Comentando el Fútbol* se ha caracterizado por ser un personaje radiofónico.

Francisco Javier González rápidamente demostró su experiencia en el ambiente radiofónico y en el tema deportivo, por lo que al cabo de unos meses fue invitado por Guillermo Ochoa, conductor del noticiario *Panorama Informativo* de Grupo ACIR, para asumir el cargo de la sección deportiva, esta situación le hizo dedicarle más tiempo a la empresa.

Para el año de 1996 los directivos de Grupo ACIR, encabezados por Francisco Ibarra, le ofrecieron realizar un programa deportivo para la estación 1260 AM como lo señala el propio Javier González “Cierta día los directivos de la empresa me invitan a hacer una emisión de deportes, que era la idea que yo tenía desde que comencé: contar con mi propio programa. El proyecto nació junto con una revista que se llamaba *Contienda Futbolera*, que es la que le da el nombre. Lamentablemente por diversos problemas desapareció a los seis meses la revista que también yo dirigía. Afortunadamente el concepto radiofónico continuó con el nombre de *Contienda Deportiva*.”

60

Al tener la responsabilidad de la sección deportiva en el noticiario *Panorama Informativo*, la conducción del programa *Contienda Deportiva* y las transmisiones de algunos partidos de fútbol; Francisco Javier González se vió obligado a establecer una redacción de deportes al interior de Grupo ACIR pero con poca gente, entre ellos estaba Jorge Sánchez, Ciro Procuna, quien participaba en la emisión vespertina de Panorama; David Braberman, jefe de información y alrededor de cuatro reporteros.

En 1997 la idea de Antonio Ibarra Farfía, director de Grupo ACIR e hijo del dueño Francisco Ibarra, era formar una estación con 24 horas de deportes, por tal motivo le solicitó a Francisco Javier González que se encargara del proyecto pero éste eludió la petición, porque se acercaba la Copa Mundial de Fútbol Francia 1998 y estaba más concentrado en el evento. Además, en ese momento no se contaba con la suficiente infraestructura para cubrir con programas la futura emisora

---

<sup>60</sup> Revista *Voces en el Aire*. México, D.F. enero 1999, p. 15 y 16

Después de la cobertura informativa del Mundial de fútbol, en Francia, Francisco Ibarra Farfán en una ceremonia para otorgarles un reconocimiento por su trabajo periodístico exhortó a Francisco Javier González y a su equipo de confianza, conformado por Ciro Procuna y Jorge Sánchez, a trabajar formalmente en el proyecto de la emisora deportiva.

Así el lunes 4 de enero de 1999, a las 6 horas, Francisco Javier González abrió los micrófonos con uno de sus acostumbrados editoriales para darle la bienvenida a la Súper Deportiva 1180 AM, la única estación con 24 horas de deportes y con una infraestructura sólida. La primera emisión que se escuchó fue *A las Carreras*, conducida por Jorge Camacho.

Los objetivos del concepto Súper Deportiva, hoy Estadio 590, según datos proporcionados por Jorge Sánchez, miembro fundador del proyecto deportivo, son los siguientes:

1. - Informar bien y oportunamente al auditorio.
2. - Tener un evento deportivo diario, ya sea nacional o internacional.
3. - Darle énfasis al tema del fútbol pero con el tratamiento de otras disciplinas deportivas.
4. - Informar instantáneamente del resultado de alguna competencia aunque se interrumpa la transmisión de un programa.
5. - Conjuntar en la radio un equipo de comentaristas de las principales televisoras (Televisa, TV Azteca y CNI Canal 40).
6. - Incorporar el concepto Estadio 590 en otras plazas del país.

El concepto Súper Deportiva paulatinamente fue creciendo tanto en la parte comercial como en las transmisiones a control remoto de los eventos deportivos de mayor interés a nivel mundial y nacional, entre ellos se pueden mencionar la Copa Mundial de Fútbol, los Juegos Olímpicos, los Juegos Panamericanos, el Súper Bowl, la Copa Libertadores de América, entre otros.

En el año 2002 el Comité de Evaluación de Negocios de Grupo ACIR determinó que una estación con 24 horas de deportes generaba muchos gastos por las coberturas internacionales y por los derechos de transmisión. Además no estaban vendiendo sus espacios como ellos deseaban a los patrocinadores.

Francisco Ibarra Farifla al informarle a Francisco Javier González de la situación llegó a un pacto para que el concepto Súper Deportiva saliera del aire, pero el proyecto de 24 horas deportes se lo dejaba al señor González, esto significaba una independencia del concepto de Grupo ACIR.

El señor Francisco Javier González se movilizó para buscar refugio en otra estación para mantener el concepto de 24 horas deportes. La llegada a otra emisora se dio de inmediato gracias a la ayuda de Juan Carlos Rodríguez, accionista de la empresa telefónica Pegaso, quien logró que el grupo radiofónico Imagen les rentará la frecuencia del 830 AM con todo e instalaciones, de esta manera continuaba el proyecto pero ahora con el nombre de Estadio W 830 AM.

Al ubicarse el concepto deportivo en una estación que programaba música clásica, como era la Xela 830 AM, les generó algunos problemas con grupos defensores de la cultura. Pero Estadio W al paso de los meses superó estos conflictos y nuevamente recobró el prestigio que ya tenía, el cual se reflejó con la cobertura de la Copa Mundial de Fútbol Corea- Japón 2002.

A unos días de finalizar el campeonato mundial de fútbol en el continente asiático, el equipo de Estadio W se enteró que el Grupo Imagen pretendía vender la concesión de la frecuencia a una radiodifusora de Toluca.

Al regresar a la ciudad de México, esta noticia le fue confirmada a Francisco Javier González, al cual le habían otorgado sólo un mes para mudarse de la emisora. Esta vez la situación de cambiarse de estación fue diferente, pues ahora ya se tenía un prestigio ganado por las coberturas del Mundial de Fútbol y de los Juegos Olímpicos.

De ahí que hayan obtenido ofertas de diferentes cadenas radiofónicas pero algunas de ellas nada más querían transmitir los programas principales de Estadio W. Entonces Radio Mil les ofreció la frecuencia 590 AM con la cláusula de respetar toda la barra de programación deportiva y con un contrato por cinco años, fue así que en agosto de 2002 recibió el nombre de Estadio 590 AM.

La estación Estadio 590 AM al contar con el apoyo de un grupo radiofónico más sólido no tardó en establecerse en la principal emisora de deportes e incluso la gente del mismo medio de las ondas hertzianas recurre a ella como una fuente de información.

Para el 2003 la estación de Francisco Javier González llevó a cabo otro de sus objetivos: la formación Estadio 1440 AM, en Guadalajara, a cargo de Emilio Fernando Alonso, Adam Veja Barajas y Pablo Biruega.

Se prevé que esta primera emisora al interior de la República sea el primer paso para su consolidación en la radio de 24 horas de deportes a nivel nacional. En el Valle de México es difícil que desaparezca porque además de Estadio 590 también se encuentra la Sociedad Deportiva 1320

AM, de José Ramón Fernández; la Fórmula Deportes, con Raúl Orvañanos y Aldo Fernández; Pasión W 900 AM, con Jorge Camacho y Palco Deportivo en Grupo Radio Centro, con Alfredo Domínguez Muro, todos ellos le dedican una cobertura a la materia deportiva.

### **Estructura y producción de los programas de Estadio 590 AM**

La estación Estadio 590 entre sus propósitos busca darle cabida a todos los deportes, por ello se tiene emisiones de fútbol americano, automovilismo, basquetbol, toros, box y lucha libre. No, obstante el 85 por ciento del espacio radiofónico está dedicado al fútbol, ya que durante las 24 horas de transmisión registra en su barra de programación de lunes a viernes 14 emisiones de las cuales nueve están relacionadas con el soccer, dos al humorismo, una al fútbol americano, al deporte amateur y al automovilismo.

La temática de la mayoría de los programas se basa en dar los resultados de los partidos de fútbol y de otros deportes, así como en generar polémica de las jugadas a través de mesas redondas, análisis de las entrevistas a los jugadores y reportajes de las figuras deportivas. Aunque lo único novedoso en la programación son las emisiones humorísticas y musicales combinadas con los temas de la actividad física.

Por ejemplo, la estructura de los tres programas principales, *Súper Estadio*, *Contienda Deportiva* y *La Competencia*, es similar como lo muestra el siguiente cuadro comparativo:

<p>Programa: Súper Estadio  Horario: 7 a 10 hrs.  Deporte: Fútbol  Conductores: Francisco Javier González, Jorge Sánchez, Carlos Moreno</p>	<p>Programa: Contienda Deportiva  Horario: 14 a 16 hrs.  Deporte: Fútbol  Conductores: Francisco Javier González, Ciro Procuna, Antonio Moreno</p>	<p>Programa: La Competencia  Horario: 18 a 20 hrs.  Deporte: Fútbol  Conductores: Carlos Moreno, Alfredo Ruiz y Felix Fernández</p>
<b>ESTRUCTURA</b>	<b>ESTRUCTURA</b>	<b>ESTRUCTURA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cortinilla de entrada</li> <li>- Teasser</li> <li>- Presentación de conductores y comentaristas</li> <li>- Comerciales (cada 15 minutos y con una duración de tres minutos la pausa)</li> <li>- Desglose de información: a partir de la nota del reportero o de los resultados de los partidos de fútbol y entrevistas</li> <li>- Intervención de los comentaristas (dan sus puntos de vista y anécdotas) e interactúan con los conductores</li> <li>- Notas de otros deportes (fútbol americano, basquetbol, automovilismo, toros) pero intercaladas con los temas del fútbol soccer, reportajes, editoriales, entrevistas y llamadas del telefónicas del público.</li> <li>- Análisis arbitral de los partidos de fútbol soccer.</li> <li>- Resumen de los resultados del fútbol europeo</li> <li>- Despedida de programa</li> <li>- Cortinilla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cortinilla de entrada</li> <li>- Teasser</li> <li>- Presentación de conductores y comentaristas</li> <li>- Comerciales (cada 15 minutos y con una duración de tres minutos la pausa)</li> <li>- Desglose de información: a partir de la nota del reportero o de los resultados de los partidos de fútbol y entrevistas</li> <li>- Intervención de los comentaristas (dan sus puntos de vista y anécdotas) enteractúan con los conductores</li> <li>- Notas de otros deportes (fútbol americano, basquetbol, automovilismo, toros) pero intercaladas con los temas del fútbol soccer, reportajes, editoriales, entrevistas y llamadas del telefónicas del público.</li> <li>- Análisis arbitral de los partidos de fútbol soccer.</li> <li>- Resumen de los resultados del fútbol europeo</li> <li>- Despedida de programa</li> <li>- Cortinilla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cortinilla de entrada</li> <li>- Teasser</li> <li>- Presentación de conductores y comentaristas</li> <li>- Comerciales (cada 15 minutos y con una duración de tres minutos la pausa)</li> <li>- Desglose de información: a partir de la nota del reportero o de los resultados de los partidos de fútbol y entrevistas</li> <li>- Intervención de los comentaristas (dan sus puntos de vista y anécdotas) enteractúan con los conductores</li> <li>- Notas de otros deportes (fútbol americano, basquetbol, automovilismo, toros) pero intercaladas con los temas del fútbol soccer, reportajes, editoriales, entrevistas y llamadas del telefónicas del público.</li> <li>- Análisis arbitral de los partidos de fútbol soccer.</li> <li>- Resumen de los resultados del fútbol europeo</li> <li>- Despedida de programa</li> <li>- Cortinilla</li> </ul>

En cuanto a la preparación informativa de un programa de Estadio 590 se establece una coordinación entre los productores y el jefe de información, quien deja las bitácoras, los audios de una entrevista y las cabezas de las notas informativas con el objetivo de no manejar información repetida o de poca relevancia.

Por ello a los productores se les exhorta a manejar la noticia del día y a buscar al protagonista del suceso para entrevistarlos inmediatamente durante el programa.

En la estación Estadio 590 no existe una línea editorial, por tanto en los programas al estilo de mesa redonda los comentaristas son los responsables de las opiniones de sus contenidos, aunque sólo se les pide que la hagan con argumentos sólidos y sin ofender a las personas.

La función del productor dentro de la emisora consiste en preparar el programa a través de la búsqueda de información, vestirlo musicalmente, proponer ideas y principalmente hacer todo lo posible para que la emisión se escuche bien al aire.

De acuerdo con la productora de Estadio 590, Sonia Villavicencio,<sup>61</sup> cada programa se produce de distinta manera, por ejemplo, en la emisión *Adicción Deportiva* se confirman entrevistas con personajes que estén relacionados de alguna forma con el deporte, se busca información reciente y efemérides de historia general.

En cuanto al programa *El Fútbol y otras Galaxias*, el cual se basa en anécdotas de la historia del balompié y que son narradas por los conductores, sólo se les va guiando en la emisión, es decir, se les manda a corte comercial, se les introduce algún fondo musical al regresar de comerciales y se les coordinan las llamadas telefónicas del público.

Un productor de Estadio 590 se encarga también de la realización del guión y de la musicalización de los promocionales de la estación y las cortinillas de los programas. Estos rubros

---

<sup>61</sup> Entrevista realizada el 9 de noviembre del 2002.

radiofónicos son revisados por el jefe de producción, después por el gerente para su autorización de transmitirlos al aire. De ahí que lleven un lineamiento en cuanto al formato de la emisora, es decir, establecer una uniformidad con el propósito de que no haya un salto en el contenido de los textos y en el ritmo de la música con relación a las rúbricas de la siguiente emisión.

El lenguaje radiofónico en el género deportivo y en específico en la estación Estadio 590 se emplea de una manera espontánea, es decir, que sólo tenga una correspondiente adaptación dentro de la producción, así lo señala la productora Sonia Villavicencio "El lenguaje radiofónico se utiliza de acuerdo a la experiencia del productor y en el momento que sea necesario. Por ello, lo que más se aprovecha es la música y los efectos con el fin de dar una ambientación y obtener una producción más llamativa".<sup>62</sup>

En Estadio 590 la realización de los reportajes sobre fechas conmemorativas del deporte, historia profesional de un personaje y eventos especiales están a cargo del productor, quien selecciona música (movida), efectos, insert de entrevistas y revisa la estructura del guión. Esto lo hace de una manera individual o con un comentarista que le haya encargado el trabajo. Posteriormente lo pasa con el creativo para que lo arme conjuntando los elementos radiofónicos y con el propósito de fijarlo con una duración de tres minutos.

Durante la transmisión de un programa de contenido el productor tiene la responsabilidad de revisar que esté lista la bitácora (especie de guión utilizado en la estación), audios y cabezas de

---

<sup>62</sup> Entrevista realizada a la productora de Estadio 590 AM, Sonia Villavicencio, el 9 noviembre de 2002.

las notas. Coordinar los reportes telefónicos de los reporteros y localizar a un personaje por el mismo medio si es necesario para profundizar sobre una información o si se lo pide algún conductor.

También tiene la función de guiar una entrevista, ya sea por la vía telefónica o en vivo con el fin de que no sea lenta, larga o tediosa. Incluso esta situación la implementa con los conductores para que manden a una pausa comercial a la hora indicada, sin importar la jerarquía del comentarista.

En las transmisiones de un evento deportivo, principalmente, de los partidos de fútbol, el productor tiene una responsabilidad específica de acuerdo al sitio en el que se encuentra ubicado. Si está en el estadio éste llega un par de horas antes al inmueble con un equipo de operadores para instalar los aparatos que permiten llevar a cabo el control remoto por medio de un sistema llamado *contex* es decir, vía satélite. Además se coordina con su colega de la cabina con el fin de programar los anuncios comerciales y algunos audios del encuentro.

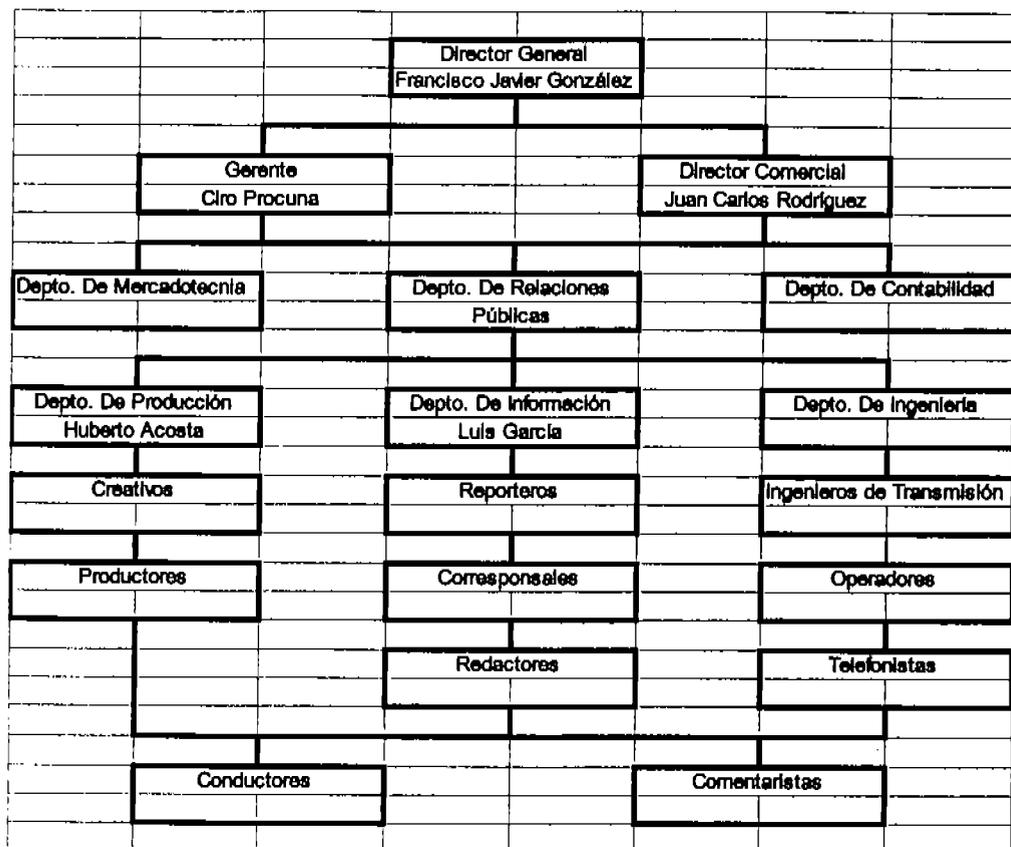
El productor que se encuentra en la estación coordina la parte publicitaria con base en la bitácora, la cual le indica la hora de las pausas comerciales, así como de los enlaces con otras regiones de la República o con los comentaristas que están en la cabina para dar el previo de la transmisión o simplemente para hacer guardia por si falla técnicamente el control remoto.

## Programación y Colaboradores

### BARRA DE PROGRAMACIÓN DE ESTADIO 590 (ABRIL DEL 2003)

PROGRAMA	CONDUCTOR	HORARIO
Súper Estado	Francisco Javier González, Jorge Sánchez, Pablo Biruega, Santiago Puente, Héctor Hugo Eugul, Ricardo Peláez, Carlos Moreno y Jesús Torres	7 a 10 h de L a V.
Zona de Equipos	Gerardo Valtierra y Fernando Alonso	10 a 11 h de L a V.
Tiempo Fuera	Johnny Welch y Alfredo Ruiz	11 a 12 h de L a V.
Desde el Entrenamiento	Ciro Procuna y Jorge Sánchez	12 a 13 h de L a V.
Adicción Deportiva	Georgina González y Jorge Gutiérrez	13 a 14 h de L a V.
Contienda Deportiva	Francisco Javier González, Ciro Procuna, Eduardo Tralles y Antonio Moreno	14 a 16 h de L a V.
Súper Pits	Carlos Moreno y Juan Carlos Bolaños	16 a 16:30 h. L a V.
3 y 2 cuenta máxima	Raúl Méndez y Itam de Ezras	16:30 a 17 h de L a V.
El Fútbol y otras Galaxias	Ángel Fernández, Fernando Alonso, Jorge Ventura y Ara Piloyan	17 a 18 h de L a V.
La Competencia	Alfredo Ruiz, Antonio Moreno y Félix Fernández	18 a 20 h de L a V.
Sport 590	Alejandro Zenteno y Pablo Viruega	20 a 21 h de L a V.
Fútbol de primera	Andre Rosas y Beatriz Sánchez	21 a 22 h de L a V.
Tribuna Interactiva	Mauricio Ayún y Jorge Gutiérrez	22 a 23 h de L a V.
Bohemia Deportiva	Abel Caneles y Carlos Contreras	23 a 0 h de L a V.
Repetición / Programación		0 a 7 h de L a V.
Jornada Deportiva	Alfredo Ruiz y Arturo Xicoténcatl	8 a 11 h los sábados.
Kickoff	Ciro Procuna, Pablo Viruega y Ricardo Bravo	11 a 12 h los sábados
Tiempo Fuera	Johnny Welch y Alfredo Ruiz	12 a 13 h. Sábados.
El Fútbol y otras Galaxias	Ángel Fernández, Emilio Fernando, Jorge Ventura y Ara Piloyan	13 a 13:30 h los sábados.
La Afición	Georgina González y Jorge Gutiérrez	13:30 a 14 h los sábados.
Zona Escarleta	Gerardo Valtierra y Ara Piloyan	14 a 15 h los sábados
Partido de Fútbol.	Eduardo Camarena, Jorge Sánchez y Santiago Puente	15 a 17 h los sábados
Partido de Fútbol.	Francisco Javier González, Ciro Procuna y Félix Fernández	17 a 19 h los sábados.
Sport 590.	Alejandro Centeno y Pablo Viruega	19 a 20 h los sábados
Tribuna Interactiva.	Mauricio Ayún y Jorge Gutiérrez	20 a 21 h los sábados
Partido de Fútbol.	Emilio Fernando Alonso, Adam Vaja Barajas y David Medrano	21 a 23 h los sábados.
Repetición / Programación		23 a 8 h los sábados.
Jornada Deportiva.	Raúl Méndez y Mauricio Ayun	8 a 11:30 h. Dom.
Partido de Fútbol.	Eduardo Camarena, Jorge Sánchez y Santiago Puente	12 a 14 h domingos.
Resumen de Partido.	Raúl Méndez y Mauricio Ayun	14 a 15 h domingos.
Jornada Deportiva.	Jorge Ventura	15 a 18 h domingos.
Jornada Deportiva.	Eduardo Camarena	18 a 20 h domingos.
Traje de Luces.	Luis Felipe Hernández y Luis Hernández	20 a 21 h domingos.
Por las Canchas del Mundo.	Javier Cardozo, Casiro Auyama y Sandro Estefano	21 a 22 h domingos.

## Organigrama de la estación Estadio 590



Nota: El organigrama de la estación Estadio 590 AM, fue proporcionado por Jorge Sánchez durante una entrevista el 14 de octubre del 2002, tiene la finalidad de mostrar el tipo de personal que colabora en una emisora deportiva.

La historia de la radio deportiva en la Ciudad de México y de la estación Estadio 590 muestra que los programas deportivos que han predominado en este rubro son las transmisiones de las competencias, principalmente los partidos de fútbol, y las emisiones informativas en donde sólo

se dan resultados de los encuentros del balompié, es decir, se han basado en el deporte- espectáculo. Olvidándose por completo de del deporte amateur y parte del entrenamiento.

A partir de este contexto de la radio deportiva, en específico el de la estación Estadio 590 AM, se tiene ubicado el aspecto histórico- social, la primera fase que utiliza la herméutica profunda para el análisis de los medios masivos, pues se tiene seleccionado un medio de difusión en un tiempo, lugar y condiciones sociales específicas.

**CAPÍTULO II**

**LA PRODUCCIÓN EN LA RADIO  
DEPORTIVA**

## 2.1. EL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA RADIO DEPORTIVA

En el primer capítulo de este trabajo se dijo que el lenguaje al igual que la comunicación es básico para la convivencia social del ser humano y su desarrollo intelectual. De ahí que ambos términos se complementen, ya que el lenguaje es un instrumento para comunicarse o expresar sus ideas, y la comunicación necesita del lenguaje (oral y escrito) con el objetivo de funcionar.

Asimismo, se definió a la radio como un medio de comunicación electrónico que utiliza un proceso para enviar mensajes a través del sonido a un público numeroso y determinado.

Por consiguiente, la radio al estar ligado con el término de la comunicación también necesita de un lenguaje, el sonido, para que el emisor y el receptor produzcan e interpreten los mensajes. De ahí que se defina al lenguaje radiofónico, según Balsebre Armand, como el conjunto de elementos sonoros (voz, música, efectos y silencios) que el emisor y el receptor utilizan, tanto en la producción como en la interpretación del mensaje radiofónico.

De acuerdo con Armand Balsebre, el lenguaje radiofónico se compone de cuatro elementos sonoros (voz, música, efectos y silencio), los cuales para la producción de un mensaje el emisor necesita seleccionarlos, combinarlos y organizarlos con el propósito de que el receptor los interprete.

En la radio deportiva, a los elementos del lenguaje radiofónico se les asigna un determinado sentido y cada uno de ellos aporta sus características expresivas y significativas para la elaboración de un mensaje.

Para aprovechar al máximo los cuatro elementos sonoros del lenguaje radiofónico en la radio deportiva es necesario conocer sus características y así saber cuáles se adaptan más a los programas de este rubro.

## LOS ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO

### La voz

La voz es un instrumento que le permite al ser humano comunicarse oralmente para transmitir ideas y sentimientos al emitir sonidos verbales, los cuales se representan a través de las letras (vocales y consonantes) que al conjuntarlas de forma ordenada proyectan palabras que tienen un significado especial en un grupo determinado.

¿Pero fisiológicamente la voz o los sonidos verbales cómo son producidos en el cuerpo humano? De acuerdo con Guy Cornut "La voz es producida por una corriente de aire impulsada por los pulmones, que al llegar a la laringe con presión y al tener tensas las cuerdas vocales choca contra ellas, posteriormente las saca para hacerlas vibrar, de esta manera se obtiene el tono principal".<sup>63</sup>

En forma más concreta la voz es un sonido que se produce cuando el aire que expide los pulmones choca contra las cuerdas vocales y vibra al abrir la boca. La voz cuenta con ciertas características que permiten reconocer al humano por su edad, sexo y aspecto físico. Entre estas cualidades se encuentran el tono, el timbre y la intensidad.

---

<sup>63</sup> Guy Cornut. *La Voz, México*, 1985.

El tono es la elevación del sonido provocada por la rapidez de las vibraciones de las cuerdas vocales. Esta situación se puntualiza porque ayuda a identificar si es una voz aguda o grave, es decir, baja o alta.

Asimismo, determina si se trata de un niño, una mujer o un hombre, pues regularmente las voces agudas están relacionadas con el infante y la parte femenina, ya que las cuerdas vocales cortas y delgadas emiten una voz con tono bajo.

Los hombres se distinguen por un tono grave debido a que sus cuerdas vocales son largas y gruesas, por ende emiten una voz con un tono alto.

El timbre o agente emisor de la voz permite distinguir las voces de cada persona de acuerdo a su sonoridad. De ahí la necesidad de tener en cuenta este concepto para identificar la voz de una persona cuando expresa un mensaje oral aunque no esté presente físicamente.

La intensidad permite conocer el volumen y los acentos o matices, es decir, es la fuerza que se le emite a la voz y depende de la respiración, además varía de acuerdo a la distancia a que se encuentre la fuente sonora.

El hombre al utilizar la voz como un instrumento de expresión debe tener a parte de una buena pronunciación, una entonación y un volumen correcto con el fin de proporcionarle al escucha una referencia adecuada de lo que se quiere comunicar.

En la radio deportiva las tres cualidades de la voz permiten al productor de un programa tener elementos para identificar fisiológicamente qué conductor necesita en su emisión, ya que de él depende la transmisión del mensaje hablado y su interpretación entre la gente.

Por ejemplo, el productor de un programa deportivo al preparar una emisión (preproducción) y al realizar el guión piensa en cómo los conductores tienen que expresar el mensaje, a qué público está dirigido, la temática a tratar, así como el sexo de los locutores y cuántos necesita.

Con relación a las voces agudas o graves, Balsebre Armand señala "La voz aguda es rápida, intensa, apelativa y denota claridad aunque menor presencia; es apropiada para programas matutinos, alegres y periodísticos."<sup>64</sup>

Al referirse a la voz grave relacionada con los programas nocturnos el mismo Balsebre Armand alude que "la voz grave es lenta, profunda y connota una relación más estrecha entre el locutor y el oyente. Es apropiada para programas nocturnos de carácter íntimo y en las entrevistas".<sup>65</sup>

En términos generales Balsebre señala que el tono de las voces también se utiliza para seleccionar a un conductor de acuerdo al horario de un determinado programa. Por ejemplo, el conductor del programa *Bohemia Deportiva* de la estación Estadio 590, Abel Canales, es portador de una voz profunda y lenta pero de gran interacción e íntima con el público.

---

<sup>64</sup> Balsebre, Armand, *op. cit.*, 53.

<sup>65</sup> *Idem.*, p. 53.

Además de las cualidades de la voz, el productor al elegir a un conductor debe también fijarse en que el conductor al leer el guión lo haga con naturalidad, es decir, que se escuche como si lo platicara.

Por ende, es necesario una respiración correcta con el fin de vocalizar bien las letras e imprimir una modulación y velocidad adecuada. Así el mensaje es más audible y sobre todo la voz adquiere presencia ante el micrófono, que la lleva a captar la atención del auditorio.

Las cualidades fisiológicas de la voz y las técnicas de expresión de un locutor han hecho que algunos teóricos, como Jimmy García Camargo, realicen una clasificación de voces para la radio de la siguiente forma: "voz estentórea o de trueno, voz campanuda, voz argentada o argentina, voz cálida, voz dulce, voz cascada, voz aguardentosa, voz atiplada y voz blanca."<sup>66</sup>

#### **Voz estentórea o de trueno**

Es la voz gruesa, fuerte y dura, que llena todo el espacio acústico y domina la escena. En el hombre se aplica al jefe, al tirano, al caudillo, al emperador, al personaje dominador y duro. En mujeres corresponde a la de carácter muy fuerte.

#### **Voz campanuda**

Es una voz severa y enérgica. Indica seguridad y autoridad sobre los demás. Se usa en los hombres para caracterizar a los aventureros y personas de mundo. En las mujeres corresponde a una dama de carácter enérgico y maduras.

---

<sup>66</sup> García Camargo Jimmy. La radio por dentro y por fuera. Quito, 1986.

### **Voz argentada o argentina**

Es clara y sonora, de agradable timbre y metálica. En el hombre corresponde al joven alegre, al héroe, al galán, y al bueno. Mientras en la mujer, a la heroína, soñadora, sensible, cursi y primera dama.

### **Voz cálida**

Es melodiosa, armoniosa, melosa. Es una voz que comunica mucho por sí misma. Se usa para mujeres frívolas y lascivas o sensuales. Por su parte, en los hombres corresponde a los conquistadores y seductores.

### **Voz dulce**

La voz dulce connota ingenuidad, timidez y sumisión. En el hombre corresponde a un individuo amable, bondadoso, tímido, para profetas, misioneros y santos. En las mujeres se usa en personajes bondadosos, tiernos y candorosos.

### **Voz cascada**

Es una voz opaca, empañada, monótona y carece de fuerza y sonoridad, que personifica a los ancianos. En los hombres se usa en traidores e intrigante, ruines, pillos y bufones. En mujeres corresponde a las amargadas, mundanas, brujas o celestinas.

### **Voz aguardentosa**

Es una voz bronca, tosca y nada armoniosa. Se usa los hombres para representar al borracho, vicioso, degenerado, presidiario, especulador, perverso, canalla y traidor.

### **Voz atiplada**

También llamada de grillo, es una voz femenina, chillona, chocante y chismosa. Su uso en personajes afeminados, en solteras amargadas y de la clásica suegra gruñona.

### **Voz blanca**

Es una voz infantil o femenina, aguda y clara. Se usa para caracterizar a los niños. Se toma en cuenta esta clasificación como ejemplo porque precisa de alguna manera qué tipo de tono, timbre e intensidad necesita un locutor al interpretar cierto personaje a través de las técnicas de expresión.

Aunque cabe señalar que esta clasificación de voces se utiliza principalmente en dramatizaciones, como radionovelas, radioteatros y parodias políticas para establecer la creación de los personajes durante la realización de este tipo de emisiones. Actualmente es difícil escuchar este género radiofónico en el cuadrante del Valle de México por la saturación de programas musicales.

En los programas informativos y en las transmisiones deportivas algunas voces de la clasificación de García Camargo caracterizan al conductor.

Por ejemplo, las características de la voz argentada están relacionadas con el prototipo del conductor de transmisiones deportivas, esto significa, que es un hombre joven y alegre, con una sonoridad clara y metálica para expresar esa dinámica que tiene el tema deportivo.

La mujer ha ganado espacios en la realización de la radio deportiva y de acuerdo a su composición fisiológica se toma como referencia la voz argentada y blanca al momento de buscar una conductora, porque define sonóricamente la sensibilidad femenina.

La voz por si sola en la radio deportiva no transmite un mensaje a menos que sea una información de gran interés público, pero aún así necesita combinarse con los otros tres elementos del lenguaje radiofónico para emitir una idea.

### **Música**

El origen de la música es difícil precisarlo sólo se sabe que ha estado ligada con el hombre desde su desarrollo en la tierra. Éste en un principio produjo sonidos a través de gritos, golpes en su cuerpo y movimientos con un ritmo característico para imitar a los fenómenos naturales como los truenos, la lluvia y el viento. Asimismo, para dominarlos y con ello evitar que lo dañaran físicamente e incluso los utilizó de una manera espiritual de acuerdo a su creencia religiosa.<sup>67</sup>

A partir de ese momento se estableció la música como un medio con el cual el hombre pudo comunicarse y expresar sus sentimientos a través del tiempo. A la música se le define según José María Silva "En una secuencia organizada que se produce de forma tanto simultánea como

---

<sup>67</sup> Díaz Mario César. Aprendizaje de la música en el nivel inicial. Buenos Aires, 1992.

consecutiva de sonidos modulados, ruidos y silencios que atienden a la altura, duración, volumen y dinámica para producir sentimientos, afectos y/o sentimientos".<sup>68</sup>

Esta definición establece que la música tiene tres elementos para su creación. El primero es el sonido provocado por cualquier objeto o instrumento musical o la voz. El segundo es la combinación ordenada de esos recursos a través de las notas musicales o el ritmo de la pieza.

El último factor es el mensaje a expresar durante la pieza musical, por ende, según Díaz César, aquella que no cuente con los tres elementos (sonido, orden y mensaje) no se le considera música, la cual cuenta con su propio lenguaje porque es un conjunto de sonidos estructurados de una manera coherente y que expresan un significado.

A la música de acuerdo con Díaz César<sup>69</sup> se le puede clasificar en folklórica, culta y comercial, porque contiene características que se relacionan con las raíces y costumbres históricas de un grupo, con un punto geográfico determinado y porque remiten a un uso expresivo artístico y mercantil.

A partir de esta clasificación se han generado una serie de géneros musicales que han encontrado lugar en la radio desde la época experimental de este medio electrónico.

Pero la música en la radio no sólo se utiliza como medio para alimentar la programación de las estaciones sino también con un sentido comunicativo, ya que al ser un elemento sonoro y aunado con la voz genera una serie de imágenes auditivas que le permiten al público estimular su imaginación y con ello captar el mensaje sugerido por la emisión.

---

<sup>68</sup> Citado por Ortiz Miguel Ángel y Volpini Federico. *Diseño de programas de radio*. Barcelona, 1995, p. 47.

<sup>69</sup> Díaz Mario César. *Aprendizaje de la música en el nivel inicial*. Buenos Aires, 1992.

La música al ser un elemento expresivo para la radio tiene distintas funciones que, provocan o remiten en el auditorio a un estado emocional, ya sea de tristeza, alegría o suspenso.

También lo remontan a un determinado lugar o época a través del aspecto descriptivo. Incluso la melodía tiene un uso gramatical con el fin de darle una *sintaxis*<sup>70</sup> al mensaje radiofónico.

El autor Mario Kaplún aporta una clasificación de las funciones de la música que gira en torno al estado emocional, a la descripción de lugares y de épocas, y a la parte gramatical.

Por ejemplo, Mario Kaplún señala que las funciones de la música dentro de la radio son cinco: gramatical, expresiva, descriptiva, reflexiva y ambiental.<sup>71</sup>

Esta clasificación se debería tomar en cuenta para la producción de emisiones deportivas, aunque en este rubro sólo se recurre al aspecto gramatical, emocional y descriptivo, que en términos generales son las funciones de la música para la realización de programas deportivos.

La función gramatical es similar a la puntuación ortográfica, pues señala el punto final de una idea, la continuación o la pausa de un tema a través de la música que sirve como separador. Por ejemplo, en un programa deportivo para cambiar de tema o referirse a otra actividad física se introduce una inserción musical (cortinilla) con el fin de indicar el punto final de ese aspecto. Para señalar un punto y seguido de un comentario, de un tema o una sección se introduce un puente musical.

---

<sup>70</sup> Sintaxis: parte de la gramática que estudia la coordinación o interrelación de las palabras dentro de una oración o frase. Ramón García. Enciclopedia temática Larousse. Argentina, p. 649

<sup>71</sup> Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. Quito, 1978.

La función emocional se utiliza con el propósito de expresar un estado de ánimo, ya sea de tristeza, felicidad, enojo o desesperación a través del mensaje para que el público perciba y sienta la misma emotividad.

En las emisiones informativas o en un reportaje se introduce una música alegre y dinámica si hace alusión al triunfo de un equipo de fútbol, en el aspecto deportivo. Con relación a una melodía melancólica o fúnebre se utiliza para recordar el fallecimiento de una figura atlética.

La función descriptiva permite ubicar al radioescucha en una región o país, así como en una época histórica ya que por medio de la música se dan detalles de la situación.

Por ejemplo, si se transmite una música de Samba en una emisión deportiva remite de inmediato que se va hablar de la actividad física en Brasil. En un reportaje al referirse a un evento deportivo, como los Juegos Olímpicos, se introduce la melodía que identifique a esa justa deportiva.

La música es un instrumento base dentro del lenguaje radiofónico y al generar imágenes auditivas, se auxilia de inserciones musicales con el fin de llevar a cabo las funciones gramaticales, emotivas y descriptivas.

En la realización de un programa deportivo, ya sea en la transmisión de una competencia o en una emisión informativa, se utilizan comúnmente siete inserciones musicales como auxiliares. Entre ellas se encuentran: la rúbrica, el puente musical, la ráfaga, la cortinilla, de fondo, el tema musical y la entrada institucional.

### **Rúbrica**

La rúbrica es el tema musical que identifica a un programa, suele ir al principio de éste. De ahí el nombre de rúbrica de entrada o salida, esta última se emplea para cerrar la emisión e incluso puede utilizar música diferente o usar la misma del inicio.

### **Puente musical**

El puente es una pieza musical corta que sirve para indicar el punto y seguido o final de un tema, la conclusión de un debate, la separación de secuencias, escenas y capítulos. Además sirve de transición, es decir, pasar de un estado de ánimo de tristeza a uno alegre, de una situación caótica a una de paz. También se emplea con el fin de trasladar al auditorio a un lugar o época determinada.

### **Ráfaga**

La ráfaga se emplea también para separar contenidos, temas, escenas y secuencias con el propósito de transferir en espacio- tiempo. Es una música más breve que el puente musical y con un ritmo veloz, de allí el nombre de ráfaga, la cual de inmediato llama la atención del auditorio.

### **De Fondo**

La música de fondo es aquella que se escucha de una manera secundaria con el fin de ambientar una acción o un lugar. También resalta un acto sobresaliente de un acontecimiento e incluso expresa sentimientos de tristeza o alegría o angustia.

### **Cortinilla**

La cortinilla es el punto y a parte, porque se utiliza para separar las partes o secciones de un programa, principalmente se identifica en formatos de revistas radiofónicas, reportajes y noticiarios.

### **Tema musical**

Es la música que identifica a un programa o una sección. Además sirve como un punto de separación con el propósito de hacer una transición de espacio- tiempo en un reportaje o crónica.

### **Entrada institucional**

Es una composición musical con letra que identifica a una estación radiofónica con sus siglas, frecuencia, nombre y ubicación. De acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, se pasa cada 30 minutos para señalarle al auditorio en que emisora se encuentra cuando la sintonice.

Las inserciones musicales son un auxiliar durante la producción de los programas radiofónicos, porque permiten darle un toque creativo a la emisión con el propósito de otorgarle al auditorio una mayor serie de recursos imaginativos para que capte con más agrado el mensaje propuesto por la transmisión.

Por tal motivo, al seleccionar una música es necesario que esté ligada con el formato del programa a realizar y que se adapte para manejarla correctamente y no dificultar o dilatar el proceso de la producción debido a que no concuerda con la secuencia a separar o al enfatizar una acción.

Por ejemplo, la música para una ráfaga es corta y con un ritmo rápido, porque si es larga o lenta no puede adaptarse como separador de una escena o acción. Lo mismo sucede con el puente, el cual tiene que ser con los acordes correctos, con el fin de realizar el proceso de subir lentamente

la pieza musical cuando se registra y posteriormente hacerla bajar paulatinamente al momento de finalizar.

En el caso de las cortinillas sucede lo mismo con relación a los puentes, sólo que aquí puede ir acompañada con una voz para indicar la siguiente secuencia o bloque de un programa.

En cuanto a las rúbricas se realiza el proceso de la selección musical de acuerdo con el programa al cual identifica si es una emisión alegre, romántica, deportiva, tenebrosa, o si es un noticiosario y de un estilo cultural.

Lo mismo sucede con las entradas institucionales en donde se elige con base al formato de la estación ya sea de contenido, musical e informativa.

### **Planos sonoros**

Existen otros elementos que auxilian al lenguaje radiofónico para hacer más comprensible el mensaje propuesto durante un programa. Los planos sonoros, los cuales permiten establecer las dimensiones de la realidad a través del medio auditivo, es decir, permiten una relación descriptiva del espacio entre el auditorio y el objeto de percepción que se emite durante la transmisión. Además le proporcionan a la imagen sonora profundidad, color y volumen.

Los planos sonoros se clasifican en tres partes con el propósito de especificarlo en el guión radiofónico.

### **Primer plano**

La voz o sonido se percibe con claridad y destaca por encima de los demás, porque está a la distancia más próxima del micrófono.

### **Segundo plano**

La voz o sonido se percibe con claridad pero en menor nivel con relación al primer plano, es decir, se aleja un poco del micrófono

### **Tercer plano**

Es la voz o sonido que se encuentra alejado del micrófono y se escucha como de fondo de otros, generalmente para ambientar una acción a través de rumores, voces bajas, murmullos y música de fondo.

### **Efectos sonoros**

Los efectos sonoros son aquellos sonidos que reconstruyen la realidad humana y contribuyen a elaborar el mensaje radiofónico. Por tanto ayudan a ubicar al auditorio en un determinado lugar, ambientar y describir los pormenores de una situación.

Al estimular la imaginación de los radioescuchas, los efectos sonoros al igual que la voz y la música permiten que la idea radiofónica genere imágenes, por ello este recurso al emplearlo en la producción de un programa se realiza con justificación para no saturarla y hacerla monótona.

Los efectos sonoros durante los programas deportivos regularmente se escuchan en segundo plano, es decir, un poco alejados del micrófono o como sonido secundario, por eso se les considera

sonidos de acompañamiento de la voz y la música. Aunque también se introducen en primer término porque cuentan con las características necesarias para generar una imagen auditiva.

Los efectos sonoros desde el inicio de las transmisiones deportivas han sido un elemento indispensable en este rubro, porque le han dado ambientación y colorido. Por ende, la producción de estos elementos sonoros en un principio fue de forma natural y después reconstruida, es decir, grabados para recrear el entorno de un estadio de fútbol.

Para tener un manejo adecuado de los efectos sonoros es necesario conocer las funciones de este elemento para evitar la saturación y un mal manejo durante la transmisión de un programa. De acuerdo con Mario Kaplún se divide en ambiental o descriptiva, expresiva, narrativa u ornamental.

Estas funciones de los efectos sonoros estipuladas por Kaplún se mencionan porque en la radio deportiva también son empleadas, ya que ayudan a construir un mensaje relacionado con una competencia y un deportista, pues aportan ambientación, emotividad, transición en espacio y tiempo y colorido, aspectos necesarios para describir un entorno deportivo.

Por ejemplo, para describir el *knock out* en una pelea de box se utilizan dos efectos. El primero es de murmullos y gritos de espectadores y en segundo término el de un golpe de guante de box pero siempre acompañando a la acción principal del guión radiofónico.

Al denotar en un reportaje un clímax de tristeza subjetivo cuando un deportista sufre una lesión grave, suele introducirse la sirena de una ambulancia y el efecto de un reloj marcando cada segundo y minuto para indicar la desesperación del atleta.

Con relación a la función narrativa que denota una transición de tiempo en el tema deportivo, esta es reflejada cuando se introduce el efecto de un disparo para indicar que una carrera de atletismo ha comenzado. Posteriormente con el fin de connotar la finalización y al ganador suelen introducirse fanfarrias.

Por último, para darle color o acompañamiento a un tema en la radio deportiva, por ejemplo, cuando se habla de automovilismo se maneja el efecto de un motor rugiendo por la velocidad que alcanza.

Los efectos sonoros son un recurso del lenguaje radiofónico que ayuda a ubicar al radioescucha de una emisión deportiva en un determinado lugar, a describir o reforzar una escena deportiva a través de sus distintas funciones como son: ambiental o descriptiva, expresiva, narrativa u ornamental.

### **Silencio**

La ausencia de sonido en la radio, es decir, el silencio también tiene un significado expresivo que connota suspenso, miedo o drama. Incluso se utiliza en cuestiones gramaticales, pues ayuda a resaltar un punto final, un punto y seguido y puntos suspensivos.

Aunque para lograr estas situaciones el silencio es de una duración corta y de un manejo justificado al insertarlo en un programa, porque si es de un tiempo prolongado provoca nerviosismo en los conductores e invitados durante una entrevista radiofónica, por ejemplo. También genera una laguna, esto significa, que la estación se queda sin emisión, lo cual ocasiona un descontrol en el auditorio, quien piensa de inmediato que ha fallado la transmisión o que tiene problemas de recepción su aparato.

El manejo del silencio dentro de la radio tiene algunas clasificaciones, por ejemplo, Miguel Ortiz y Federico Volpini lo dividen en dos: silencio objetivo y subjetivo.<sup>72</sup>

El silencio objetivo señala aquella ausencia de sonido sin ninguna expresión y regularmente tiene una duración prolongada, lo cual pasa a ser una laguna en términos radiofónicos.

El silencio subjetivo indica el valor expresivo, ya sea de suspenso, miedo o duda durante una emisión.

Esta última clasificación es similar a la parte gramatical porque sirve para indicar puntos suspensivos, punto final y punto y seguido.

Con el fin de tener más precisas las funciones del silencio y adaptarlas a la radio deportiva y en general se clasifican en tres aspectos tomando como base las divisiones hechas por Ortiz y Volpini.

### **Silencio expresivo**

La primera función es el silencio expresivo, aquella ausencia de sonido de corta duración que permite connotar suspenso, miedo o duda en una dramatización o en una parodia política o deportiva. Por ejemplo, en la escena de una radionovela cuando una pareja de enamorados se despide porque el hombre se irá a otro lugar y la mujer le pide que no se vaya, puede generarse una pausa breve de duda por parte del varón con el fin de tomar una decisión.

---

<sup>72</sup> Ortiz Miguel Ángel y Volpini Federico, op. cit., p. 59.

### **Silencio gramatical**

La segunda función del silencio está relacionada con la parte gramatical, pues una pequeña pausa de silencio sirve para indicar un punto final, un punto y seguido y puntos suspensivos. Por ejemplo, en un noticiero cuando el conductor da una información la cual afecta socialmente a las personas, éste emite su comentario de disgusto por la situación y posteriormente realiza una breve pausa con el propósito de dejar el tema en reflexión para los radioescuchas, quienes podrán elaborar su propio juicio.

### **Silencio laguna**

Por último, se propone la clasificación de silencio laguna, tal vez esta ausencia de sonido de tiempo prolongado no se haga con intención pero en ocasiones es porque no hay una planeación adecuada del programa que permita evitar la pausa con otro tema cuando sucede esta situación. También se presenta por fallas técnicas de la transmisión aunque aquí es justificable.

Por ejemplo, cuando un reportero emite la información suele pasar que tenga problemas con la línea telefónica o con su grabadora hasta el grado de perder el contacto con la cabina. Entonces el conductor deportivo, principalmente por no tener listo otro tema por la inadecuada planeación de la emisión, duda y hace una pausa que le ayuda a reaccionar, de esta manera se presenta la laguna por error humano.

## **2. 2. TIPO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS**

Los cuatro elementos sonoros del lenguaje radiofónico al combinarse y al utilizarlos de una manera justificada le dan colorido y entendimiento al contenido de un programa pero ¿qué es un

programa? De acuerdo a la definición que se manejó en el capítulo primero, Arturo Merayo Pérez señala que “un programa de radio es el conjunto de contenidos que con un título y tiempo determinado son difundidos por la radio, integrándose a la programación general con un estilo propio?

Esta definición de Merayo Pérez especifica que un programa radiofónico se caracteriza por tener un contenido, un título, una duración, un horario y una estructura. A partir de estas cualidades se identifican los tipos de programas que hay en la radio de acuerdo a las funciones comunicativas de este medio.

Esta definición engloba a lo que actualmente es un programa radiofónico porque toda emisión tiene un contenido, tema, título, duración, horario y estructura.

Por ejemplo, en materia deportiva el contenido podría ser los beneficios a la salud que produce la práctica del atletismo. El tema es de lo que se habla (el atletismo). El título remite al nombre del programa *Ganadores*.

En cuanto a la duración es el tiempo que dura, el cual puede ser de media hora o más de una hora según los objetivos del programa. La estructura indica la forma en que se maneja la información con el fin de enviar el mensaje al auditorio, ya sea a través de los formatos o géneros periodísticos de la radio.

El horario indica a qué hora es programado por la estación por la cual se transmite. Además, cabe señalar que la adecuación de una determinada hora también es elegida con base en el público al que es dirigida la emisión.

En la radio deportiva existen tres tipos de programas: el noticioso o informativo, las radiorevistas y las transmisiones a control remoto. Estas emisiones tratan con un estilo singular en materia de producción todo lo relacionado con el deporte.

## PROGRAMAS NOTICIOSOS

La radio deportiva está relacionada con la radio en general, principalmente en la parte informativa y periodística. Por ello, para establecer qué tipo de programas existen en el rubro deportivo se toma como base la división que hace Mariano Cebrián Herreros en cuanto a emisiones de noticias, quien los clasifica en cuatro: flash informativo, avances informativos, boletines horarios y los grandes informativos hablados (diarios hablados).<sup>73</sup>

Aunque para efectos de la radio deportiva se propone sólo la utilización de los diarios hablados y los boletines horarios, porque cuentan con todas las características que tiene un programa radiofónico.

Los programas de noticias dentro de la radio deportiva se dividen en tres: noticiarios generales, especializados e informativos a la hora. Así como en dos inserciones o secciones informativos (flash informativo y sección deportiva).

Cabe señalar que los flashes informativos son recursos o secciones que complementan a un noticiario o servicios informativos con los cuales cuenta una estación aunque no sea especializada en deportes.

---

<sup>73</sup> Cebrián Herreros, Mariano. *Información radiofónica, mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid, 1994, p. 459.

## **Noticiarios generales**

Los noticiarios generales deportivos son emisiones que se encargan de emitir un conjunto de noticias de interés público y de actualidad, ocurridas principalmente en las últimas horas, las cuales están relacionadas con los resultados de las competencias, con el desempeño profesional de un deportista y con la organización de diversas justas deportivas.

La estructura de un noticiario deportivo está marcada por tres fases. La primera es el teaser, es decir, los conductores del programa, que suelen ser dos personas, dan lectura a las cabezas informativas de las notas de mayor relevancia que se desarrollan durante la emisión. Esta parte generalmente dura dos o cinco minutos, dependiendo de la información o de la duración de la transmisión.

Posteriormente, pasan al desglose de la información de la nota para darle paso a la intervención de un reportero, quien amplía la información y mete insert de audio de los protagonistas que participaron en el hecho noticioso. Es preciso decir que al periodista se le asigna una fuente informativa, la cual puede ser una competencia deportiva, un centro de entrenamiento, una federación o club deportivo.

De esta manera se desarrolla el programa aunque en algunas ocasiones los conductores realizan entrevistas, ya sea por vía telefónica o desde la cabina con los protagonistas de la actividad física con el fin de ahondar más en la información y así aportarles mayores datos a los radioescuchas.

Finalmente, para concluir el noticiario introducen un pequeño resumen con información internacional o con temas relacionados con deportes amateurs de poca difusión.

Este tipo de noticiarios deportivos generales se escuchan tanto en estaciones públicas con la emisión *Impacto Deportivo* del grupo IMER, así como en las comerciales en donde abundan programas como los del Grupo ACIR, Radio 620 y Radio Fórmula.

En los últimos años esta estructura de los noticiarios deportivos generales ha variado, porque ahora se realiza una especie de mesa redonda con alrededor de cinco comentaristas, quienes emiten su opinión con el fin de armar la polémica y enriquecer el tema. Después de que el reportero dio la información al aire e incluso en algunas ocasiones ellos también participan en la discusión.

Un ejemplo de este tipo de programas son: *Los Protagonistas* de la Sociedad Deportiva, 1320 AM y *La Competencia* de la Estadio 590 AM.

### **Noticiarios especializados**

Los noticiarios especializados son aquellos que se dedican a dar información de un deporte en particular a través de las fuentes que cubren los reporteros y por medio de entrevistas, comentarios y cables informativos.

La mayor parte de las estaciones que transmiten estos noticiarios están relacionados con el fútbol y se caracterizan por sólo emitir los resultados de los partidos y entrevistas con los jugadores para saber sus impresiones acerca del encuentro.

La estructura de los noticiarios especializados es similar a los generales, es decir, dar un teaser al principio del programa, desglosar la información a través de los reporteros, las entrevistas y los comentarios. Al final dan un breve resumen del fútbol internacional o de otras divisiones del

balompié nacional. Incluso en estas emisiones también se ha incorporado la mesa redonda con el fin de polemizar.

Entre los noticiarios especializados que se pueden sintonizar en el cuadrante de la Ciudad de México se encuentran: *Comentado el Fútbol* de ABC Radio 760, *Dos en el Área* de Radio Sinfonola 1410, *Por las Canchas del Mundo*, *Kickoff* y, 3 y 2 *Cuenta Máxima* de Estadio 590.

#### **Boletines horarios/ Informativos a la hora**

Son programas informativos de corta duración que dan una síntesis de las noticias más importantes que se han generado en las últimas horas del día. Esta emisión noticiosa se caracteriza por una duración de entre tres y cinco minutos, así como un horario fijo, el cual oscila entre el primer minuto de cada hora y a la media hora de la misma.

La estructura del boletín horario comienza con la presentación de la emisión e incluso con la lectura de la cabeza de la nota de mayor relevancia. Posteriormente, desglosan la información en forma de síntesis. Cabe señalar que en algunas ocasiones intervienen reporteros o introducen insert de audios de los protagonistas de los hechos. Al final suelen meter acontecimientos internacionales y después despiden recordando el horario de la siguiente emisión.

Este tipo de programas lo manejan las estaciones de Radio Mil 1000 AM, con su *Enfoque Deportivo*, de Gerardo Espinosa. En Formato 21, 790 AM, con el *Palco Deportivo* de Alfredo Domínguez Muro. En Radio Fórmula, con la *Fórmula Deportiva* de Aldo Fernández. Y por supuesto en Estadio 590 AM con el *Informativo de la hora*, con Jesús Torres y Raúl Méndez.

## **Inserciones Informativas**

Las inserciones informativas son recursos que complementan la parte noticiosa deportiva de un programa en una situación determinada o de emergencia. En la parte deportiva existen dos tipos: el flash informativo y la sección deportiva.

El flash informativo es un recurso que se utiliza para dar a conocer de inmediato las primeras incidencias de una noticia trascendental, sin importar que se interrumpa la programación y los contenidos habituales de ese momento.

Por ejemplo, durante el mes de septiembre del 2002 el flash informativo fue utilizado en la mayor parte de las estaciones que cuentan con una sección deportiva dentro de sus noticiarios de información general y en la emisora Estadio 590, para informar al instante del triunfo de la atleta de los 400 metros planos, Ana Gabriela Guevara. En cada competencia en la cual participó en Europa dentro de la justa Golden Light de Atletismo.

Este suceso fue un hecho inédito en la historia del deporte mexicano, por eso se interrumpió la programación de la estación Estadio 590 con el fin de dar paso a la narración de la competencia y así informar del resultado al instante.

Las secciones deportivas son aquellos espacios con los que cuenta la actividad física dentro de los noticiarios de información general. Y se da un resumen de los resultados de los partidos de fútbol y de otros deportes, así como los pormenores y opinión de los protagonistas del hecho.

La duración de la sección deportiva oscila entre los cinco y siete minutos dependiendo de la información que haya y de los tiempos de los noticiarios. Se caracteriza por ir desglosando los

acontecimientos a través de la intervención de los reporteros con su previa presentación de la nota, con un insert de audio grabado de los protagonistas e incluso con entrevistas vía telefónica o en cabina. También suelen hacerse comentarios e interactuar con el conductor titular del espacio noticioso o simplemente se da lectura al resumen de notas.

### **RADIORREVISTAS DEPORTIVAS**

Las radiorrevistas deportivas son programas que se caracterizan por abordar diversos contenidos relacionados con distintos deportes a través de secciones y con base en los géneros periodísticos.

Los contenidos de las radiorrevistas no sólo enfatizan en la información más reciente por medio de la nota sino que también tratan temas de la historia, los cuales son investigados a profundidad para exponerlos, por ello recurren al reportaje y a la entrevista.

Estos programas para aportarle un enfoque distinto a la diversidad de temas utilizan también la crónica con el fin de darle color y una exposición diferente a la información. En cuanto a la opinión y a la polémica que generan los conductores y especialistas que participan en la emisión la emiten apoyadas en el editorial y en las mesas redondas. Incluso con el propósito de imprimirle un toque de entretenimiento recurren a pequeños sketch y a la programación de algunas piezas musicales de actualidad.

La estructura de las radiorrevistas deportivas varía de acuerdo al objetivo de la producción pero lo que sí tiene definida es la introducción de un teaser para señalar los temas a tratar e indicar cuáles son los invitados que tendrán en la cabina y presentar a los conductores titulares de la emisión.

Asimismo, establecen qué tipos de secciones manejan y en algunos casos les fijan un horario específico para que el público las identifique y opine acerca de ellas. Lo único que cambia en estas secciones con relación a cada programa es el contenido y el enfoque.

La conducción de las radiorrevistas deportivas se caracteriza por tener uno o dos personajes, quienes se encargan de guiar la emisión, presentar las secciones del programa y las entrevistas a un personaje deportivo. Además polemizan con los especialistas que participan en cabina a través de una especie de mesa redonda e interactúan con el público por medio de sus comentarios.

La actividad que desempeña el conductor de la radiorrevista denota que el término de guía del programa es algo superficial, porque el titular de la emisión ante todo es primero un periodista radiofónico y después un especialista para saber manejar cada una de las situaciones relacionadas con los géneros informativos y el lenguaje de la radio.

Esta idea en Europa ya es un hecho establecido, así lo señala Alcoba López "El periodista deportivo, por tanto, ya no es el simple narrador o contador de esa actividad, sino el informador con responsabilidad no sólo de llevar la información de cuanto sucede en su área comunicativa a clientes y receptores, sino de ir más allá de la propia y particular información deportiva...".<sup>74</sup>

A parte de los conductores titulares, la radiorrevista necesita el apoyo de otras voces que intervienen en las distintas secciones de la emisión y así realizar un programa dinámico para que el público no lo escuche monótono a causa de los diversos contenidos.

---

<sup>74</sup> Alcoba López Antonio. Cómo hacer periodismo deportivo. Madrid, 1993, p. 43.

Aunada a esta situación la voz tiene también una combinación justificada con los tres restantes elementos del lenguaje radiofónico (música, efectos sonoros y silencio).

La duración de estos programas es entre tres horas y media hora, dependiendo de los objetivos y los contenidos que se manejen. En el cuadrante de la Ciudad de México existen diversas radiorevistas deportivas, las cuales son una especie de noticiarios porque sólo dan información de los resultados y comentarios de las competencias y del desempeño de los atletas en las distintas actividades deportivas por medio de los reportajes, crónicas, editoriales y mesas redondas.

Por ejemplo, al hablar de fútbol, tema predominante de los espacios deportivos de la radio, realizan un reportaje de la trayectoria deportiva o del retiro de un jugador sólo porque tuvieron una destacada participación en el partido del fin de semana.

En cuanto a la crónica la utilizan para contar nuevamente las incidencias de los partidos sólo tomando en cuenta el desarrollo de las acciones dentro de la cancha de fútbol y algunos aspectos de la tribuna.

Con relación al editorial y a la mesa redonda recurren a ella para polemizar acerca de las jugadas y el marcador final del partido.

Los programas que se definen como una revista deportiva y que tiene el estilo de un noticiario son: *Súper Estadio*, que se transmite de 7 a 10 horas por la estación Estadio 590 AM; *La Sociedad Deportiva*, que pasa por la emisora Track 1320 AM, en el horario de 9 a 12 horas todos los domingos y *Pasión W*, de W Radio 900 AM, la cual se puede escuchar también los domingos de 16 a 19 horas.

Con base en la tipología de las revistas radiofónicas de Maximiliano Maza Pérez pg 283, en donde clasifica a las revistas por su contenido (de actualidad, divulgación o formativas, generales y especializadas) y de acuerdo a los objetivos de la investigación, se propone la siguiente división de las radiorrevistas deportivas: en especializadas y formativas.

#### **Radiorrevista deportiva especializada**

Las radiorrevistas especializadas son programas que abordan diferentes contenidos acerca de un sólo deporte, a través de descripciones y narraciones con menor valor noticioso y con la misma estructura a la de una radiorrevista deportiva en general, es decir, con diversas secciones y por medio de los géneros periodísticos. Su duración generalmente es de media hora, aunque puede abarcar más de 30 minutos pero se corre el riesgo de tornarse monótona por tratarse de un deporte específico.

#### **Radiorrevista deportiva formativa**

Las radiorrevistas deportivas formativas se proponen como aquellos programas que tratan temas informativos que instruyen al auditorio en la práctica de un deporte. Es decir, es una emisión que le debe dar prioridad a explicar el cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué realizar un deporte en específico con el propósito de beneficiar a la salud y evitar enfermedades.

Las radiorrevistas deportivas formativas deben manejar la misma estructura a la de una radiorrevista en general y especializada, esto significa, que también abordará los diversos contenidos a través de secciones y de los géneros periodísticos.

Este tipo de programas no pretende imponer una metodología acerca de la práctica del deporte sino exponer los aspectos relacionados con la salud, la parte social y educativa con el único fin de fomentar una cultura de la actividad física y así resaltar los valores sociales que el deporte aporta a las distintas actividades de un ser humano durante su desarrollo en la tierra.

Las radiorevistas deportivas formativas se deben caracterizar por tener a un especialista diferente en cada programa porque los temas son diversos, aunque se hable del mismo deporte. También contará con secciones establecidas en donde intervendrán varias voces.

La duración de la emisión es de media hora por tratarse de una especialidad en específico y porque facilita la retención de los mensajes. Además, porque el público que sintoniza los programas deportivos informativos está acostumbrado a los contenidos en donde sólo se dan los resultados de las competencias y de los partidos de fútbol.

El conductor de estas radiorevistas deportivas debe ser una persona con conocimientos en periodismo, cultura en general y especialista en la actividad física a tratar, ya que una parte de la emisión está enfocada a la relación del deporte con otras ciencias por medio de diferentes géneros periodísticos.

Además tiene la responsabilidad de hacer llegar el mensaje al público lo más explícito posible, incluso así lo señala Antonio Alcoba López "Hoy ya no se concibe a un periodista deportivo inculto. Así, quienes desean destacar en este género específico del periodismo, deben poseer un enorme volumen de conocimientos... pues el deporte, por su popularidad, se encuentra relacionado con todas las áreas del saber".<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Alcoba López Antonio, *op. cit.* p. 42.

La radiorevista formativa no pretende sustituir o exterminar a las transmisiones deportivas o los programas informativos, en donde sólo se dan resúmenes de los resultados y se habla de los jugadores, sino tratar con un enfoque distinto a los contenidos de la radio deportiva para enfatizar la importancia que tiene la actividad física en el desarrollo fisiológico y social del ser humano.

### **TRANSMISIONES A CONTROL REMOTO O EVENTOS ESPECIALES**

Las transmisiones a control remoto son aquellos programas en donde se narra indirectamente las acciones de una competencia deportiva o partido de fútbol. A través de un enlace con la cabina central de la estación desde el lugar de los hechos.

El objetivo principal de las transmisiones deportivas es ubicar al público cognitivamente y por medio del sonido como un espectador más del estadio, si se trata de un partido de fútbol. Por eso, es necesario describir el entorno que rodea a un encuentro de balompié.

Es decir, se señala en la transmisión el ambiente de las porras, la participación de los jugadores y el sufrimiento de la banca de los suplentes. Esto se realiza antes, durante y después del cotejo. Aunque es preciso indicar que lo central de estos programas es el desarrollo de las acciones del partido o de la competencia.

Cabe señalar que las transmisiones de las competencias dieron origen a la radio deportiva con el propósito de informarle a la gente que no podía asistir directamente al estadio.

Este tipo de emisiones ha evolucionado a través de los años tanto en el aspecto técnico como en el informativo, pero su estructura es similar a la de sus inicios, es decir, dividida en tres partes.

La primera parte es antes del partido o competencia, pues aquí se realizan comentarios del evento y se describe el entorno que rodea al cotejo en el inmueble. Para ello, es necesario ubicar a uno o dos conductores y a un experto en el tema desde la cabina, incluso estos personajes tienen también la función de dar apoyo y entrar al aire por si falla la señal a control remoto.

Posteriormente, envían los micrófonos a la gente que se encarga de la narración de las acciones directamente desde el estadio. Aquí es fundamental contar con dos cronistas, un comentarista y una voz comercial, quien dice los anuncios de los patrocinadores. También se utilizan tres reporteros de cancha, si es una transmisión de fútbol o dependiendo del deporte.

Por último, se regresa la conducción de la emisión a la gente que está en la cabina central para que realicen los comentarios tanto del medio tiempo y finales de las acciones del encuentro deportivo y con el fin de despedir la transmisión.

El proceso para generar la transmisión a control remoto de una competencia de acuerdo con la productora de la estación Estadio 590 AM, Sonia Villavicencio<sup>76</sup>, es por medio de un transmisor pequeño que se instala en el lugar de los acontecimientos, simulando una emisora. Aunado con una consola de audio, en donde se conectan los micrófonos y demás aparatos, y esta a su vez va conectada al transmisor para generar una señal inalámbrica o vía microondas y así poder escuchar la emisión.

Este sistema de transmisión por enlace se emplea en la mayor parte de las emisiones deportivas porque tiene una mayor calidad de audio y no corre el riesgo de cortarse la señal como

---

<sup>76</sup> Entrevista realizada el 9 de noviembre del 2002.

sucede cuando se hace por vía telefónica o con un aparato híbrido, que aun se sigue utilizando pero en menor proporción por el avance tecnológico de la radio.

El personaje esencial durante una transmisión deportiva es el cronista, quien tiene la responsabilidad de narrar las acciones de una competencia junto con el ambiente que rodea al inmueble con el propósito de trasladar al público como si estuviera en el estadio, es decir, el cronista es los ojos de miles de radioescuchas de manera figurativa. Por eso este personaje, de acuerdo con Francisco De Anda y Ramos debe cumplir con cuatro aspectos para resaltar una jugada de cualquier deporte, según sus diferencias a la manera de practicarlo.

"Con las diferencias de cada deporte, un cronista debe hacer resaltar cuatro cosas: Quién tiene la pelota, qué clase de jugada fue, quién o quiénes intervinieron y en qué parte del campo se desarrolla la acción".<sup>77</sup>

Estos cuatro elementos le permiten al cronista reconstruir en la imaginación del auditorio el terreno de juego en donde se lleva a cabo la competencia. Aunada con esta situación el narrador deportivo se ubica en un lugar neutral y con una perspectiva que le dé la oportunidad de explicar lo que acontece en el campo de las acciones.

El cronista tiene que hacer una entonación adecuada y justificada a cada acción de juego, porque en ocasiones se narra una jugada con una emoción desmedida cuando en realidad se torna lenta.

---

<sup>77</sup> De Anda y Ramos, Francisco, *op. cit.* p. 415.

Además tiene que utilizar un lenguaje con palabras cortas y a gran velocidad por el movimiento de las acciones, pero debe saber a qué hora imprimirle un ritmo de pausa para incluir los anuncios de los patrocinadores por medio de la voz comercial, así como de las opiniones de los comentaristas o algún dato relacionado con los jugadores o de la competencia, de ahí que un narrador deportivo esté obligado a conocer el reglamento de cada actividad física y la biografía de los atletas.

En términos generales el cronista debe poseer un dominio del lenguaje para describir los acontecimientos, un conocimiento de la terminología deportiva y una cultura amplia que le ayude a adquirir una agilidad mental, aunque cabe señalar que cada deporte cuenta con su propio estilo de narración.

### **2.3. EL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS**

Los programas deportivos necesitan de los cuatro elementos del lenguaje radiofónico para tener un toque de colorido y hacer más entendible el mensaje que quiere enviar al auditorio, pero la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio de acuerdo con sus funciones en la radio son utilizados de distinta manera e incluso algunos se necesitan más que otros aunque siempre se combinan con el fin de hacer dinámica la emisión.

La voz y la música en la producción de los noticiarios y los boletines horarios son utilizadas con mayor frecuencia, ya que el primer recurso sonoro es indispensable para expresar las notas deportivas, por medio del conductor, quien da lectura a la información.

Asimismo, a través del tono, timbre e intensidad se debe seleccionar al conductor apropiado porque estos elementos dan la pauta para saber si se necesita a una persona con voz aguda o grave;

a una mujer, a un hombre o ambos sexos y con una determinada técnica de respiración, dicción y modulación al momento de hablar ante el micrófono.

Por ejemplo, para armar la entrada institucional de una estación y la rúbrica de entrada de un programa en los noticiarios deportivos regularmente el productor debe utilizar una música dinámica y alegre. Y que esté acorde con el estilo de la emisión, es entonces cuando se emplea la función emotiva de la música.

En los *teasers* de cada noticiario se usan las ráfagas y puentes musicales, dependiendo del tiempo de duración de la emisión y de la información, para separar cada nota que lee el conductor o al darle punto final o seguido al recurrir a la función gramatical. También se emplea en los boletines horarios, sólo que aquí la música es más dinámica con el fin de connotar lo breve de la emisión.

Mientras que el efecto suele utilizarse al manejar los géneros periodísticos, ya sea en una crónica o un reportaje con el propósito de ubicar y ambientar una determinada situación. Por ejemplo, en un reportaje para ubicar a la gente que se está hablando de las carreras de caballos del hipódromo, se emplea el efecto sonoro de relinchidos y la galopada de un equino y las fanfarrias que indican el inicio de la competencia.

Incluso en los *teasser* el efecto aparece como fondo cuando el conductor da una nota y ésta se adapta con el sonido de un efecto, por ello no es correcto utilizarlo regularmente y sólo introducirlo con justificación.

Por ejemplo, el conductor al referirse a un beisbolista que llegó a su *home run* mil de toda su carrera profesional se introduce el efecto de un batazo con el objetivo de darle colorido a la nota.

Por su parte, el silencio es utilizado en las entrevistas o mesas redondas con el fin de indicar el punto final de un tema o expresar enojo ante una idea contraria a la del conductor.

Por ejemplo, el conductor al entrevistar a un deportista y al hacerle una pregunta incómoda, el atleta responde con un sí o un no. Entonces el entrevistador se queda callado para obligar a su interlocutor a decir más información. También se utiliza con el fin de cambiar de tema.

La voz y la música a través de las inserciones noticiosas son la combinación que le dan una dinámica y un ritmo para no tornarlas monótonas a causa de la información que se maneja por medio de los géneros periodísticos, en donde los efectos y el silencio le dan un colorido especial con el propósito de reconstruir la realidad de los acontecimientos.

En las radiorevistas deportivas generales y formativos los cuatro elementos del lenguaje radiofónico son indispensables porque visten sonoramente la estructura de una emisión, le dan color y reconstruyen los hechos que abordan los géneros periodísticos y hacen más comprensible el mensaje debido a que estimulan la imaginación del auditorio.

En la radiorevistas la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio tienen la misma jerarquía porque al manejarse distintas secciones y diferentes géneros periodísticos son utilizados de acuerdo a sus distintas funciones radiofónicas, por ello es necesario saberlos combinar para que expresen una idea y complementen el mensaje de un tema.

La voz en las radiorevistas se hace presente por medio del conductor, quien además de indicar las secciones de la emisión también es un conocedor del tema deportivo para interactuar con los especialistas, los reporteros y el público.

Asimismo, con base en las cualidades de la voz, tono, timbre e intensidad; y a los tipos de voces radiofónicas se determina qué conductor<sup>78</sup> es el apropiado para el programa, así como a los diversas voces que participan en la estructura de la emisión. Aunque también se toman en cuenta las características que componen un programa.

La música dentro de las revistas deportivas desempeña la función gramatical por medio de las inserciones musicales, cortinilla, ráfaga y puente, las cuales indican el punto final o seguido de una sección o tema. También le dan una vestimenta sonora a las rúbricas y entradas o salidas institucionales de un programa o una estación.

La música a través de su función emotiva y descriptiva es empleada en los géneros periodísticos, principalmente en los reportajes, crónicas y notas informativas porque de acuerdo a la temática que se maneja se puede ubicar al público en un determinado sitio geográfico, describir un lugar y denotar emociones de alegría, tristeza o triunfo. Incluso suele meterse una pieza completa de una melodía con el fin de darle un toque de entretenimiento al programa.

Los efectos sonoros son utilizados también dentro de las distintas secciones y géneros periodísticos para ambientar, ubicar y describir el contexto del mensaje informativo, es decir, regularmente acompañan a la idea principal, por ende se escuchan en segundo plano.

Por su parte, el silencio es empleado de la misma forma que en los noticiarios aunque en ocasiones no se utilizan por la variedad de secciones y la cantidad de información que se maneja en ellas.

---

<sup>78</sup> Conductor: Informador que lleva el hilo de las notas en un programa y da paso a las conexiones, reportajes, etc.  
Locutor: Profesional que aporta su voz a las emisiones y programas mediante la improvisación total o parcial, o la lectura de textos escritos por otras personas.

Cronista: Informador, corresponsal o enviado especial, que elabora una crónica o que envía sus crónicas a la emisora de radio.

Narrador: Actor o locutor que relata los hechos y da entrada a los diálogos de los personajes en un programa dramático.

Cebrián Herreros, Mariano. Diccionario de radio y televisión. Madrid, España, 1981, pp. 100, 108, 203, 232.

El cronista deportivo al narrar las acciones de juego de una competencia debe ser capaz, por medio de su voz, de hacer sentir al radioescucha como un espectador más en el inmueble en donde se realizan los acontecimientos.

La voz de un cronista aparte de contar con cualidades fisiológicas de un tono, timbre e intensidad debe poseer una técnica al momento de narrar los hechos, es decir, tener una dicción clara, una modulación, un ritmo adecuado, saber respirar y utilizar un lenguaje sencillo y coloquial a través de frases cortas con el propósito de atrapar la atención el público.

Asimismo, debe contar con conocimientos de la terminología deportiva y con una cultura amplia con el fin de evitar ser catalogado como un simple cronista de juegos.

Al cronista durante la transmisión lo acompañan también otras voces, es decir, reporteros y comentaristas, quienes deben poseer con cualidades fisiológicas y técnicas sonoras para reconstruirle imaginariamente al público el terreno en donde se llevan a cabo las principales acciones de la competencia.

Cabe señalar que las transmisiones en directo fueron los primeros programas deportivos en la radio del Valle de México, por tal motivo ha evolucionado a través de los años tanto en la parte técnica como informativa.

Por ejemplo, los efectos sonoros antes eran captados directamente de la realidad porque no existían cintas para grabar esos recursos, así lo señala Jesús Domínguez, conductor del programa *Comentando el Fútbol* de ABC Radio 760 AM “ Una transmisión se preparaba con horas de

anticipación para instalar el equipo a control remoto y para captar algunos efectos se ponía un micrófono en la porra y en el terreno de juego para escuchar el ambiente del público".<sup>79</sup>

Posteriormente, la radio al contar con las cintas de carrete abierto de un cuarto de pulgada para grabar, los efectos sonoros pasaron a ser un recurso auxiliar durante las transmisiones de las competencias deportivas, principalmente, las de índole internacional. Así lo apunta Jaime Whaly, ex colaborador de la sección deportiva del periódico *La Jornada* y del programa radiofónico *La Goya Deportiva* de Radio UNAM 860 AM, "El Mago Septién en 1950 transmitió desde los estudios de la XEQ una Serie Mundial de Béisbol, de los Estado Unidos, con los cables del teletipo y con un disco de efectos para meter ambientación del público en un estadio y así darle mayor realidad a la narración."<sup>80</sup>

De acuerdo con Lauro Alvarado, ex productor de la XEW, en la actualidad el efecto sonoro se utiliza todavía como un elemento auxiliar en los eventos deportivos internacionales a causa de los grandes costos que genera realizar en directo la emisión de una competencia desde un país lejano, pues argumenta lo siguiente: "Durante la Copa Confederaciones de Fútbol de 1995, en Arabia Saudita, la XEW transmitió el partido de la selección de México contra Dinamarca a través de la señal de televisión vía satélite, pero en esa ocasión sólo recibimos la imagen sin el audio. Entonces con el propósito de darle ambientación de un estadio, le solicité al operador de consola que introdujera de fondo un efecto sonoro con esas características y que le subiera de acuerdo a la emoción de la jugada. Así cubrimos el partido por radio sin que se escuchara que el ambiente de los aficionados en el estadio era grabado y no en vivo."<sup>81</sup>

<sup>79</sup> Entrevista realizada el 20 de octubre del 2002.

<sup>80</sup> Entrevista realizada a Jaime Whaly, ex colaborador del periódico *La Jornada* y del programa *Goya Deportiva*, 28 noviembre de 2002.

<sup>81</sup> Entrevista realizada el 19 de septiembre del 2002.

La música también en ocasiones suele emplearse como un recurso emergente cuando hay un silencio originado por fallas técnicas en la transmisión a control remoto.

Incluso se utiliza de fondo para darle un toque de dinámica a los comentarios previos y finales de cada partido. Así que en las transmisiones a control remoto la voz no es el único elemento sonoro sino que también los efectos sonoros y la música son un factor a tomar en cuenta con el objetivo de reconstruir el entorno que rodea a la emisión de una competencia.

#### **2.4. LA PRODUCCIÓN EN LA RADIO DEPORTIVA**

La producción de un programa de radio relacionado con el deporte es similar a los demás géneros radiofónicos, es decir, consta de tres partes (preproducción, realización y posproducción) las cuales se relacionan entre sí para expresar un mensaje o una idea, objetivo final de un programa. De ahí que sea un proceso de producción, por no manejar de forma aislada sus tres componentes.

La mayor parte de los programas de la radio deportiva son en vivo, por medio de transmisiones a control remoto de las competencias, las cuales requieren de más atención y organización.

Antes de explicar en qué consisten los tres componentes del proceso de producción, es preciso dejar en claro qué es la producción. De acuerdo con Mariano Cebrián Herrero "Producción: Acción, modo y efecto de producir un programa para radio, cine o televisión... // Equipo encargado de poner al servicio del equipo de realización los equipo y personas necesarias, así como de llevar el control de presupuestos y gastos de un programa".<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> Cebrián Herreros, Mariano, *op. cit.*, p. 269.

A partir de esta definición se entiende que la producción radiofónica es un proceso en el que es necesario llevar a cabo algunas acciones de tipo metodológico, técnico, y creativo, las cuales están relacionadas entre con el propósito de obtener un producto de radio.

## PREPRODUCCIÓN

La preproducción comienza con la elaboración de un proyecto radiofónico, que parte de una metodología, como señala Teodoro Villegas "Metodológicamente, debemos iniciar la concepción de nuestro producto radiofónico de la generación de una idea que debemos aterrizar en un tema; el cual será investigado."<sup>83</sup> y el cual es aceptado previamente por los directivos de una radiodifusora.

Esto significa que para producir un programa antes se tuvo que realizar un proyecto de investigación, en donde especifica en qué consiste el programa los objetivos, justificación, título, horario de transmisión, público, contenido, duración, formato, necesidades técnicas y humanas, y presupuesto.

Al tener aprobado el proyecto por los directivos se pasa al proceso de producción, como lo indican Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamado "Una vez definido y aprobado el proyecto, el siguiente paso es el diseño mismo del programa, la fórmula y la estructura global. El proceso de diseño será distinto dependiendo del tipo de programa."<sup>84</sup>

<sup>83</sup> UAMX. *El sonido de la radio. Ensayo teórico-práctico sobre producción radiofónica*. México, 1988, p.172.

<sup>84</sup> Ortiz, Miguel Ángel y Marchamado, Jesús, p. 92.

En términos generales esta argumentación indica que se entra a una siguiente etapa de la preproducción, en donde hay que tomar en cuenta el tipo de programa en la radio deportiva, en la cual existen básicamente tres modalidades el noticiario, las revistas y las transmisiones a control remoto de las competencias, éste último varía un poco la forma de prepararlo.

¿Pero qué es la preproducción? De acuerdo con Mario Alberto Pérez, "La preproducción es la organización del material que compone a una grabación desde sus escritos, pasando por la investigación".<sup>65</sup>

Esto significa ya en el ámbito de la radio deportiva, y específicamente en la preproducción de una revista tanto general como formativa, en la preparación documental y técnica de todos aquellos recursos que le van a dar forma al programa mediante el recurso sonoro.

Por ello, en primer lugar es preciso conocer qué tema se va a tratar en el programa con el fin de investigar la información tanto en fuentes documentales como de campo, y así estructurarla, jerarquizarla y alimentar de datos a los géneros periodísticos a manejar en la revista, ya sea nota, crónica, entrevista o reportaje.

Posteriormente, se define cuántas secciones se van a manejar y su duración. Así, de esa forma se seleccionan la música, los efectos sonoros, los silencios y las voces que van a intervenir en cada sección.

Es decir, se busca en la fonoteca toda la música que remita al aspecto deportivo, la cual se utiliza de fondo, para armar las rúbricas y las cortinillas, en los puentes y ráfagas musicales o

---

<sup>65</sup> Pérez Hernández, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas. Manual del productor*. México, 1998, p. 49.

simplemente con el fin de contextualizar a los diferentes géneros periodísticos y secciones con base en una justificación radiofónica.

Estos aspectos simultáneamente se plasman en el guión o en una escaleta debido a que es una revista radiofónica, por ello se especifica el equipo humano y técnico que intervendrá en el programa. Asimismo, se aclara el tiempo de duración de cada sección de la emisión e incluso se contacta y confirma la entrevista de un personaje deportivo, ya sea a través de la vía telefónica o en cabina.

En este caso por ser un programa en vivo también se elabora una bitácora con el objetivo de llevar un control de los *insert*, la música y los efectos sonoros a utilizar durante la transmisión, incluso en ocasiones sólo recurren a los archivos sonoros de la computadora para buscarlos, pues las estaciones cuentan con ellos en un sistema computarizado y no es necesario llevar todo el material sonoro en discos.

En los noticiarios la preproducción es similar a la de la revista sólo que aquí la información se recopila a través de los reporteros de las diversas fuentes deportivas, los cuales se comunican a la redacción de la estación con el fin de pasar un adelanto o una cabeza de su información, la cual sirve para realizar el *teaser* y darle pie de entrada a su nota durante el noticiario. También la información se obtiene por medio de corresponsales, cables de agencia e internet.

El jefe de información al tener todas las notas que se han generado en el transcurso del día se pone de acuerdo con el productor con el propósito de intercambiar opiniones y establecer si va a entrar algún reportaje, crónica o entrevista. Y así elaborar un guión o más bien una escaleta en donde se especifique cómo está estructurado el programa. También se prevé si un reportero puede

entrar a dar su nota al instante, por encontrarse en un lugar en donde se suscita o va a generar una nota.

El productor con antelación arma las cortinillas a utilizar en el programa. Asimismo, la música de fondo, los puentes y las ráfagas empleadas durante el *teaser* o el resumen final del noticiario. Después de conocer qué información se va a manejar durante el programa se busca alguna melodía o efectos sonoros grabados para darle contextualización y colorido a la presentación de la nota por parte del conductor.

El productor edita también los *inserts* de audios que se lleguen a utilizar durante el *teaser* o resumen final del noticiario. Además, si una nota entra grabada revisa que esté bien auditivamente y con la duración marcada por la bitácora de los operadores, esto principalmente se da con la información de los corresponsales y enviados especiales.

También busca información ya sea de notas curiosas o históricas que le sirvan de respaldo por si surge una emergencia, principalmente por la interrupción del reporte de un periodista a causa de la recepción de la vía de telefónica o por el retardo de un personaje para llegar a una entrevista en cabina.

La reproducción de un programa deportivo se realiza todos los días, de ahí que el productor necesite estar bien informado con el fin de proponer nuevas ideas radiofónicas.

## **REALIZACIÓN**

El productor al tener la información preparada, organizada y estructurada en un guión entra al umbral de la segunda etapa del proceso de producción, la realización, que según Mariano Cebrián

Herreros "Se concibe como la plasmación de sonidos de todo lo previsto en el guión".<sup>86</sup> Es decir darle expresión a las ideas y contenidos de un programa por medio del lenguaje radiofónico y con base en una grabación y realización de las mismas.

Así que antes de comenzar a grabar o salir al aire el productor revisa que tenga los guiones suficientes para todo el equipo humano, que no le haga falta o esté descompuesto algún recurso técnico y que todas las voces a intervenir en el programa estén presentes.

La revisión del material también se lleva a cabo cuando el productor realiza cápsulas, reportajes, crónicas, edita *inserts* de entrevistas, arma algunas secciones para los programas misceláneos. Así como las cortinillas, rúbricas de entrada y salida de los noticiarios y revistas. Incluso en los promocionales de la estación a la que pertenece, así como en los puentes, las ráfagas y los golpes musicales a utilizar en la emisión.

La radio deportiva utiliza también los dos aspectos de la realización, la grabación en frío y en caliente. En la grabación en frío sólo se captura la voz del locutor, posteriormente el productor junto con el creativo se encargan de introducirle música, efectos sonoros, *inserts* o silencios y así darle una vestimenta sonora. Mientras que en la caliente el armado de un producto se hace al grabar directamente y de forma conjunta los cuatro elementos del lenguaje radiofónico.

Aunque la radio deportiva le da prioridad a la grabación en frío sólo en las rúbricas, reportajes y crónicas porque la mayoría de los colaboradores tienen distintas actividades dentro de la estación, como es el caso de la estación Estadio 590 AM, es decir, conducen programas,

---

<sup>86</sup> Cebrián Herreros, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid, 1994, p. 455.

reportean, dan informativos a la hora. Por ello, para no distraerlos de sus ocupaciones se recurre a este recurso con el objetivo de hacerlo más rápido

En cuanto a la realización de programas en vivo, como las revistas deportivas generales y de orientación, el productor con una media hora de anticipación de la transmisión revisa que tenga todos los guiones, los reportajes, las crónicas, checa los *insert* y los pasa a los archivos sonoros de la computadora para tenerlos listos a la hora de introducirlos.

Asimismo, prepara su información de respaldo, música y efectos sonoros. Además se previene con su agenda en caso de que un personaje se demore para llegar a la cabina a una entrevista o que no sea localizado a través de la vía telefónica. Incluso se llega a coordinar con el operador con el propósito de adecuarse a la pauta comercial de la estación.

Ya durante el programa el productor se encarga de guiar y decidir lo que introduce al aire, en términos generales tiene el objetivo de que su idea de la emisión se escuche bien. Por ende, le indica al operador y al conductor lo que entra, mide el tiempo de las secciones, manda a comerciales, *spotea*<sup>87</sup> y prepara los audios a introducir, ya que es el responsable de la transmisión.

En cuanto a los noticiarios, es similar la realización, ya que el productor se encarga junto con el jefe de redacción y con una media hora de anticipación que el *teaser* esté listo, así como las cabezas de los reporteros. Asimismo, jerarquiza la información y organiza las intervenciones de los reporteros de acuerdo a los tiempos del programa, a las secciones a introducir y a la pauta de los comerciales.

---

<sup>87</sup> *Spotear*: Seleccionar en una grabación de audio la parte deseada. Pérez Hernández, Mario Alberto, *op. cit.*, p. 65.

Con relación a los reportajes, las crónicas y los insert de entrevistas, el productor también los revisa. Además, prepara información de respaldo, los puentes y las ráfagas musicales. Incluso selecciona una música de fondo y efectos sonoros que podrían entrar durante la presentación de una nota por parte del conductor con el fin de darle colorido.

Durante el noticiario al aire se coordina con el conductor y el operador para indicarles con base en el guión las notas que van a entrar. Localiza con antelación a los reporteros para indicarles que en un momento más van a dar su intervención. También lo realiza con los entrevistados por medio de la vía telefónica. Si es en cabina no hace esperar demasiado tiempo al invitado y en la primera oportunidad sin romperle el ritmo al noticiario lo pasa al estudio.

También spottea, prepara las notas, reportajes e insert grabados. Manda a comerciales, organiza las llamadas telefónicas del público y si hay una información que se esté generando de inmediato la introduce al aire, es decir, el productor de noticiarios está al pendiente de todo lo que sucede tanto al interior como al exterior de su cabina.

## POSPRODUCCIÓN

La postproducción es el último paso del proceso de la producción y se da después de que el productor escucha la grabación de su producto con el propósito de corregir errores auditivos, informativos y de tiempo. Es decir, se hacen cambios en la realización para mejorarla o simplemente porque los directivos de la estación así lo solicitaron. Esta etapa es una segunda oportunidad para producir un programa que cumpla con los objetivos planteados.

En el caso de la radio deportiva la postproducción se da regularmente cuando se llevan a cabo reportajes, notas grabadas, cápsulas, cortinillas, rúbricas de entra y salida, entradas institucionales y spots.

En algunas situaciones se emplea en programas de revista tanto generales y formativas para cubrir periodos feriados del año, como es el caso del mes de diciembre, pero es preciso dejar en claro que la radio deportiva nunca hace a un lado la postproducción, pero su constante producción en vivo no le permite recurrir regularmente a este proceso.

#### **Proceso de producción de las transmisiones a control remoto**

El proceso de producción de las transmisiones a control remoto de las competencias se trata a parte porque es un programa que se emite fuera de cabina central, aunque no se deslinda de los lineamientos de la preproducción, realización y postproducción.

La preproducción de las transmisiones a control remoto comienza con una junta previa entre los directivos de la estación y los de un club de fútbol soccer o americano, en donde se llevan a cabo los contratos de transmisión y así conocer qué partidos tendrá en exclusiva la emisora durante la temporada. Lo mismo sucede con los encargados de organizar eventos deportivos que albergan otras actividades físicas, como box, atletismo, basquetbol, natación, ciclismo, entre otros, sólo que aquí no se planea anualmente, por ello el trato es normalmente con los promotores y patrocinadores a unos meses de anunciar la competencia.

Posteriormente, los directivos de la estación realizan una junta de producción para indicarles a los productores qué partidos o competencias consta la emisora durante el año. Asimismo, les dicen la fecha, la hora y la sede.

Los productores de las transmisiones a control remoto de las competencias elaboran un calendario y una organización de producción. También en ocasiones se visita el lugar en donde se va hacer la transmisión, en caso de no conocerlo, pero hay que recordar que los productores ya han estado en la mayoría de los inmuebles deportivos nacionales.

Durante la semana previa a la transmisión de la competencia el productor revisa el equipo técnico, como consola de audio, micrófonos, cables y audífonos. Además, selecciona a los cronistas, comentaristas y reporteros en cancha. Incluso a los operadores e ingenieros, así como a dos conductores y coordinador de producción que se quedarán de respaldo en la cabina central por si falla la transmisión.

El productor en esa misma semana busca también información de los deportistas, jugadores, equipos y de la sede en donde se va a desarrollar la competencia. Así como datos estadísticos e históricos con el fin de complementar y contextualizar la narración de los cronistas deportivos. Y realiza una especie de escaleta en la cual especifica los puntos antes mencionados, pauta comercial y enlaces con otras plazas de transmisión.

El aspecto de la realización consiste en la transmisión en directo de la competencia, pero antes de llevarla a cabo el productor llega al inmueble por los menos con dos horas de anticipación para instalar el equipo técnico, en donde el ingeniero se encarga de llevar a cabo el enlace de transmisión a través del sistema contrex, es decir, por medio de un pequeño transmisor. Después realiza pruebas de audio con el propósito de no tener problemas durante la competencia.

El productor aporta las últimas recomendaciones 15 minutos antes de la transmisión, como lo señala en entrevista Teodoro Cano, comentarista de fútbol de Televisa Deportes, "El productor realizaba una serie de reuniones para indicarnos qué pretendía en cada una de las transmisiones e

indicaba quién se iba a ir a cada portería o al centro de la cancha. Sobre la marcha de la emisión nos decía cuando alguien estaba muy lento en sus narraciones y que no nos *aplatañáramos*".<sup>88</sup>

Además se pone en contacto con la cabina para informarle que todo está listo y que estén prevenidos a cualquier indicación, para ello el productor de los estudios revisa que el audio de la señal se encuentre en Cue y durante la emisión coordina todos los enlaces con el estadio, así lo apunta en entrevista Sonia Villavicencio, productora de la estación Estadio 590 AM, "Un productor en cabina se encarga de llevar un seguimiento de la bitácora de las pausas comerciales, de los audios y de realizar los enlaces con la gente que se encuentra en el estadio".<sup>89</sup>

También se encarga de editar los momentos más emocionantes de las acciones de la competencia, por ejemplo, en el fútbol el productor de cabina graba el instante en que fue narrado el gol con el propósito de pasarlo en el medio tiempo o al finalizar el partido para darle una especie de resumen al público que se vaya integrando a la transmisión.

Por su parte, el productor que se encuentra en el inmueble tiene la responsabilidad de que técnicamente se escuche bien la transmisión, coordina a los reporteros en cancha y comentaristas para su intervención, hace los enlaces a cabina con el propósito de llevar a cabo puntualmente la bitácora de las pausas comerciales. También les proporciona información de jugadores, equipos y de otros resultados a los cronistas e incluso les llega a decir alguna recomendación a los narradores.

El aspecto de la posproducción en las transmisiones a control remoto es difícil que se dé por tratarse de una emisión en vivo, pues no hay oportunidad de corregir errores y luego pasar nuevamente el programa. Aunque tal vez en la radio deportiva al ser transmisiones simultáneas la

---

<sup>88</sup> Entrevista realizada el 10 de octubre del 2002.

<sup>89</sup> Entrevista realizada el 9 de noviembre del 2002.

única posibilidad es detectar los errores que se produjeron y así no volverlos a cometer en el siguiente evento deportivo.

Al revisar la importancia que tienen los cuatro elementos del lenguaje radiofónico en la construcción de un mensaje, así como su aplicación que adquieren en el proceso de producción y en los tipos de programas de la radio deportiva; se lleva a cabo el análisis formal discursivo para los medios masivos, el cual permite observar cómo los elementos y las estructuras que intervienen en la construcción de un mensaje radiofónico se relacionan.

La radio deportiva al manejar el aspecto informativo recurre a la nota informativa, la crónica, el reportaje, la entrevista, los cuales también intervienen en la construcción de un mensaje. Por ende, en el siguiente capítulo y como parte del análisis discursivos se expondrá cómo los géneros periodísticos de la prensa son utilizados en el rubro radiofónico.

***CAPÍTULO III***

***LA RADIO DEPORTIVA Y EL  
PERIODISMO***

### 3.1 LA RADIO DEPORTIVA Y LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Los programas de la radio deportiva al estar vinculados con el género periodístico radiofónico recurren a distintas formas para presentar la información, es decir, se apoyan en la nota, crónica, entrevista, reportaje y editorial (géneros periodísticos de la prensa).

Los géneros periodísticos, de acuerdo a la definición de Juan Gargurevich que se manejó en el primer capítulo, son: “las formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación”.

Esta definición señala que los géneros periodísticos son una forma de expresión por parte del periodista para presentar la realidad y se distinguen por ser informativos, interpretativos e híbridos. Carlos Marín y Vicente Leñero<sup>90</sup> realizan la siguiente clasificación:

Informativos	Noticia o nota informativa, entrevista y reportaje
Opinativos	Artículo y Editorial
Híbridos	Crónica, Columna

Otra división que aportan es la siguiente:

Informativos	Noticia, Entrevista y Reportaje
Opinativos	Artículo (dividido a su vez en: editorial, crónica y crítica)

<sup>90</sup> Leñero, Vicente y Marín Carlos. Manual del periodismo. México, 1986, p. 39.

La radio deportiva al manejar la nota, la crónica, la entrevista, el reportaje y el editorial (los géneros periodísticos) ejerce una función informativa o periodística, que de acuerdo a las características sonoras de este medio electrónico le confieren rapidez, simultaneidad e instantaneidad.

Los géneros periodísticos son fundamentales para presentar la realidad tanto en medios impresos como electrónicos, como lo señala Mariano Cebrián Herreros: "los géneros periodísticos son formas de producción informativa o modalidades de configuración escrita o audiovisual para transmitir la información de todo tipo de contenidos... se utilizan para dar información económica o deportiva, general o especializada, aunque en cada caso adoptan algunos matices diferenciales".<sup>91</sup>

Asimismo, clasifica a los géneros periodísticos de la prensa en tres grupos, expresivos, referenciales y apelativos, pero al tomar en cuenta las características sonoras y visuales de los medios electrónicos de comunicación agrega otras formas para presentar la información.<sup>92</sup>

Género referenciales o informativos	Noticia, reportaje, informe periodístico, documental y docudrama
Géneros apelativos o dialogados	Entrevista, encuestas, consultorios, debates, tertulias, mesas redondas...
Géneros expresivos y testimoniales	Editorial, comentario, crítica y crónica

Con base en las formas para presentar la información en un medio electrónico, establecidas por Cebrián Herreros, la radio deportiva utiliza regularmente la nota, entrevista, reportaje, crónica, editorial, comentario y mesa redonda con el propósito de manejar el aspecto periodístico en los tipos de programas que maneja.

<sup>91</sup> Cebrián Herreros Mariano. Géneros Informativos audiovisuales. Madrid, 1992, p. 24.

<sup>92</sup> *Ibid.*, p. 35- 42.

### 3.1. NOTA INFORMATIVA

La noticia es el género periodístico básico en cualquier medio de comunicación, ya sea escrito o electrónico, porque alimenta de información a los contenidos de un programa o periódico. Por ejemplo, Martín Albertos señala que “la noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”<sup>93</sup>

Esta definición indica que la noticia es aquel acontecimiento de actualidad y de interés público que debe darse a conocer. Para ello el periodista elabora su mensaje informativo con base en la contestación de seis preguntas básicas: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?

Para la organización de los datos recopilados de los acontecimientos se recurre a una estructura con el fin de que lector comprenda la información. Esta estructura se denomina pirámide invertida, es decir, los hechos más importante de la nota se colocan al principio, de ahí se va descendiendo hasta dejar al final los detalles de menor relevancia.

La estructura se compone de un titular, entrada, cuerpo y remate. El titular, es el título de la noticia. La entrada es un párrafo que contiene los elementos fundamentales de la noticia, por lo general, responde a las preguntas *quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué*.

---

<sup>93</sup> Merayo Pérez, Arturo, Para entender la radio. Salamanca, 1992, p.177.

En el cuerpo se debe seguir dando información relevante de acuerdo a la estructura de la pirámide invertida. El remate es el último párrafo de la noticia en donde se amplían algunos detalles.

En la radio la noticia se da a conocer mediante una narrativa sonora, lo cual le permite tener instantánea, rapidez y simultaneidad aunque es efímera. De ahí que su estructura sea diferente con el objetivo de explicar los acontecimientos de forma concisa y directa, para que el auditorio se entere en pocos minutos.

Por ende, Mariano Cebrián Herreros indica que "La noticia auditiva es la que presenta sólo un tratamiento sonoro de la realidad. Es decir, la organización del género se efectúa exclusivamente mediante la palabra dicha, la música, los sonidos de la realidad y el silencio."<sup>94</sup>

El concepto de Cebrián Herreros sobre nota auditiva argumenta que la noticia en la radio se explica a través de la narración sonora, principalmente, por medio de la palabra ya que los otros tres elementos del lenguaje radiofónico ayudan a complementar la explicación de los hechos.

Por ejemplo, la música en una nota informativa es difícil que aparezca como un recurso que se origine del mismo acontecimiento, por ello se utiliza por medio de la grabación previa sólo con el fin de presentar la noticia porque si es introducida durante la exposición del hecho, es decir, de fondo puede ocasiona distracción en el auditorio.

El efecto sonoro y el silencio también complementan la narrativa de los hechos pero éstos se originan a partir del mismo hecho. Incluso el efecto se puede manejar de forma grabada cuando

---

<sup>94</sup> Cebrián Herreros, Mariano, op. cit., p. 122.

el noticiero da a conocer la información. Además tiene la facultad en algunos casos de ser el elemento básico en la exposición del acontecimiento.

Por ejemplo, en los deportes el efecto alcanza un protagonismo durante la transmisión de un partido de fútbol en el instante en que se realiza una anotación por parte de uno de los equipos, porque se usa el sonido que origina el ambiente de los aficionados en el estadio.

En la radio deportiva, la noticia da a conocer por medio de la narración los acontecimientos de interés público relacionados con las competencias, la vida profesional de los atletas y la parte formativa del deporte.

La nota en la radio deportiva debe abordar las seis preguntas clásicas del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué. Asimismo, debe ser redactada de forma clara y sencilla, es decir, que sea escrita utilizando el enunciado en su forma simple (sujeto, verbo y complemento) en tiempo presente y con voz pasiva.

También debe emplear párrafos breves, evitando el abuso de comas, puntos y comas con el fin de no cortar las ideas. Se mencionarán a los protagonistas de los hechos por su nombre y profesión para evitar los pronombres personales, ya que si no se redacta de esa manera puede causar una confusión en el auditorio respecto a qué personaje se refiere la nota.

En la radio en general y en la deportiva la acción del hecho es el aspecto principal, por ende se coloca en el párrafo inicial de cada nota. Aunque una noticia puede comenzar también con la mención de un personaje, si llega a suceder en primera instancia se dice el cargo o profesión y después el nombre.

Una nota donde el hecho es lo más importante podría quedar así:

*Dejan un saldo de 20 heridos los enfrentamientos bandálicos entre los aficionados de los equipos de fútbol Guadalajara y América. Los hechos ocurrieron este domingo en las inmediaciones del Estadio Azteca a causa de la derrota de la escuadra tapatía.*

Una nota que comienza con la mención de una personalidad podría quedar de la siguiente manera:

*El presidente de la República, Vicente Fox Quesada, abanderó este miércoles en la Residencia Oficial de los Pinos a la delegación mexicana de deportistas que participarán en los Juegos Panamericanos, a celebrarse el próximo mes de julio en Panamá.*

La estructura de la nota en la radio deportiva sólo consta de tres partes, es decir, de una cabeza, desarrollo y cierre. Esta situación es similar a la organización de una noticia de información general, la cual regularmente se compone de cuatro aspectos (cabeza, entrada, desarrollo y cierre).

La radio deportiva estructura su nota informativa en tres partes porque esto le da mayor dinámica al momento de exponer un hecho. Además le permite establecer un tiempo preciso para no hacerla larga y monótona.

La cabeza es el primer aspecto de la noticia deportiva, se caracteriza por ser una especie de título del acontecimiento, por tal motivo debe llamar la atención del público. En la radio la cabeza contiene más datos informativos que la de un periódico y se basa en responder dos preguntas claves: ¿Qué sucedió? y ¿Quién o cómo? Asimismo, comienza regularmente con un verbo en forma presente y activa con el fin de resaltar la acción del hecho.

Un ejemplo podría quedar así: *Impone Ana Gabriela Guevara nuevo récord mundial en el Campeonato Mundial de Atletismo de París, Francia.*

La cabeza dentro de los noticiarios deportivos le sirve al conductor para presentar la nota y darle pie a la intervención del reportero. También se introduce en el *teaser* con el fin de dar a conocer qué información se va a tratar en el programa, incluso aquí es en donde se puede introducir una música de fondo o un efecto sonoro en segundo plano con el propósito de darle un contexto más preciso a la presentación de una nota y así aportarle un colorido.

La segunda parte de la estructura es el desarrollo, aquí se dan a conocer los pormenores y detalles del acontecimiento a través de la narración sonora, se aportan algunos datos adicionales o audios de los protagonistas que intervinieron en el suceso para reforzar la exposición de los hechos. Estos recursos auditivos son normalmente grabados desde el lugar de origen por un reportero, el cual tiene una fuente asignada.

El desarrollo de la noticia radiofónica deportiva está fraccionada en tres partes, principalmente si es dada a conocer por un reportero. Al iniciar a narrar los acontecimientos primero se hace una descripción breve del entorno y ambiente de los hechos, es decir, como una especie de introducción para contextualizar y aportarle un colorido sonoro a la información.

Posteriormente, se expone el cuerpo principal de la nota por medio de las seis preguntas básicas del periodismo: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Para qué?

El cuerpo de la nota, es leída por el reportero e incluso sin su participación, suele ir acompañado por un audio grabado o en vivo de los protagonistas para reforzar la información o constatar la fuente donde se origina.

En la segunda parte se dan otros datos adicionales que detallen con mayor precisión los acontecimientos y así aportarle más detalles al público para que esté bien informado.

La parte final de la estructura de la nota es el cierre, en donde se reitera lo novedoso de la información. Es preciso señalar que en la radio deportiva en ocasiones cuando el reportero termina de dar su reporte, el conductor interactúa con él para comentar varios puntos de los acontecimientos y con ello aportarle dinamismo al programa.

En la radio la nota informativa tiene una duración aproximada de un minuto y medio a dos. Un ejemplo que resalta las tres estructuras de la nota radiofónica deportiva, sin la intervención del reportero, podría quedar de la siguiente manera:

**Cabeza** = *Impone Ana Gabriela Guevara nuevo récord mundial en el Campeonato Mundial de Atletismo, de Francia.*

**Desarrollo** = *Bajo un clima helado y ante 100 mil espectadores que se dieron cita en el estadio Olímpico de Francia, impone Ana Gabriela Guevara nuevo récord internacional en la prueba de los 400 metros planos, esta mañana durante el Campeonato Mundial de Atletismo de París.*

*Al registrar un tiempo de 48 segundos con 30 centésimas y al adjudicarse la medalla de oro, obtiene su clasificación directa para asistir a los Juegos Olímpicos de Atenas, Grecia a celebrarse en el año 2004.*

*La atleta sonorense al término de la competencia comentó sentirse satisfecha porque este triunfo demuestra que el trabajo de toda la temporada rindió grandes resultados.*

*Mientras tanto aquí en la Ciudad de México alrededor de 50 aficionados acudieron al monumento al Ángel de la Independencia para celebrar el triunfo histórico de la velocista mexicana.*

**Cierre** – De esta manera Ana Gabriela Guevara rompe el récord mundial de los 400 metros planos en el Campeonato Mundial de Francia y con ello se consolida como la mejor atleta del planeta.

En la radio deportiva existen dos tipos de noticias, la nota de redacción o sin audio y la nota con audio. La primera se caracteriza por dar a conocer los acontecimientos con base en los cables informativos de las agencias tanto nacionales como internacionales.

En las redacciones de las estaciones contratan el sistema satelital de las agencias para recibir la información, posteriormente la redactan y la estructuran al estilo radiofónico con el fin de que el conductor la lea al aire.

La nota internacional es la más utilizada es este rubro porque las emisoras no cuentan con la suficiente infraestructura para tener corresponsales o enviados especiales que cubran un evento competitivo o cualquier situación relacionada con el ámbito deportivo.

También obtienen la información a través de las diferentes páginas deportivas de la Internet nacionales y mundiales. Incluso recurren a las grandes cadenas de televisión por cable como son: ESPN, Fox Sport, NBC y CBS. En el aspecto radiofónico se apoyan en los reportes enviados por la BBC de Londres, Inglaterra.

Se le denomina también sin audio porque en ocasiones el periodista radiofónico no logra obtener algún audio de los protagonistas que participaron en los hechos, entonces su reporte sólo lo realiza por medio de su relato y narración.

El segundo tipo de nota en la radio deportiva es la auditiva, la cual se caracteriza por informar de los sucesos acompañada con un audio de los protagonistas que intervinieron en los hechos. Este recurso es capturado por el reportero desde el mismo lugar en donde ocurrieron los acontecimientos y sirve para reforzar o imprimirle dinamismo y veracidad a la noticia.

El audio contiene el elemento esencial que respalde el qué y cómo de la noticia, por ello es breve, conciso y audible. Ya que sino cumple con estas características puede ser contraproducente hasta el grado de caer en una monotonía al momento de proporcionar la información.

La nota con audio incluso puede ser una noticia de redacción pero con sonido, es decir, tanto la información de los acontecimientos como las palabras de los protagonistas que intervienen en los hechos se obtienen de las agencias informativas y de los canales de televisión deportivos por cable. Después, se le aporta una estructura radiofónica para que el conductor la dé a conocer al auditorio.

Ejemplo de una nota con audio del reportero Luis Ocadiz de la estación Estadio 590 AM y transmitida el 17 de abril del 2003.

## **ANA GUEVARA SE CONGRATULA CON LA PARTICIPACIÓN DE CATH FREEMAN EN EL GRAN PRIX DE ATLETISMO DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

**REPORTERO:** Este jueves estuvimos desde muy temprano en el Centro Olímpico Mexicano para presenciar el entrenamiento de Ana Gabriela Guevara, la velocista sonorensis, quien se mostró muy complacida ante el hecho de que Cath Freeman, campeona olímpica en Sidney, va a asistir al Gran Prix de Atletismo de la Ciudad México, que se va a realizar en el Estadio Olímpico Universitario el próximo 3 de mayo.

La competencia arrancará en punto de las seis y media de la tarde con varios eventos previos y se cerrará con la competencia de los 300 metros, en donde estarán estas dos figuras del atletismo. Ana Gabriela Guevara muy contenta ante este hecho comentó lo siguiente al término de su práctica...

**ANA GABRIELA GUEVARA:** *Así es, le verdad es que ella entiende perfectamente en la posición que me encuentro actualmente en mi país y sabe que vale la pena venir a México. Y con ello regresarle un poquito de todo lo que pudimos lograr también con ella en Australia durante todas las competencias que se llevaron a cabo en el 2000...*

*Que bueno por el evento porque entre los objetivos era traer a figuras del atletismo y que bueno que viene Cath Freeman...*

**REPORTERO:** La velocista mexicana en este momento se encuentra en su etapa descendente de su curva de entrenamiento rumbo a los Juegos Olímpicos de Atenas 2004. Cabe recordar también que no interfiere dentro de su preparación la competencia de los 300 metros planos del Gran Prix de México, así lo señaló su entrenador Raúl Barreda.

Cabe señalar, que el sonido no necesariamente son las impresiones de los protagonistas para que sea auditiva si no que también la música, utilizada de fondo con el propósito de presentar la información, y el efecto de ambientación, empleado en segundo plano durante la narración de los hechos con el fin de darle colorido, son recursos sonoros que le dan a la noticia auditiva esa denominación.

Los tipos de notas en la radio deportiva nos señalan también que existen dos formas de obtener la información en este rubro. La primera es de manera directa con la presencia del reportero en el lugar de los hechos. La segunda es de forma indirecta, es decir, por medio de las agencias informativas y cadenas televisivas por cable.

De ahí que el periodista radiofónico en deportes deba conocer las fuentes donde se genera la información para realizar una labor más verídica y especializada

Las noticias deportivas en radio se generan principalmente de las competencias, atletas, clubes, federaciones, organismos privados y patrocinadores. Esta situación es predominante porque el deporte a través de los años al pasar de lúdico a agonístico se volvió un espectáculo, por tal motivo los medios de comunicación se enfocaron a dicho rubro debido a que tiene mayor interés entre la gente y deja más ganancias económicas.

Pero ante la saturación de este estilo de información relacionada con el deporte espectáculo y las consecuencias que produce una vida urbana, es decir, vivir de prisa, tener una mala alimentación y la falta de ejercicio; surge la necesidad de poner énfasis en los contenidos de orientación del deporte, los cuales se generan de organismos públicos e internacionales como: CONADE, Secretaría de Salud, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Seguridad Pública, Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, UNESCO, Organización Mundial de la Salud y Comité Olímpico Internacional.

Ejemplo de una nota deportiva con información de orientación de la estación Formato 21, 760 AM, transmitida el 7 de abril del 2002.

### **30 MINUTOS DE EJERCICIO DIARIO PREVIENEN ENFERMEDADES Y DISCAPACIDADES**

**CONDUCTORA:** Con ocasión de la celebración anual del Día Mundial de la Salud, este 7 de abril, la Organización Mundial de la Salud ha declarado que el tema correspondiente a este 2002 se denomine "Por tu salud, muévete" ya que aproximadamente 2 millones de muertes anuales se atribuyen a la inactividad física.

Pues el estilo de vida sedentario de la mayor parte de la población de los países desarrollados o en desarrollo ha convertido este problema de salud pública en uno de los más graves de nuestra época, al cual no se le presta la atención debida.

Por ello la OMS recomienda 30 minutos de actividad física moderada todos los días, ya que contribuyen a prevenir enfermedades cardiovasculares, la diabetes y la obesidad...

Un periodista para complementar una nota con un estilo de orientación en el deporte recurre a las fuentes documentales, como bibliotecas, hemerotecas, libros y revistas especializadas en la actividad física. Incluso con otras ciencias relacionadas con el deporte, entre ellas se encuentran la medicina, psicología, sociología, pedagogía y nutrición.

Así que en términos generales, las fuentes en donde se genera una nota deportiva en radio son de índole competitivo, entorno al espectáculo y la parte comercial, y educativo, relacionado con los beneficios que produce la actividad física entre la gente.

### **3.2. LA ENTREVISTA**

La entrevista en el periodismo radiofónico es uno de los géneros más utilizados y adaptables a los espacios noticiosos, porque permite conocer las causas y consecuencias de los acontecimientos en voz de los protagonistas que intervinieron, es decir, tienen un sentido de profundidad. Incluso adquiere un carácter biográfico, pues da a conocer la vida de los personajes que han forjado una historia de interés público.

Se le considera un género adaptable a las ondas hertzianas porque deriva de una exposición oral y dialogada, característica principal en los programas noticiosos para emitir una información.

Pero en sí ¿qué es la entrevista sonora? De acuerdo con Mariano Cebrián Herreros "La entrevista audiovisual es un diálogo entre periodista y entrevistado con objeto de obtener una información o una definición de la personalidad de éste?".<sup>95</sup>

Esta definición puntualiza dos aspectos, obtener información de los hechos y de los datos biográficos de una personalidad a través de un diálogo, el cual se basa en la utilización por parte del reportero de las seis preguntas básicas del periodismo (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué) con el fin de dejar hablar al entrevistado y así hacer fluir la información.

En la radio deportiva la entrevista tiene el objetivo, al igual que la radiodifusión general, en obtener información principalmente de los eventos competitivos y de la vida profesional de un atleta, pero hay que recordar que la actividad física también genera notas de información con un sentido de orientación que no están relacionadas con el espectáculo.

Tal situación permite a la radio deportiva tener cuatro tipos de entrevistas como es: la entrevista informativa, la entrevista de declaraciones, la entrevista biográfica y la entrevista profunda.

### **Entrevista Informativa**

*La entrevista informativa* es aquella en la cual se explica y amplía en voz de los protagonistas de los hechos y especialistas, una noticia con el fin de aportar datos más precisos al público. Se caracteriza por ser de breve duración, aproximadamente entre uno y tres minutos.

---

<sup>95</sup> Cebrián Herreros, Mariano, *op. cit.*, p. 249.

Esta entrevista es también utilizada como complemento de una noticia, es decir, se intercala con la participación del reportero con el fin de darle mayor contexto a la información, aunque para aportarle una dinámica suele introducirse sólo las respuestas del entrevistado.

Ejemplo de una entrevista informativa intercalada con la intervención del reportero Oscar Clériga de la estación Estadio 590 AM, transmitida el 21 de abril del 2003.

**REPORTERO:** Arturo Elías Ayud, el presidente del Patronato Universitario, dio a conocer este domingo al término del partido contra el equipo de San Luis en el Estadio Olímpico Universitario, el nombre del refuerzo de los Pumas para la segunda fase de la Copa Libertadores de América. Su nombre es Carlos Galván, quien proviene del balompié peruano y es de origen argentino.

**ARTURO ELÍAS AYUD:** *Carlos Galván es un jugador que pertenece a la selección de fútbol de Argentina, por ello esperamos que haga un gran papel...*

*Es un hombre alto, corpulento, es un buen defensa central y esperamos que nos funcione en el esquema táctico que maneja el cuerpo técnico del equipo...*

**REPORTERO:** Asimismo, Elías Ayud señaló que el refuerzo de los Pumas cumple con las perspectivas futbolísticas que requiere el técnico de la escuadra universitaria, Hugo Sánchez...

**ARTURO ELÍAS AYUD:** *De acuerdo con los requerimientos del técnico, este jugador tiene experiencia, tiene madurez, tiene liderazgo y la fuerza que nos puede ayudar a enfrentar la segunda fase de la Copa Libertadores de América.*

**REPORTERO:** La directiva universitaria espera que el jugador sudamericano esté en México el próximo fin de semana para que se integre inmediatamente a los entrenamientos de la escuadra felina con miras a enfrentar la fase de los cuartos de final de la Copa Libertadores.

Incluso la entrevista informativa es empleada al finalizar la nota del reportero para darle mayor veracidad y aclarar algunos puntos que hayan quedado imprecisos en la intervención de un periodista. Esta se lleva a cabo comúnmente por vía telefónica debido a su duración, que va de entre tres a cinco minutos y ser por aclaratoria.

El contenido que maneja este tipo de entrevista es formativo, pero al introducirse en la parte deportiva relacionada con el espectáculo suele tratar sólo temas enfocados con las competencias y los deportistas.

Cuando se utiliza en la parte deportiva con un enfoque formativo, la entrevista informativa que se transmite al finalizar la intervención de un reportero le aporta un mensaje benéfico para la salud del radioescucha.

**Ejemplo de una entrevista informativa después de la presentación de una nota.**  
Noticiero Monitor, Radio Red 1110 AM, conductor Enrique Muñoz, transmisión 12 de mayo del 2003.

**CONDUCTOR:** El doctor Eduardo Arontes Mondragón, es el Jefe del Programa de Áreas y Normas de Cultura Física del Seguro Social, nos informará sobre el cuarto lugar que tiene México a nivel mundial en materia de obesidad.

Doctor, muy buenas tardes. ¿Tenemos muchos obesos en el país?

**EDUARDO ARONTES MONDRAGÓN (DOCTOR):** *Buenas tardes. Sí y estamos ante un gran reto porque estamos entre los primeros lugares de obesidad a nivel mundial, lo cual es preocupante porque ni en el aspecto deportivo tenemos buenos lugares como en este caso que es un factor de riesgo tan dañino para nuestra población.*

*Es un reto para todos los que estamos en el ámbito físico y en los otros ámbitos de la medicina, el tener que brindarles alternativas para poder disminuir la obesidad que tanto nos afecta, y como decía uno de mis maestros de la Facultad de Medicina, que la obesidad es la madre de todas las enfermedades. Y efectivamente la obesidad acompaña a muchos padecimientos crónicos degenerativos.*

*La gente se ha visto muy sedentaria en los últimos años a través del gran avance de la ciencia y la tecnología. Esto ha ocasionado un gran auge del sedentarismo, la gente ya no se mueve, la gente ya no realiza actividad física y de ahí se han disparado mucho las enfermedades crónicas degenerativas.*

*Entonces uno de los grandes retos es que la población se active físicamente, que camine, que haga ejercicio, que corra, en fin darle muchas alternativas para que se pueda activar físicamente.*

**CONDUCTOR:** ¿Doctor qué oportunidades tienen para todas estas personas, porque en México hay pocos deportivos, profesores de educación física? ¿Qué se puede hacer para revertir este problema de los obesos en México?

**DOCTOR:** *Es un problema muy serio desde el punto de vista de la salud pública y por la economía de la salud, pues hay que hacer una revolución social donde confluayan todos los profesionales de la educación física, de la medicina, los medios de comunicación juegan un papel importante para que todos los sectores de las estaciones públicas y privadas se conformen en una gran cruzada nacional para que la gente pueda activarse físicamente en su trabajo, a través de una pausa para su salud, en su empresa; que pudieran hacer ejercicio los que tuvieran oportunidad de tener un club a su alcance.*

*Y sino tuvieran hacerles un programa a distancia, de tal forma que la actividad la pudieran hacer en su casa, en el parque, en las calles y así activarse. Esto no es tan complejo, pues parte de una educación que tenemos que llevar a cabo, generar una cultura por la actividad física.*

*De tal manera que esto nos conlleve a correr un rato por las tardes o cualquier hora del día, en fin buscar el espacio, porque la voluntad juega un papel muy importante. Con programas personalizados o de tipo masivo que lleguen a todos los lugares como los parques, y sino se tuviera al alcance un deportivo o a los profesionales, se pudiese llevar su pausa para la salud, sus actividades físicas dentro de su hogar; activarse y correr.*

*Se pueden hacer muchas cosas en contra de la obesidad para disminuirla, pero si necesitamos una revolución que nos permita confluír todos los que estamos en este ámbito social y físico para obtener buenos resultados y menos personas gordas, el cual es un reto para todas la sociedad y todas las instituciones.*

**CONDUCTOR:** Le agradezco que nos informe y hacer ejercicio todo el mundo.

**DOCTOR:** *Así es, necesitamos activarnos físicamente y romper con el sedentarismo para que la población mexicana sea una sociedad de éxito. Gracias por el espacio.*

La entrevista informativa de acuerdo a sus características regularmente se introduce en los programas noticiosos y en los misceláneos, tanto generales como educativos, por ser emisiones de una duración amplia y de contenidos y secciones diferentes.

### **Entrevista de Declaraciones**

La *entrevista de declaraciones* se caracteriza por obtener las opiniones acerca de los acontecimientos relacionados con los resultados y el desempeño de un deportista durante las competencias.

Incluso son palabras que dan respuesta a preguntas sin ningún sentido formativo o que aporten información trascendental en el ámbito de la actividad física. Este diálogo se lleva a cabo en los vestidores, pasillos o salas de prensa de un inmueble que albergue un evento deportivo y al finalizar la competencia.

Al respecto Mariano Cebrián Herreros señala lo siguiente: "Hay situaciones- finales de competencias deportivas- en las que se preguntan obviedades, en las que es imposible obtener una información de interés, porque lo esencial de la información suele estar dicho ya con imágenes precedentes. Son las preguntas que se hacen al deportista de turno, después de haber ganado, sobre su estado de satisfacción, su alegría y demás elementos que acaban de escucharse".<sup>96</sup>

De ahí que las entrevistas de declaraciones cuando muestran opiniones de este tipo se les considere como un recurso periodístico que no aporta información de interés y por ende tampoco afectan a una nota cuando no se introducen para acompañarla durante un noticiario. Así lo puntualiza Arturo Merayo Pérez "Las entrevistas de declaraciones en su modalidad de opinión, no tienen la urgencia ni son tan imprescindibles para la emisión, debe ser mucho más breves que las entrevistas en profundidad, y, aunque sean imprecisas las respuestas, suelen estar compensadas por la espontaneidad y la intensidad emocional que conllevan".<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Cebrián Herreros, Mariano, op. cit., p. 252.

<sup>97</sup> Merayo Pérez, Arturo, op. cit., p. 212.

En este argumento de Merayo Pérez se refuerza la idea de que las entrevistas de declaraciones no aportan información formativa, por ello no afectan a una emisión sino se introducen durante un noticiario. Asimismo, destaca tres aspectos la brevedad, la espontaneidad y lo emocional, los cuales remiten a describir las características de la entrevista de declaraciones en el ámbito deportivo.

Las entrevistas de declaraciones son introducidas para acompañar una nota relacionada con el resultado de una competencia o un partido de fútbol, con el fin de darle colorido a la información y contextualizar la narración de los hechos, por ende es más breve aproximadamente de entre un minuto y medio minuto.

Además sólo se pasa el sonido de las respuestas, también suelen transmitirse al finalizar la nota para que el deportista a través de la vía telefónica amplíe su opinión y sea más preciso en sus declaraciones.

Este tipo de entrevistas se hacen presentes, principalmente en los noticiarios, transmisiones a control remoto y revistas tanto general como de información de orientación. En las transmisiones en directo es donde se hace más notorio el género de la entrevista de declaración, porque al existir reporteros de cancha facilita la espontaneidad del diálogo y capta las emociones e impresiones del atleta al término de la competencia.

**Ejemplo de una entrevista de declaraciones al término de un partido de fútbol. Estación Estadio 590 AM, 21 de abril del 2003.**

**Reportero:** Un gran resultado lograron este domingo ante más de 50 mil aficionados en el estadio Cuauhtémoc, los camoteros de la franja de Puebla al derrotar tres goles a dos al equipo Jaguares, de Chiapas. Con ello obtienen tres puntos más que lo alejan momentáneamente de los últimos lugares de la tabla de porcentaje por el descenso a la Primera División A. Adrián Sánchez,

defensa central de la escuadra poblana, sabe que a base del trabajo el equipo puede salvarse del descenso...

**Adrián Sánchez (Jugador):** El equipo mostró mucho carácter y humildad durante los 90 minutos del partido que nos ayudó a ganar este partido contra los Jaguares, el cual nos ayuda mucho para evitar los últimos lugares de la tabla porcentual, pues ellos también tienen la misma problemática...

Las entrevistas de declaraciones tienen también presencia en los contenidos de orientación del deporte, ya que las opiniones de un especialista y funcionario son introducidas de igual manera durante la exposición de una nota o al término de ésta por medio de la vía telefónica. Aunque aquí el contenido de los comentarios generalmente son formativos, porque refuerzan la versión de los acontecimientos y dan una visión más amplia a los radioescuchas.

Ejemplo de una entrevista de declaraciones con un enfoque formativo.

**CONDUCTOR:** Demuestra la británica Paula Radcliffe que no falta mucho para que las mujeres corran un maratón a la velocidad de los hombres, gracias al registro de 2 horas, 15 minutos y 25 segundos que la atleta estableció este domingo en el Maratón de Londres, Inglaterra.

De acuerdo con la teoría, basada en el metabolismo de las grasas en el organismo femenino, del médico inglés Van Aaken, las mujeres correrán, un día no muy lejano, más rápido que los hombres.

**VAN AAKEN (DOCTOR):** *Esta teoría se basa en el metabolismo de las grasas y en el mayor volumen de tejido adiposo que poseen las mujeres, esto significa, que el metabolismo de los lípidos puede ser una fuente de energía de gran valor en los momentos finales de un esfuerzo físico de más de dos horas de duración, como ocurre en el maratón...*

**CONDUCTOR:** Apenas en su tercer maratón, esta corredora de 29 años estableció el récord mundial femenino del maratón a menos de 10 minutos del récord varonil que pertenece al estadounidense Khalid Khannouchi, con 2 horas, 5 minutos y 28 segundos.

### **Entrevista biográfica**

La *entrevista biográfica* es aquella que permite conocer la vida profesional de un atleta, entrenador y directivo. Asimismo, puede abordar aspectos más personales del deportista como sus

gustos, inquietudes, efectos y forma de pensar. De ahí que este tipo de diálogo sea uno de los de mayor aceptación por el público, porque le da la oportunidad de acercarse a sus figuras como señala Antonio Alcoba López "En el deporte la entrevista es un argumento más de la información, con un especial atractivo para clientes y receptores al proporcionarles la oportunidad de conocer la forma de pensar y expresarse de personajes del deporte".<sup>98</sup>

El mostrarle auditivamente al público la personalidad y forma de pensar de su atleta favorito a través de la entrevista biográfica, le permite darse cuenta que también son seres humanos con defectos y cualidades. Y saber que para llegar a ser un gran deportista se necesita de entrenamiento diario, esfuerzo, voluntad e inteligencia. Incluso sirve de estimulación entre los niños que practican una actividad física porque es un ejemplo a seguir para ellos y así tener la ilusión de ser mejores.

La entrevista biográfica se realiza con la presencia del deportista directamente desde cabina, pues su duración es a aproximadamente de entre 5 a 10 minutos, de ahí que sea un riesgo hacer un diálogo de tanto tiempo a través de la vía telefónica porque en cualquier instante puede cortarse la comunicación o interrumpirse por la ineficiencia del sonido que produce el aparato telefónico.

Este tipo de entrevista es utilizada en los programas deportivos de noticias y revistas en general porque permite tratar con suficiente tiempo lo relacionado a la carrera profesional y la personalidad deportiva del entrevistado. Las preguntas por parte del conductor o periodista son con una intención que permitan describir los rasgos biográficos y psicológicos por medio de la palabra.

---

<sup>98</sup> Alcoba López, Antonio. Cómo hacer periodismo deportivo. Madrid, 1993, p. 143.

La estructura de la entrevista biográfica se compone de tres aspectos, la primera comienza con la presentación del entrevistado, es decir, se da una breve explicación de su profesión y logros recientes en el ámbito deportivo.

Posteriormente, se da el desarrollo del diálogo con preguntas planteadas de una forma cronológica cuando sólo está enfocada a la vida profesional, pero si la intención es conocer el aspecto psicológico del invitado o algunos rasgos más relacionados con su personalidad y hábitos se inicia con lo que sea de mayor interés. Es preciso señalar que el entrevistador debe poner atención más en el tema y así permitirle al público obtener datos que le ayuden a tener un conocimiento de su atleta favorito.

### **Entrevista profunda**

La *entrevista profunda* en la radio deportiva es aquella que aborda un tema con mayor detalle por medio de un especialista o experto en la materia. Este personaje explica y da su versión acerca de los acontecimientos con el propósito de ampliar la información que se haya obtenido en una nota.

En el diálogo profundo entre el entrevistador y el entrevistado lo fundamental es el tema a tratar, por lo que la información es de índole formativa. De ahí que este tipo de entrevista sea característico en los programas que abordan contenidos de orientación relacionados con el deporte.

Al generar información formativa y al tener una duración aproximada entre 10 y 15 minutos, la entrevista profunda suele manejarse en las emisiones misceláneas con un sentido de orientación. Se caracteriza por llevarse a cabo en un estudio radiofónico y por contar tanto con especialistas de la actividad física como de otras ciencias relacionadas con el deporte.

Asimismo, en este diálogo el entrevistado explica el cómo, cuándo, dónde, cómo, para qué y por qué, realizar actividad deportiva, así como los beneficios en la salud de las personas y radioescuchas.

Aunque las entrevistas profundas también son utilizadas en el deporte- espectáculo, principalmente para ampliar un comentario o una polémica sobre un tema relacionado con el resultado de las competencias, el desempeño de un atleta o temas extradeportivos.

Este tipo de diálogo se maneja en los programas de noticias y en las revistas en general porque tienen un interés singular entre los radioescuchas. Se llevan a cabo también desde cabina y tienen una duración de entre 5 y 10 minutos.

La estructura de la entrevista profunda comienza por dar una contextualización del tema a tratar y con la presentación del especialista. Después se entra al desarrollo, en donde el entrevistado deja fluir la información con preguntas específicas. Finalmente, se da una pequeña reiteración de lo esencial del diálogo o una conclusión concreta.

En los cuatro tipos de entrevista de la radio deportiva, informativa, declaraciones, biográfica y profunda; pero principalmente en las dos últimas, el periodista deportivo debe estar documentado acerca del tema a abordar o del atleta, realizar preguntas claras, cortas y concretas, dejar hablar al entrevistado y poner atención a las respuestas con el fin de obtener mayor información de la prevista.

### 3. 3. CRÓNICA

La crónica es uno de los géneros periodísticos que ha utilizado la radio deportiva desde sus inicios, ya que las primeras emisiones de la actividad física fueron las transmisiones a control remoto de las competencias o partidos de fútbol.

En las transmisiones a control remoto se narraban de forma continúa por medio de un locutor todas las acciones que se generaban durante la competencia, posteriormente este personaje se le nombró cronista deportivo. Pero en aspectos informativos ¿qué es la crónica?

De acuerdo con Vicente Leñero y Carlos Marín "La crónica es el relato pormenorizado, secuencial y oportuno de los acontecimientos de interés público. Se ocupa fundamentalmente de narrar cómo sucedió un determinado hecho, recrea la atmósfera en que se producen los sucesos públicos".<sup>99</sup>

Para efectos radiofónicos la crónica es la narración continúa de los acontecimientos por medio de los cuatro elementos del lenguaje radiofónico, principalmente la voz, y en donde la descripción de los hechos por parte del periodista es fundamental.

La definición de Leñero y Marín resalta dos aspectos que le dan forma a los géneros periodísticos referenciales y expositivos, es decir, se expone y se da la opinión de los acontecimientos por parte del reportero.

---

<sup>99</sup> Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de periodismo. México, 1986, p. 155.

Por lo que a la crónica se le puede denominar un género híbrido como señala Mariano Cebrián Herreros "La crónica es un género híbrido situado entre los de exposición o relato y los de expresión personal. La crónica da información y además aporta la visión personal del autor".<sup>100</sup>

La crónica en la radio deportiva es aquella narración de las competencias y de los acontecimientos relacionados con la parte del espectáculo y educativa del deporte; por medio de los cuatro elementos del lenguaje radiofónico, principalmente la voz, y la visión personal del periodista.

A partir de esta definición se establecen dos tipos de crónicas utilizadas en la radio deportiva: la crónica de competencias o de las transmisiones a control remoto y la crónica informativa.

#### **Crónica de las transmisiones a control remoto**

La *crónica de las transmisiones a control remoto* es aquella que narra de forma continúa las acciones de una competencia o partido de fútbol. Así como el entorno que se genera en el inmueble en donde se llevan a cabo los hechos. Es decir, describe el ambiente del público, el clima, las reacciones de los jugadores y entrenadores antes, durante y después del evento deportivo.

El objetivo de la crónica deportiva es transportar cognitivamente al público a un punto específico del estadio a través de la voz y de los efectos sonoros naturales, la música y el silencio, es decir, que el narrador sea los ojos de los radioescuchas en el estadio literalmente.

---

<sup>100</sup> Cebrián Herreros, Mariano, *op. cit.*, p. 94.

Para tal efecto es necesario tener primero conocimientos de periodismo en radio, ser un conductor y especialista en la actividad física a transmitir, así lo argumenta Romeo Figueroa Bermúdez “Se necesita que el cronista conozca acerca de lo que está hablando. Que sienta su trabajo, que lo disfrute, que la viva. De esa manera puede transmitir esas emociones a las personas que lo escuchan. El cronista debe sentirlo primero...”,<sup>101</sup>

Para describir con detalle cada acción de la competencia y hacerle sentir el ambiente del inmueble al radioescucha, el cronista se apoya con reporteros de cancha, comentaristas y locutores durante la transmisión. De esa manera no se utiliza una sola voz.

La estructura de esta crónica se compone de tres partes, la primera comienza con la descripción del entorno y ambiente que hay antes de iniciarse la competencia. Después, se lleva a cabo la narración de las acciones dentro de la cancha o terreno de juego. Por último, se dan comentarios de los hechos y algunas descripciones finales del evento deportivo.

La duración de la crónica de transmisión oscila entre una y hasta tres horas, dependiendo a que deporte se refiera la competencia.

### **Crónica informativa**

El otro tipo de *crónica es la informativa*, la cual se caracteriza por dar a conocer de forma narrativa y descriptiva los hechos de una competencia. Así como los actos públicos o privados relacionados con los contenidos de orientación del deporte.

---

<sup>101</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo, *¡Qué onda con la radio!* México, 1996, p. 260.

Esta crónica se realiza a través de un corresponsal, enviado especial o reportero de la fuente, quien de forma cronológica y por medio de su visión personal da a conocer los hechos. Para ello describe, valora y utiliza inserts de audios tanto de los protagonistas de los acontecimientos como del entorno con el fin de darle mayor colorido y dinamismo.

La duración de la crónica informativa es aproximadamente de dos a tres minutos, y se introduce en las emisiones de los noticieros y en los programas misceláneos. También se escucha al término de la competencia o del acto deportivo.

Ejemplo de una crónica informativa de la reportera María Hernández del programa *Comentando el Fútbol*, de la estación ABC Radio 760 AM y transmitida el 20 de abril de 2003.

**REPORTERA:** Los saludamos desde el Estadio de la Universidad Tecnológica de Neza, casa de los Potros de Hierro del Atlante, que en esta jornada número 15 recibió la visita de los Rayos del Necaxa.

Una tarde muy soleada, agradable para jugar el fútbol, con una excelente entrada y un partido muy calentito, sobre todo por las declaraciones realizadas por Miguel Herrera, director técnico de los Potros, en el transcurso de la semana.

Un encuentro muy cerrado, pues se observó que ambos técnicos estudiaron a su rival. Los Rayos consolidados como un equipo que se le complica a cualquiera y esta tarde no fue la excepción y los Potros, aunque desde el inicio del partido tuvieron oportunidades de anotar en los botines de "Chamagol", de Fabián Estay y del colombiano Luis Gabriel Rey, no lo lograban.

Hasta el minuto 19 cuando en una jugada de tiro de esquina cobrado por Fabián Estay en corto con Eduardo Rergis, éste centra, Nicolás Navarro se queda parado y Sebastián "Chamagol" González remata para conseguir el uno por cero a favor de los locales.

El Necaxa que dominaba por lapsos el partido no lograba concretar y en el minuto 25 Luis Rey que hace un excelente túnel, es faulado por Diego Martínez, en un claro empujón por la espalda, el árbitro Eduardo Gazo no duda y marca la pena máxima que cobra "Chamagol". Un tiro muy telegrafiado al que sólo Nicolás Navarro se tuvo que tender hacia su derecha y así alejar el peligro de su portería.

Un partido con gran dinámica y con mayor dominio por parte de los Potros sobre todo después de los 20 minutos y al minuto 40 ese dominio se ve clarificado, pues Fabián Estay cobra un tiro de esquina con un servicio muy cerrado, en donde Edgar Solano alcanza a tocar el balón para la llegada de Luis Gabriel Rey, que de certero cabezazo anota el dos por cero a favor del Atlante.

Sólo pasaron cuatro minutos para que viniera la respuesta de los Rayos, el "Chícharo" González comete una falta en los linderos del área penal. Cobra Braulio Luna, el balón pasa por arriba de la barrera, incrusta en el arco al lado izquierdo de Federico Avilán, que se tiende tarde. Necaxa consigue de esta manera el primer gol para su causa. Así con el dos por uno a favor del Atlante se fueron al descanso.

Para la segunda parte Fabián Peña deja su lugar a Rodolfo Espinosa, por parte del Necaxa. El Atlante salió con el mismo cuadro. En el segundo tiempo el encuentro se tornó más rápido y con muchas reclamaciones al árbitro por ambos equipos, aunque considero que el arbitraje del señor Eduardo Gazo fue impecable.

Al minuto 51 Irvin Rubirosa comete una falta sobre Alex Aguinaga y el árbitro lo amonesta pero como acumuló la segunda tarjeta amarilla recibe también la roja y deja a su equipo con diez hombres.

Miguel Herrera acomoda sus líneas, saca a Sebastián González "Chamagol", quien sale muy molesto por el cambio, e ingresa a Santiago Baños, si con once jugadores se le complicaba al Atlante llegar al arco contrario ahora con menos hombres les costaba más trabajo.

Por su parte, Raúl Arias, director técnico del Necaxa, empieza a mover también sus piezas, saca a José María Higadera e ingresa a Roberto Alvés "Zague" con quien trata de obtener un mayor poder ofensivo, sobre todo ahora que el Atlante se echó hacia atrás y sólo mantenían en la punta al colombiano Luis Gabriel Rey que en varias ocasiones recibió un buen balón, pero no había nadie quien lo acompañara y con ello el Atlante no generaba jugadas de peligro.

Esta estrategia y con un gran esfuerzo de la media cancha le funciona al Atlante, que a través de Fabián Estay, quien al minuto 24 conduce un balón por el centro, con gran habilidad burla a varios necaxistas y cede a Luis Gabriel Rey, que gambetea en el área y de potente disparo anota el tres por uno a favor de los Potros.

Todavía faltaría una emoción más para los seguidores del Atlante, los cuales no dejaban de apoyar a su equipo y viendo que en el terreno de juego sólo existía un equipo a pesar de los diez hombres que tenían los Potros. La última anotación ocurrió en el tiempo de compensación, aproximadamente en el minuto 92, pues el árbitro agregó tres minutos más.

Esta llegó cuando Santiago Baños es fauleado por Diego Martínez en el área penal, el árbitro no duda en marcar la pena máxima, que cobra Fabián Estay y así consigue el cuatro por uno para el Atlante. De esta manera se cierra la jornada número 15 en el Estadio Neza 86.

Al término del partido se recogieron las impresiones de Fabián Estay, capitán de los Potros de Hierro del Atlante.

**FABIÁN ESTAY (JUGADOR):** *El Necaxa siempre tiene muy buenos jugadores, pero esta tarde merecimos ganar desde el primer minuto y estamos ratificando todo lo que hemos hecho durante la temporada y lo más importante es que ahora en estas últimas cuatro jornadas que quedan tenemos que seguir jugando igual para entrar a la liguilla directamente y ser un equipo incomodo para cualquiera...*

**REPORTERA:** Estas fueron las palabras de Fabián Estay al finalizar el partido. Y la verdad fue un buen partido que se disfrutó aquí en el Estadio Neza 86, sobre todo por la asistencia

del público que en todo momento apoyó al Atlante, que a final les dio una satisfacción al vencer a los Rayos del Necaxa por un marcador de cuatro goles a uno.

Si la competencia o el acto deportivo se desarrolla durante el tiempo de transmisión del noticiario o del programa se realiza un enlace desde el lugar de los acontecimientos con el fin de informar y describir hasta qué punto y cómo se han suscitado los hechos y qué acontecerá.

A esta situación Mariano Cobrián Herreros la denomina crónica de alcance "Este tipo de crónica se emplea para ampliar los datos, para recoger los primeros análisis de las causas, previsible consecuencias de los hechos y el enriquecimiento de los detalles informativos... Es con ella con las que las emisoras de radio y televisión cumplen con el papel de servir la primicia informativa".<sup>102</sup>

Con la crónica de alcance se resaltan las características de la radio, es decir, su rapidez, instantaneidad e inmediatez. Asimismo, denota que aunque no pueda transmitir de forma directa la competencia, se tiene al reportero para cubrir la competencia deportiva de forma simultánea.

Ejemplo de una crónica de enlace por parte del reportero Casiro Ahuyama, de la estación Estadio 590 AM y transmitida el 20 de abril del 2003.

**REPORTERO:** Les reportamos que de último minuto el equipo de San Luis iguala a dos goles con la escuadra de los Pumas, en el Estadio Olímpico Universitario. La anotación fue a cargo del jugador con el número 11 en los dorsales, Francisco Salcedo, en el minuto 90. Después de un desborde por la banda izquierda de Marcelo de Faria, que mandó un servicio en diagonal retrasado para que Salcedo sólo llegara y empujara el balón hacia a las redes, sin que el portero de la escuadra felina, Sergio Bernal, tuviera oportunidad de evitarlo.

En estos momentos el partido se encuentra en tiempo de reposición y todo parece indicar que los Pumas dejarán escapar de nueva cuenta los tres puntos en los últimos minutos y con ello la posibilidad de calificar a la liguilla por el título del fútbol mexicano, al empatar a dos goles con el

---

<sup>102</sup> Cobrián Herreros, Mariano, *op. cit.*, p. 100.

equipo de San Luis, en el Estadio de Ciudad Universitaria. Hasta aquí este reporte y más adelante nos comunicaremos para dar a conocer las impresiones finales del encuentro.

La estructura de la crónica informativa no tiene un esquema específico pero se caracteriza por describir primero el entorno que rodea al acontecimiento. Posteriormente, se da a conocer el hecho a resaltar y después de forma cronológica se dicen las acciones. Por último, el narrador periodista da una valoración final de los sucesos o el conductor emite un comentario.

### 3. 4. REPORTAJE

El reportaje es el género híbrido del periodismo porque utiliza la nota, la entrevista, el comentario y la crónica con el fin de profundizar un acontecimiento y así conocer sus causas, desarrollo y posibles consecuencias.

Por tal motivo, la radio lo emplea para informar con mayor precisión al auditorio, pero en términos de las ondas hertzianas qué es el reportaje, según Mario Alberto Pérez "Un reportaje es una nota de investigación hecha a fondo donde se presentan datos significativos, trascendentes. Es el seguimiento de una nota. Es además, el género mayor del periodismo, es el más completo porque abarca la nota informativa, la entrevista, la crónica y el comentario".<sup>103</sup>

Esta definición establece que el reportaje radiofónico es la explicación, descripción, narración y valoración sonora de un hecho a profundidad por medio de los géneros periodísticos, los cuales están conjuntados para darle una lógica a la información.

---

<sup>103</sup> Pérez Hernández, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas. Manual del productor*, México, 1998, p. 165.

El autor Mario Alberto Pérez establece dos tipos de reportajes en radio, el de noticias y el de semblanza. Esta clasificación permite adaptarlo a la radio deportiva porque regularmente en esta área se realizan reportajes relacionados a partir de una nota de interés y de la vida y personalidad profesional de un atleta. Sólo para hacerlo más completo se agregan dos tipos más de reportajes, el profundo y el de orientación.

En términos generales se puede decir que en la radio deportiva existen cuatro tipos de reportajes: noticioso, semblanza, profundo y de orientación.

### **Reportaje noticioso**

El *reportaje noticioso* es aquel que se basa en una nota de actualidad relacionada con las competencias, desempeño de un deportista y manejo administrativo de un club, federación, organismo público o privado.

Se caracteriza por indagar las razones, explicar y predecir las posibles consecuencias de un acontecimiento deportivo por medio de las seis preguntas básicas del periodismo y a través de la narración, descripción y valoración sonora de los hechos. Para ello se apoya en entrevistas, comentarios y crónicas con el fin de darle colorido y dinámica.

La duración de los reportajes noticiosos oscila aproximadamente entre los tres o cuatro minutos y suelen introducirse en los noticiarios y en los programas misceláneos generales. Asimismo, en algunos ocasiones emplea música de fondo, puentes y ráfagas musicales, y efectos sonoros con el propósito de darle contexto, ambientación y colorido; de esta manera le permite a los hechos que sean lo sobresaliente del reportaje.

El reportaje noticioso al igual que los otros tres tipos se transmite de forma diferida, por ende para su elaboración se basa en las tres etapas del proceso de producción de la radio. Es decir, en primera instancia utiliza la investigación y la documentación. Posteriormente, la realización o la forma de estructurarlo. Y finalmente se edita con el propósito de ajustarlo al tiempo requerido por el programa en donde se introduce.

Algunos ejemplos de notas deportivas en las cuales se basa el reportaje noticioso son las siguientes: el campeonato del fútbol mexicano ganado por el Club América en el 2002, después de 14 años de no obtenerlo. La organización del primer Gran Prix de Atletismo de la Ciudad de México.

Otro ejemplo de un *reportaje noticioso* es el campeonato de la Primera A de fútbol obtenido por el equipo de Irapuato. Este trabajo fue realizado por el reportero David Faitelson, el 22 de junio del 2003 y transmitido por la estación Track 1320 AM, de la Sociedad Deportiva.

**OP: EFECTO DE CANTOS DE AFICIONADOS. SE MANTIENE Y BAJA DE FONDO.**

**LOCUTOR (EXPECTANTE):** No hubo sangre en Irapuato, hubo una tormenta de mermelada. Dulce, fresca, húmeda y gloriosa... (SUBE FONDO DE EFECTOS, SE MANTIENE Y DESAPARECE).

**OP: MÚSICA. ENTRA EN P.P ACORDEÓN. ESTILO NORTEÑO. SE MANTIENE Y DESAPARECE.**

**INSERT DE ENTREVISTA DE UN FUNCIONARIO DE LA DIVISIÓN DE LA PRIMERA A.**

**AUDIO:** *Estamos haciendo todas las operaciones necesarias los directivos del club Irapuato y la Primera A para que haya seguridad.*

**OP: EFECTO. ENTRA EN P.P AMBIENTE DE ESTADIO SE MANTIENE Y BAJA DE FONDO.**

**LOCUTOR:** Con la ciudad sitiada por el miedo, con un policía en cada calle, en cada esquina y en cada rincón. Y el estadio Sergio León Chávez de Irapuato está pintado de escarlata, tomado por los verdaderos dueños del espectáculo y nunca respondiendo a las provocaciones del rival...

Hoy sólo se sirven fresas con cremas, los altos están en rojo y el tepache verde está prohibido. Las velas están encendidas y los niños rezando. Los aficionados parecen galácticos y los perros de los policías están listos para morder.

No muy lejos del estadio, a 62 kilómetros de distancia, se escucha el grito de León, León, León...

**OP: EFECTO DE GRITOS DE AFICIONADOS. SE MANTIENE Y DESAPARECE.**

**OP: EFECTO DE AMBIENTE DE ESTADIO SE MANTIENE Y BAJA DE FONDO.**

**LOCUTOR:** Los Ahumada y Reynoso no están satisfechos con los disturbios violentos de la semana en Irapuato y bajan a la cancha del estadio para provocar a los aficionados...

**OP: EFECTO DE GRITOS Y TROMPETILLAS. SE MANTIENE Y DESAPARECE.**

**LOCUTOR:** Estas provocaciones se registran desde días atrás por el señor Carlos Ahumada, dueño del equipo del León, así lo señala el Presidente Municipal de Irapuato, Ricardo Ortiz.

**INSERT DE ENTREVISTA DEL PRESIDENTE MUNICIPAL DE IRAPUATO, RICARDO ORTIZ.**

**AUDIO:** *Diría de manera tajante y muy concreta, que si hay un responsable de alguna situación que se haya dado en Irapuato, ese responsable se llama Carlos Ahumada...*

**LOCUTOR:** Pero el señor Ahumada desconoce quiénes se han los culpables y se deslinda de los hechos violentos ocurridos durante la semana en el estadio Sergio León Chávez, de Irapuato, escuchemos su versión...

**INSERT DE ENTREVISTA DEL DUEÑO DEL EQUIPO LEÓN.**

**AUDIO:** *Yo no sé y mejor preguntale a los dueños de aquí... y que acrediten que yo soy el responsable.*

**OP. ENTRA EN P.P MÚSICA GRUPERA. SE MANTIENE Y DESAPARECE.**

**LOCUTOR:** Bajó directamente del cielo y apareció, se llama Kleber Meyer, es joyero y se declara dueño legítimo del Real Club Irapuato...

## INSERT DE ENTREVISTA DEL DUEÑO DEL EQUIPO IRAPUATO.

**AUDIO:** *Estábamos tratando de hacer una negociación, no se llevó a cabo, tuvimos algunos problemas y finalmente retomamos el equipo. Además, el señor Ahumada no me ofreció dinero para comprar el Irapuato, fue otra persona, la cual me adelantó algo pero ya se lo regrese...*

*Yo soy joyero y llevé 18 años de ejercerlo, mi papá tiene 40 años y fue Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Joyería y Platería durante 15 años, a la mejor en el medio del deporte no me conocen pero en el joyero me conocen bien.*

## OP. EFECTO DE AMBIENTE DE ESTADIO. SE MANTIENE Y BAJA DE FONDO.

**LOCUTOR:** Noche de gatos negros en la portería visitante, con el cielo a punto de llover y con el supuesto dueño del Irapuato emocionado en el palco, con Ahumada recibiendo mentadas, con la porra de los hijos de la mermelada cantando bajo la lluvia. Con el "Güero" Saldívar, director técnico del equipo fresero; con las televisiones encendidas y las calles vacías, con un León que no asusta a nadie; el Irapuato no sólo recuperó su estadio, tomó un trofeo que es suyo y que le corresponde con legitimidad en la cancha.

## OP. EFECTO DE GRITOS Y PORRAS DE AFICIONADOS SE MANTIENE Y HACE FADE OUT.

### **Reportaje de semblanza**

El *reportaje de semblanza* se caracteriza por investigar y dar a conocer por medio de entrevistas, crónicas y testimonios los instantes ganadores de un atleta. Así como su personalidad tanto en su vida profesional e íntima.

Los temas más recurrentes que aborda la radio deportiva en este tipo de reportajes son: el retiro de un jugador profesional, la obtención de un campeonato mundial y nacional por parte de un atleta y el fallecimiento de un deportista famoso.

Los reportajes de semblanza abordan también temas relacionados con la conmemoración de la fecha de un evento deportivo a nivel nacional e internacional, como son los Juegos Olímpicos o Campeonatos Mundiales de Fútbol. Incluso trata temas con la inauguración e historia de un estadio, como fue el caso del 50 aniversario del Estadio Olímpico de Ciudad Universitaria.

El tiempo de duración de los reportajes de semblanza oscila entre los tres y cuatro minutos. También son introducidos en los noticiarios y los programas misceláneos tanto generales y de contenidos de orientación.

La estructura de este tipo de reportajes se caracteriza por ser de manera cronológica o comenzar por el hecho. Posteriormente, se le aporta una secuencia lógica a la narración sonora. También se apoya en la música, los efectos sonoros y el silencio con el objetivo de crear imágenes auditivas en el radioescucha para generarle la emoción de contactar con su atleta favorito.

### **Reportaje profundo**

En la radio deportiva se puede hablar también de la existencia del *reportaje profundo*, aquel que se basa en un hecho ya conocido para investigarlo minuciosamente, es decir, recurre a fuentes de información no comunes con el fin de obtener datos novedosos que permitan generar una nota.

A diferencia del reportaje profundo utilizado en la radio de información general y el cual "busca ampliar los márgenes de libertad en la sociedad y penetrar en las zonas en que se amurallan los poderes para ocultar actividades nada claras y de importantes repercusiones en la sociedad"<sup>104</sup> el

---

<sup>104</sup> Cebrián Herreros, Marlano, op. cit., p. 199.

de la parte deportiva tiene el propósito de dar a conocer asuntos relacionados con actos de corrupción en organismos deportivos nacionales, internacionales, públicos y privados. Así como problemas de dopaje en un atleta, los cuales no sólo dañan la imagen profesional del deportista sino a todo el mundo de la actividad física. \*

Un ejemplo de temas relacionados con el reportaje profundo en la parte deportiva fueron los siguientes casos: en México, fue la utilización de documentos falsos por parte de la Federación Mexicana de Fútbol, en 1989, en donde se alteraron las fechas de nacimientos de algunos jugadores de fútbol para que participaran en la selección de menores de 23 años.

Esta situación al descubrirla la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) emitió una suspensión de cuatro años de todas las competencias internacionales al balompié Azteca, tales circunstancias propiciaron que México no participara en el Mundial de Fútbol Italia 1990.

En el ámbito internacional un ejemplo es el posible dopaje del máximo velocista estadounidense en los 100 metros planos, Carl Lewis, durante los Juegos Olímpicos de Seúl 1988. Después de las revelaciones a la prensa del doctor Wade Exum, ex médico jefe del Comité Olímpico de Estados Unidos, en este 2003. El galeno dio los nombres de varios atletas que dieron positivo en las eliminatorias para las olimpiadas asiáticas del 88, pero que fueron autorizados a participar.

El reportaje profundo en la radio deportiva al igual que en la información general tiene repercusiones en la sociedad, porque al investigar un tema relacionado con la parte educativa del deporte aporta también datos novedosos y valiosos para el ser humano, como es la teoría del doctor Ernst Aeken, basada en el metabolismo de las grasas en el organismo femenino, la cual le puede permitir a una mujer en algunos años correr más rápido un maratón que un hombre.

En este tipo de información se establece un punto de interés que cambiaría a la sociedad deportiva e incluso a toda la actividad física de los seres humanos. De ahí que a esta variedad de reportajes también se le pueda denominar educativo profundo por su contenido y la forma de obtener los datos.

La duración de los reportajes profundos en el aspecto deportivo tiene una duración aproximada de entre cinco a diez minutos, dependiendo de la repercusión del tema y de la duración del programa por donde se introduce en emisiones noticiosas y misceláneas tanto generales como de contenidos de orientación.

Al igual que los otros tipos de reportajes se apoya de la entrevista, la crónica, el comentario pero con la diferencia de que fueron obtenidas por medio de fuentes poco comunes y privilegiadas.

Asimismo, para darle mayor peso a los hechos y no a la voz del reportero recurre a los sonidos tanto naturales, es decir, captados en el mismo lugar de los acontecimientos; como de estudio (música, efectos sonoros y silencio). También evita una monotonía y genera en el radioescucha imágenes cognitivas que le permitan codificar la información del reportaje.

Su elaboración y producción requiere de una preparación, realización y edición, pero con un tiempo más prolongado para que le permita al reportero tener acceso a todas las fuentes poco comunes con el fin de obtener la información novedosa para generar la noticia.

La estructura de los reportajes profundos es similar a la de un noticioso, semblanza y educativo, pues todos se componen de una entrada, desarrollo y cierre, aunque cabe señalar que en cada uno existe una forma diferente de resaltar los acontecimientos por medio de la conjunción de los géneros periodísticos, es decir, pueden comenzar con una descripción para darle colorido, con el

insert de una entrevista, con sonidos tanto originales como de estudio, pero siempre respetando una lógica estructural con el propósito de hacer entendible la información del reportaje.

### **Reportaje formativo**

El *reportaje formativo* de acuerdo con Romeo Figueroa Bermúdez "Es aquel que está orientado en la difusión de un asunto de carácter- pedagógico, un descubrimiento científico, un hallazgo de valor artístico y cultural que arroje una enseñanza para mejorar las condiciones de vida individual y colectiva".<sup>105</sup>

En términos generales es aquel que profundiza un tema que oriente al radioescucha para hacerlo un ente activo. Por ello, se establece que el reportaje educativo en la radio deportiva es aquel que aborda contenidos de orientación para profundizarlos con el objetivo de conocer las causas y posibles consecuencias que beneficien la salud y prevengan enfermedades en los radioescuchas que realicen alguna actividad física.

Es decir, el reportaje de orientación en la parte deportiva tiene el propósito de dar a conocer el cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué realizar un deporte y con ello estimular en el auditorio una cultura deportiva, así como transformarlo en un ente activo y participativo. También trata contenidos relacionados con la tecnología, infraestructura, ropa, bebidas, complementos alimenticios que llevan a mejorar el desarrollo físico de un atleta.

La duración de este tipo de reportajes es de entre tres y cinco minutos. Y son introducidos en programas noticiosos, misceláneos y principalmente en las revistas de contenidos de orientación.

---

<sup>105</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo, op. cit., p. 257.

También utilizan crónicas, entrevistas y comentarios, estos dos últimos géneros son obtenidos por medio de especialistas relacionados con la medicina, la psicología, la nutrición, la sociología, entrenadores y atletas.

En los reportajes educativos los sonidos y el audio le dan mayor veracidad a los hechos pero no está prohibido utilizar música, efectos sonoros y silencios grabados en estudio, los cuales son introducidos de manera justificada de acuerdo al contenido de la información con el propósito de no distraer la atención del público para que capte el mensaje formativo.

Ejemplo de un reportaje formativo acerca de los beneficios que se obtienen al realizar ejercicio. Este producto radiofónico se obtuvo del proyecto del programa "Ganadores".

OP: MÚSICA TENEBROSA. ENTRA EN P.P "DISCO 3 DE ESTUDIO". TRACK 10. SE MANTIENE 6 ". BAJA DE FONDO Y DESAPARECE.

LOCUTORA (EXPECTANTE) ¿Alguna vez se ha puesto a reflexionar acerca de cuál será la causa del fallecimiento de usted o de algún miembro de su familia en el futuro? ... (SILENCIO) Ni pensarlo verdad.

OP: EFECTO DE SIRENA DE AMBULANCIA.

LOCUTORA (EXPLICA): De acuerdo con la Sociedad Latinoamericana de Cardiología Intervencionista, la mayoría de los mexicanos no morirán en accidentes, de Sida o cáncer, sino de enfermedades cardiovasculares, provocadas por la Arteroesclerosis que consiste en la acumulación de grasas y calcio dentro de las arterias coronarias, responsables de trasladar la sangre al corazón.

OP: ENTRA PUENTE MUSICAL "DISCO DE ESTUDIO 24". TRACK 19.

LOCUTORA (EXPLICA): Según el INEGI, las afectaciones cardiovasculares ya son un problema de salud pública, porque es la primera causa de muerte en México desde hace cinco años, pues tan sólo existen más de cien mil casos diagnosticados anualmente por el Sector Salud.

OP: EFECTO DE LATIDOS DE CORAZÓN HUMANO.

LOCUTORA: (TRANQUILA) Los hombres adultos son los más propensos a sufrir un infarto, de acuerdo a las estadísticas del Centro Médico, pues de cada cuatro casos tres son

varones. En cuanto a las mujeres sólo corren peligro al entrar a la etapa de la menopausia. Al respecto habla el doctor de la Dirección Medicina del Deporte de la UNAM, Sergio Osnaya.

INSERT DE ENTREVISTA DEL DR. SERGIO OSNAYA

OP: ENTRA RÁFAGA MUSICAL "DISCO 25 DE ESTUDIO". TRACK 1.

**LOCUTORA (ENFÁTICA):** Las enfermedades cardiacas no se originan por si solas, existen varios factores como: el sedentarismo, el tabaquismo, el alcoholismo y la mala alimentación, caracterizada por un alto consumo de grasas y productos chatarras, como sopas, pizzas, sándwichs de fábrica, que pueden llevarlo a ser obeso o diabético y a tener más riesgos de un infarto.

INSERT DE ENTREVISTA DEL DR. SERGIO OSNAYA

OP: ENTRA RÁFAGA MUSICAL "DISCO 25 DE ESTUDIO". TRACK 1.

**LOCUTORA (TRANQUILA):** Para prevenir o controlar las enfermedades relacionadas con el corazón, los problemas de la obesidad y la diabetes los médicos recomiendan hacer ejercicio y tener una dieta balanceada.

OP: MÚSICA GRIEGA ANTIGUA. ENTRA EN P.P EN SE MANTIENE 4" Y DESAPARECE.

**LOCUTORA (EXPLICA):** Cabe señalar que la practica del ejercicio ya era un factor importante desde el año 124 Antes de Cristo con Asclepiades De Prusa, un médico griego, quien hacía hincapié en la actividad física como tratamiento de los problemas cardiacos.

OP: EFFECTO DE PERSONA AGITADA

**LOCUTORA (TRANQUILA):** Una persona cuando corre o practica un deporte ayuda a que su corazón reciba mayor volumen de sangre, que cuando no realiza una actividad física. Esto le permite obtener más resistencia ante la fatiga y una mejor circulación de oxígeno en todo su organismo.

OP: EFFECTO DE UNA CARRERA ATLÉTICA.

**LOCUTORA (EXPLICA):** La práctica del ejercicio no sólo previene enfermedades, sino también ayuda a desarrollar aspectos sociales como: el trabajo en equipo, la participación, enseña a ser disciplinado y mejora la autoestima. En cuanto a lo psicológico elimina el estrés, aporta tranquilidad y eleva el funcionamiento intelectual.

INSERT DE ENTREVISTA DEL DR. SERGIO OSNAYA

OP: ENTRA RÁFAGA MUSICAL "DISCO 25 DE ESTUDIO". TRACK 1.

OP: MÚSICA ALEGRE. ENTRA FADE IN "DISCO DE SKA". TRACK 14. SE MANTIENE 6" Y DESAPARECE.

**LOCUTORA (ALEGRE):** Si quieres tener una vida sin problemas cardiacos, de tabaquismo o alcoholismo y más duradera, no lo pienses dos veces y comienza a practicar un deporte con una activación física de baja intensidad. ¡Ah! Pero antes acude a realizarte un examen médico con el fin de verificar que estás en buenas condiciones para cualquier deporte. Asimismo, visita a un entrenador con el objetivo de establecer cuánta carga de trabajo vas a emplear.

OP: MÚSICA ALEGRE. ENTRA DE FONDO "DISCO 23 DE ESTUDIO", TRACK 77.

**LOCUTORA: (ADVIERTE):** Si no tienes la supervisión de un especialista en materia deportiva y médica puedes tener afectaciones en tu salud, porque si bien el deporte contribuye a disminuir los factores de riesgos mortales, no los inmuniza, por tanto quien haga ejercicio será para tener una vida sana y productiva. (SUBE MÚSICA DE FONDO, SE MANTIENE 4" Y DESAPARECE)

### 3. 5. EDITORIAL

El editorial en la radio deportiva se maneja de manera errónea, porque en los programas los comentaristas y los conductores dan su punto de vista sobre un tema a nombre de la estación. Esto sucede principalmente al termino de una noticia dada a conocer por el reportero.

Son contadas las emisiones deportivas que emplean el editorial de acuerdo a sus características que lo definen, por ejemplo, en el Valle de México la estación Estadio 590 AM, es la única que utiliza este género como tal, en el horario de las 8:05 horas, dentro de su programa principal de revista general *Súper Estadio*.

Pero antes de continuar explicando este género expresivo es preciso definir un editorial, de acuerdo con Mariano Cebrián Herreros "Consiste en la presentación de la opinión e interpretación de los hechos, ideas y datos de actualidad por parte del medio informativo que los difunde. Es un tema de posición frente a los acontecimientos".<sup>106</sup>

---

<sup>106</sup> Cebrián Herreros, Mariano, *op. cit.*, p. 52.

En términos generales la definición de Cebrián Herreros señala que el editorial es la opinión expresada a título de una radiodifusora sobre un acontecimiento de interés público y actualidad, es decir, su punto de vista ante los hechos.

En el rubro deportivo se caracteriza por expresar la opinión acerca de los hechos relacionados con el deporte- espectáculo, debido a que en este aspecto se genera la mayor parte de la información, la cual toma como base los resultados de las competencias, el desempeño de un atleta, los intereses económicos y los actos corrupción de organismos deportivos, así como los problemas de dopaje de un deportista. Aunque, la información de orientación relacionada con el deporte maneja también contenidos noticiosos que dan pauta para elaborar un editorial.

Las características del editorial deportivo son similares a la de uno de información general, es decir, la opinión es argumentada, razonada y sin utilizar juicios de valor a nombre de una persona específica. Asimismo, tiene el objetivo de explicar, dar antecedentes y consecuencias de los hechos.

El editorial tiene una duración aproximada de entre uno y dos minutos. Se basa sólo en dos elementos del lenguaje radiofónico, la voz y el silencio, ya que si llega a emplear los demás recursos sonoros provoca una distracción en el público y le resta veracidad a la opinión. Incluso le quita seriedad a la posición opinativa de la estación.

A la hora de emitir la opinión se asigna una voz específica, la cual es elegida para representar a la empresa radiofónica. Cabe señalar que el editorial deportivo tiene un horario designado durante el programa. Así como una cortinilla de identificación, en donde se utilizan los cuatro elementos del lenguaje radiofónico con el objetivo de anunciarle al público la postura de la emisora acerca de un acontecimiento deportivo de actualidad.

En la radio de información general el editorial se clasifica en seis formatos de acuerdo con Davis Dary: "en informativo, interpretativo, de argumentación, de invitación a la acción, persuasivo y entretenimiento".<sup>107</sup>

Para efectos de la radio deportiva el formato de editorial que más se adapta a este rubro es el informativo, porque el editorial deportivo se basa en las notas relacionadas con la actividad física del espectáculo con el fin de expresar una opinión que represente la posición de la radiodifusora, en algunas excepciones también aborda la parte educativa del deporte.

Los editoriales deportivos regularmente son introducidos en los programas noticiosos o de revista tanto general como de contenidos de orientación, en las dos primeras emisiones es más común, porque las estaciones cuentan con mayor audiencia y por ende el público puede enterarse con exactitud de la postura de la radiodifusora.

A continuación se presenta un ejemplo de editorial sobre el Draft de jugadores del fútbol mexicano, emitido el 25 de junio del 2003 por Francisco Javier González durante el programa *Súper Estadio*, de la estación Estadio 590 AM.

**LOCUTOR:** Uno de los derechos del ser humano en materia laboral consiste en poder decidir el lugar en donde prestar sus servicios, a veces las circunstancias no lo permiten pero básicamente se trata de una decisión particular, salvo en el fútbol.

Imagínes usted que el Colegio de Contadores Públicos o la Barra de Abogados cada año hiciera un draft para colocar a sus militantes. Y así el contador de una gran empresa transnacional recibe la noticia de que el próximo año tendrá que trabajarlo con "Pepe el Toro" que requiere de la contabilidad de sus tres carritos de hamburguesas o que el director jurídico de una empresa tiene que ser por un año el encargado de los asuntos de un escritorio público que trabaja en un autobús frente a una delegación.

---

<sup>107</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo, *op. cit.*, p. 282.

La forma de contratar jugadores en México es anormal por los cuatro costados. Los jugadores que tienen buen nivel son transferidos a clubes cuyas características son a veces otras, es decir, se van de transnacionales a churrería.

Al final del día, el hacerlo de esa manera implica un grillete a la libertad del futbolista y sus aspiraciones, se puede reforzar un pequeño negocio para hacerlo mediano o grande pero con la voluntad del contratado, no sin ella.

Tanto al jugador lo afecta esta unilateralidad que muchas veces trabaja contra sus deseos como el directivo que al final no puede vender al futbolista tampoco queda contento, porque éste no se arregló con el club al que no quería llegar.

Habrá quien piense que el futbolista es todo menos un esclavo, por las altas cantidades de dinero que ingresan no se le puede determinar de esa manera, pero en estricto sentido se le quita de una las libertades indispensables del capitalismo, no ser asignado a un trabajo sino decidir cómo y dónde hacerlo con las reglas convenientes.

En algunos sistemas de Europa oriental sabemos que hay casos en que al ser humano que quiere ser ingeniero lo hacen pastelero y el que obsesiona por ser médico termina siendo gimnasta, pasó durante muchas épocas pero nosotros estamos acostumbrados a vivir de otra manera, salvo en el mundo del fútbol en que los terceros son los que deciden el destino de las personas.

Así suceden las cosas, lamentablemente para el jugador que es el primer afectado y el último en intentar algo para cambiar la situación, ellos han de saber.

### 3. 6. COMENTARIO

El comentario a diferencia del editorial tiene mayor espacio en la radio deportiva, ya que es la visión y opinión de una persona, quien da su análisis, valoración de los acontecimientos relacionados con la actividad física.

Esta argumentación parte del concepto acerca del comentario que se maneja en la información general radiofónica y que Mariano Cebrián Herreros lo define así " El comentario informativo consiste en el análisis e interpretación de los hechos concretos o de situaciones

generales desde el lugar donde se elabora la información y es efectuado y presentado por especialistas en un tema que se hable".<sup>108</sup>

En términos generales el comentario es la posición de un especialista sobre los acontecimientos de mayor relevancia. De ahí que en la radio deportiva se utilice con más frecuencia porque durante las distintas emisiones de la actividad física suele tener la presencia de un comentarista experto en un deporte, quien emite su comentario sobre la nota de actualidad.

Por ello el comentario que emita un especialista deportivo es responsabilidad de él mismo, como sucede en la estación Estadio 590 AM, de acuerdo con el conductor Jorge Sánchez "En la estación Estadio 590 no existe línea editorial sobre los comentaristas que colaboran con nosotros, sólo se les dice que ellos son responsables de las opiniones de los contenidos, los cuales deben realizarlos con argumentación".<sup>109</sup>

Esta situación se relaciona también con la postura de Arturo Merayo Pérez, quien señala que el comentario es una posición personal y no de la empresa radiodifusora. "El comentario radiofónico, pretende analizar hechos, interpretarlos, valorarlos y enjuiciarlos pero desde una perspectiva individual y no institucional".<sup>110</sup>

El comentario deportivo exige para emitirlo un conocimiento profundo de los hechos con el fin de dar una opinión argumentada, la cual puede contener antecedentes, desarrollo y posibles consecuencias de los acontecimientos.

---

<sup>108</sup> Cebrián Herreros, Mariano, *op. cit.*, p. 66.

<sup>109</sup> Entrevista realizada el 14 de octubre del 2002.

<sup>110</sup> Merayo Pérez, Arturo. *op. cit.*, p. 192.

En la radio deportiva el comentario tiene una duración aproximada de entre uno a tres minutos. Se caracteriza por utilizar solamente la voz para expresarlo, ya que sin son empleados los otros tres elementos del lenguaje radiofónico provocan distracción en el público, quien no tomaría en cuenta las palabras las cuales conllevan la información del especialista.

Asimismo, el comentario no cuenta con una estructura pero tiene una lógica para hacerlo entendible. Y se presenta a través de la mención del nombre y profesión del comentarista. Incluso cuando es comentario a manera de sección se introduce una cortinilla con el propósito de hacerlo más atractivo.

En la radio deportiva existen dos tipos de comentarios, el que se emite durante las transmisiones a control remoto de las competencias y el noticioso, introducidos en los noticieros y revistas generales.

#### **Comentario de las transmisiones a control remoto**

El *comentario de las transmisiones a control remoto* de las competencias se caracteriza por dar una opinión previa, durante y al término de las acciones por parte del comentarista.

Por ejemplo, en la emisión de un partido de fútbol, el cuerpo a cargo de la transmisión consta de uno o dos comentaristas, quienes están colocados en el palco de transmisiones del estadio. Ellos se encargan de dar su versión acerca de la situación competitiva en la cual se encuentra cada equipo para encarar el partido, así como de los jugadores. De esta forma se realiza el comentario previo o de los antecedentes del encuentro deportivo.

Posteriormente, durante el desarrollo de las acciones del partido interviene el comentarista para dar su punto de vista de cada jugada polémica, participación del jugador e incluso sobre el ambiente del estadio, así puede predecir posibles consecuencias.

Al finalizar el partido hace una análisis de manera general sobre el desarrollo del encuentro futbolístico y da su comentario a manera de conclusión. Asimismo, su punto de vista de los hechos los contrasta con los de sus demás compañeros de transmisión, cronistas y reporteros de cancha.

### **Comentario noticioso**

El comentario *noticioso* deportivo se introduce durante los noticieros y revistas, y al termino de cada nota informativa de un reportero. Se caracteriza por dar la opinión por parte del especialista e incluso del conductor acerca del acontecimiento relacionado con el deporte espectáculo, como lo señala Antonio Alcoba López "El periodista puede desarrollar una idea sobre un tema concreto ya ocurrido o próximo a ocurrir. Hechos producidos durante el transcurso de un partido, la hazaña de un deportista, el anuncio de una competición, el fichaje de una figura deportiva, el nombramiento de un dirigente y la conquista de un título... son ocasiones en que un especialista da su opinión".<sup>111</sup>

Ejemplo de un comentario noticioso relacionado con el deporte espectáculo, emitido por Héctor Eugui, comentarista de fútbol del programa *Súper Estadio*, de la estación Estadio 590 AM y transmitido el 23 de junio del 2003.

---

<sup>111</sup> Alcoba López, Antonio, op. cit., p. 142.

**COMENTARISTA:** Hay que destacar un detalle técnico durante el partido de este sábado entre las selecciones de Estados Unidos y Brasil, en la Copa Confederaciones de Francia; por parte del entrenador Bruce Arena, que teniendo un equipo con la intención de salir a ganar, con la intención de salir a apretar al rival no hizo ningún tipo de modificación táctica para poder hacer algo por su equipo.

Como dicen murió con su concepto, con su manera de pensar haciendo sólo un cambio de centro delantero por otro centro delantero y no modificaba absolutamente nada su esquema táctico y al final termina perdiendo el juego apenas uno a cero contra los brasileños y con ello los Estados Unidos quedan eliminados de la Copa Confederaciones de FIFA.

Un comentario noticioso puede generarse también de una información relacionada con la parte educativa del deporte. Y se introduce en las revistas tanto generales como de contenidos de orientación por el tipo de temas que maneja.

Ejemplo de un comentario noticioso relacionado con una información de orientación, emitido por Antonio Rosique, comentarista de la estación Sociedad Deportiva 1320 AM, el 8 de mayo del 2003.

**COMENTARISTA:** Durante el régimen de Saddam Hussein, en Irak, toda la actividad deportiva del país estaba bajo el yugo de Uday Saddam Hussein, hijo del ex mandatario, quien ocupaba la presidencia de la Federación iraquí de fútbol y del Comité Olímpico local sin jamás haber dado muestras de su talento deportivo.

Hoy con el derrumbe del régimen empiezan a brotar las crueles verdades de la reflexión. Futbolistas que prefieren mantenerse en el anonimato, declararon que Uday los castigaba con un mes de cárcel por cada juego que perdía la selección nacional.

Pero eso no era todo, aseguran que en la sede del Comité Olímpico existía un salón pintado de rojo, en donde se encerraban a los deportistas que no cumplían con sus metas y se les torturaba con descargas eléctricas, instrumentos de castigo o se les derramaba agua hirviendo en los pies.

Muchos aprovechaban los viajes al extranjero para pedir asilo político. Los atletas sufrían en silencio, sobre todo los futbolistas, quienes vivían una presión psicológica insostenible y que después de cada partido e incluso de los amistosos debían tumbarse sobre el pasto frente a todos los aficionados a esperar la llegada de los golpeadores de Uday.

Hoy el lastimado deporte iraquí, espejo de todo un pueblo, intenta recuperar los valores del olimpismo y es que a final de cuentas el deporte, no es otra cosa que un sano pretexto para hacer feliz.

En el comentario deportivo expresado al concluir la nota del reportero, regularmente ya no se da el nombre y profesión del especialista, porque se dijo al principio del programa, al menos que el comentarista cuente con su sección específica. Esta situación se hace más notoria en los programas deportivos de noticias y revistas, debido a que hora emplean una especie de mesa redonda para intercalar y contrastar las opiniones de los especialistas con la de los conductores e incluso reporteros.

Por último, cabe señalar que hay comentarios durante las emisiones noticiosas y misceláneas que son introducidas, no necesariamente al término de cada nota del reportero sino en una sección especial, la cual consta de un cortinilla para presentar a la personalidad que da su punto de vista, por tratarse de un especialista de renombre.

### **3. 7. MESA REDONDA**

La radio deportiva en los últimos años ha empleado la polémica dentro de sus programas de revista y noticiosos con el fin de profundizar en un tema por medio del intercambio de opiniones y análisis de los conductores, comentaristas e incluso reporteros.

Para ello durante la emisión acomoda a sus colaboradores en una especie de mesa redonda con el propósito de generar la polémica cuando el reportero acaba de emitir una información de interés público dentro del rubro de la actividad física del espectáculo.

El desarrollo de la supuesta mesa redonda al principio se da, pues el conductor después de darse a conocer el hecho por medio de la nota, plantea una pregunta para abrir la discusión e incluso le cede la palabra a cada uno de los colaboradores, pero al subir de tono el intercambio de opiniones se llega a un desorden porque todos hablan al mismo tiempo hasta el grado de arrebatarse el

derecho de expresarse. Además el que también fungía como mediador se suma al caos al emitir su posición.

De ahí que a la mesa redonda en la radio deportiva no sea considerada como tal, pues de acuerdo con Romeo Figueroa Bermúdez la mesa redonda debe cumplir las siguientes características en cuanto su estructura "En la mesa redonda hay siempre un comunicador que funge como conductor o mediador que coordina el programa, formula preguntas dirigidas a cada uno de los invitados, concede la palabra a los participantes, administra el tiempo y regula la duración de la intervención de cada uno, resume las diversas aportaciones y hace las conclusiones a que se haya podido llegar al término del programa".<sup>112</sup>

Estas características demuestran cómo en la radio deportiva la mesa redonda no cumple con dichos términos porque regularmente los participantes hablan al mismo tiempo hasta el grado de no entenderse nada y causar en el público un descontrol debido a que las opiniones no tienen lógica.

Asimismo, pierden el interés y se quedan con la intención de saber el punto de vista de los especialistas o conductores.

Un ejemplo de emisiones que recurren a este tipo de mesa redonda en la radio deportiva son: *Los Protagonistas*, de la estación Track 1320 AM, *La Competencia y Súper Estadio*, de Estadio 590 AM. Cabe mencionar que los tres programas manejan la misma forma de llevar a cabo el desorden de sus comentaristas y conductores.

---

<sup>112</sup> Figueroa Bermúdez, Romeo, *op. cit.*, p. 296.

La radio deportiva al utilizar los géneros periodísticos de la prensa para dar a conocer la realidad, cuenta con un recurso más que le permite construir un mensaje. De esta manera se concluye con el análisis constructivo de acuerdo a la metodología de la hermenéutica profunda aplicada a los medios masivos.

De acuerdo a la hermenéutica profunda todo objeto de estudio (formas simbólicas) requiere una interpretación. Por ende, al aplicarlo al análisis de los medios masivos, en específico a la radio deportiva, primero se selecciona el medio por el cual se producen las formas simbólicas, en este caso la Estación 590 y sus programas deportivos en donde sólo se transmiten las competencias y se dan resultados, así se ubica dentro del aspecto histórico social, es decir, en un tiempo, lugar y condiciones sociales específicas.

En la construcción del mensaje se analiza cómo los elementos y las estructuras que intervienen en la construcción de un mensaje radiofónico se relacionan para expresar algo. En este caso se tomó como referencia el lenguaje radiofónico, los tipos de programas deportivos, el proceso de producción y los géneros periodísticos de la prensa. Así se ubica el aspecto formal o discursivo.

Al contar con un análisis histórico- social y discursivo del objeto de estudio (la radio deportiva) se interpreta que la estación Estadio 590 al manejar programas en donde sólo se transmiten las competencias y se dan los resultados de estos encuentros deportivos, se ha olvidado de abordar el tema del entrenamiento, es decir, la manera en cómo se practica un deporte, es este caso el atletismo (deporte amateur) el cual puede ser una medida formativa para prevenir enfermedades y fomentar una cultura deportiva en el auditorio. Esto se verá reflejado en la propuesta de un programa radiofónico.

***CAPÍTULO IV***  
***PROYECTO DE PRODUCCIÓN***

## 4. PROYECTO DE PRODUCCIÓN

### 4.1. TÍTULO DEL PROGRAMA

El nombre del programa será *Ganadores*, pero antes de explicar del por qué ese título es necesario conocer la definición de ganador y posteriormente utilizarlo de acuerdo con los objetivos del trabajo.

La palabra ganador, según el diccionario, significa ( *adj.-s.* Que gana, ganar...). Mientras tanto ganar dice lo siguiente: (de lat. Ganear, y éste del ant. alto) Adquirir caudal o acrecentarlo obteniendo beneficios, provechosos o utilidades en algún negocio, trabajo, profesión, oficio etc... // Obtener lo que se disputa en el juego, en una batalla, en un pleito, en unas oposiciones, etc...<sup>113</sup>

Esta definición de ganar arroja un elemento importante, la obtención de un beneficio en cualquier profesión, por ende al relacionarlo con el deporte amateur "aquella práctica del deporte de manera desinteresada, por el sólo placer de la competencia y por la alegría del logro" se adapta porque al practicar un deporte para competir se busca la victoria, es decir, se adquiere un beneficio. En cuanto al practicar un deporte por placer, se obtiene salud física y diversión.

El atletismo al considerarse un deporte amateur también está vinculado con la palabra ganar, porque al practicarse ya sea para competir o por placer se obtiene un beneficio, así lo señala el profesor Bernardino M. Hernando: " una cosa es correr para ganar y otra correr para ganarse. El atleta no sólo persigue la victoria sino la conquista de sí mismo, busca pulir sus cualidades físicas y mentales y mejorarse día a día. Es aquí donde el atletismo traspasa la frontera del deporte y se convierte en una verdadera filosofía de la vida".<sup>114</sup>

<sup>113</sup> Gran Sopena, Diccionario Enciclopédico. Tomo VIII. España, 1973, p. 3814, 3815.

<sup>114</sup> Mansilla Ignacio. *Conocer el atletismo*. Madrid, 1995, p.15.

El profesor Bernardino M. Hernando al señalar que, al practicarse el atletismo con el fin de competir o por placer siempre se va obtener un beneficio en la salud del atleta; da la pauta para considerar ganadores a las personas que apenas comienzan a realizar una rutina de ejercicios físicos o adentrarse al atletismo, porque tienen la voluntad de realizar un deporte, el cual con el paso del tiempo les permitirá obtener resultados en su bienestar personal, es decir, podrán combatir los problemas de tabaquismo, drogadicción, sedentarismo, obesidad y prevenir enfermedades cardiovasculares y diabéticas.

Con relación a una persona que entrena atletismo ya es un ganador sin necesidad de competir, porque con el simple hecho de tener la disciplina y la constancia de prepararse todos los días obtendrá resultados como atleta y principalmente en su salud.

#### 4.2 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo al análisis hermenéutico realizado sobre la estación deportiva Estadio 590 AM, en donde se señala que la radio deportiva sólo transmite las competencias y los resultados que se dan en el deporte- espectáculo (fútbol). Se propone un programa radiofónico de atletismo, que proporcione información de calidad acerca del deporte amateur como una medida para fomentar la práctica del deporte y prevenir enfermedades.

Ya que en México la principal causa de muerte desde hace cinco años, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, son las enfermedades relacionadas con el corazón al registrarse 93 mil fallecimientos por año, y las mujeres son las más afectadas.

Las personas más expuestas a los padecimientos cardiovasculares son las que están relacionadas con el tabaquismo, con una cifra de 13 millones de mexicanos fumadores. Además, la

Organización Mundial de la Salud reveló que 500 millones de personas que actualmente fuman en la tierra morirán en un futuro cercano, de los cuales 50 por ciento son adolescentes.

La vida sedentaria, la falta prolongada de ejercicio, que anualmente provoca 2 millones de muertes en el mundo; incide también en las funciones orgánicas debido a la falta de movimiento en los músculos, ocasionando en los individuos un riesgo mayor de sufrir infartos, obesidad, estreñimientos, várices, inflamación abdominal y sensación de fatiga, según datos de la OMS.

La diabetes es otro factor que origina problemas cardiovasculares entre la gente, pues cada año en México se presentan 180 mil casos nuevos, lapso en el que mueren 36 mil personas. Este padecimiento es la tercera causa de muerte en el país, por tal motivo la Ciudad de México ocupa el primer lugar en América Latina en casos relacionados con personas diabéticas.

Esta problemática se complementa con la falta de una cultura deportiva en México, pues según el INEGI, de un universo de 58.3 millones de mexicanos sólo el 15.2 por ciento realiza una actividad física, debido a la carencia de tiempo por ocuparse de sus actividades diarias.

El abordar contenidos formativos relacionados con el deporte amateur a través de la radio puede ser una alternativa de difusión, ya que este medio electrónico es el de mayor influencia entre la población mexicana. Así lo indica la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, al señalar que la radio alcanza<sup>115</sup> 99 por ciento de presencia en el Valle de México, pues en promedio cada hogar cuenta con cuatro aparatos de radio.

---

<sup>115</sup> Alcance: Números de hogares o personas distintas que estuvieron expuestas a una emisión particular en un periodo de tiempo dado. Fuente, Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

A decir también de la ARVM, este alcance de la radio entre la población mexicana está ligado con los hábitos de consumo de la programación radiofónica, en donde el mexicano se expone al radio 3:10 horas diarias en promedio. El nivel socioeconómico que más oye las ondas hertzianas es el D (ingresos de entre 5 y 10 salarios mínimos) con 3.17 horas diarias. Asimismo, indica que son las mujeres quienes más escuchan la radio (3.18 horas diarias) y en cuanto a la edad son los mayores de 55 años los que escuchan radio (3.37 horas).

Por su parte, el periódico Reforma en su séptimo y noveno informe sobre consumo de cultura y medios, señala que los programas deportivos se ubican entre las primeras cinco emisiones de mayor preferencia por la gente, de una listado de 15 programas.

De la siguiente lista ¿qué tipo de programa prefiere escuchar?

Tipo de Programa	1999 / 2000	Tipo de Programa	2002 / 2003
Música	77% / 60%	Música	82% / 79%
Noticiarios	39% / 35%	Noticiarios	36% / 49%
Entrevistas	29% / 24%	Entrevistas	23% / 22%
Deportes	19% / 15%	Consejos o Psicol.	- / 22%
Espectáculos	- / 15%	Salud	- / 20%
Discusión política	10% / 13%	Deportes	15% / 19%
Orientación fam.	14% / 13%	Espectáculos	17% / 16%
De variedad	- / 11%	Asesoría jurídica	- / 6%
Cultura	13% / 9%		
Concursos	6% / 9%		
Cocina	4% / 6%		
La hora nacional	5% / 4%		
Radio novelas	3% / 2%		
Religión	2% / 2%		

Aunque al revisar las carteleras radiofónicas de los últimos cinco años, publicadas en las revistas El Universo de la Radio, de la ARVM; Voces en el Aire y Proceso, se detectó que en la radio de la Ciudad de México sólo han existido dos programas relacionados con el deporte amateur pero no se han especializado en promover el atletismo.

El primer programa se llamaba *Pista, campo y algo más*, el cual se difundía por la estación Super Deportiva 1180 AM, todos los sábados de 9:00 a 10:00 horas. El segundo se titula *A las carreras* el cual se transmitía por la radiodifusora Súper Deportiva 1180 AM y posteriormente por la emisora Estadio 590 AM de lunes a viernes de 6:00 a 7:00 horas.

Estas dos emisiones acerca del deporte amateur, al igual que los demás programas deportivos que hay actualmente, sólo daban notas informativas de las competencias de los atletas profesionales y emitían comentarios sobre sus actuaciones; olvidándose por completo de proporcionarle al público información formativa. Esto se detectó a través de un monitoreo realizado del 12 al 16 de agosto del 2002 y de una entrevista realizada a Turhau Madanoglu, colaborador de Estadio 590.<sup>116</sup>

Mientras que la radio se olvida por completo de manejar información de calidad acerca del atletismo, los medios impresos y la televisión sí le dan un espacio a este rubro. Por ejemplo, el periódico *Reforma* a partir del mes de mayo del 2002 publica todos los sábados la sección *A correr* dentro de su edición deportiva.

En el caso de la televisión también le da cabida en su barra de programación a la promoción del atletismo con la emisión *Activación*, la cual se transmite todos los días a las 13:30 horas por el canal 22 desde enero del 2002. Aquí es importante precisar que los temas deportivos son los más vistos junto con los noticieros por la gente, según la Séptima Entrega de Consumo Cultural y de los Medios.<sup>117</sup>

---

<sup>116</sup> Entrevista realizada el 26 de agosto del 2002.

<sup>117</sup> Información de la Séptima Entrega de Consumo Cultural y de los Medios, publicada en el diario *Reforma* el 18 de Abril del 200, p.4c.

Por tal motivo, surge la necesidad que en el cuadrante del Distrito Federal exista un programa deportivo que proporcione información de calidad relacionada con el atletismo, aprovechando las posibilidades técnicas de la producción radiofónica; pues la radio al ser un medio electrónico con un gran alcance y de fácil acceso entre la gente, puede participar activamente en difundir una cultura deportiva y en la prevención de enfermedades relacionadas con el corazón, la diabetes y el sedentarismo, así como el consumo de tabaco y alcohol.

Esta petición de que la radio se sume como una alternativa para prevenir males cardiacos se origina de reconocidos especialistas en estas afectaciones, como es el caso del doctor Rubén Argüero, director del hospital de Cardiología del centro Médico Siglo XXI del IMSS, quien señala lo siguiente: "exhorto a que con responsabilidad, los diferentes grupos sociales participen activamente en el proceso de prevención de los males cardiacos en todos los ámbitos: medios de comunicación, las escuelas, las fábricas, las oficinas y las familias."<sup>118</sup>

Además, es preciso señalar que, se eligió al deporte del atletismo porque es una de las actividades más antiguas y sencillas de realizar en comparación con otras disciplinas, pues sus movimientos físicos que se llevan a cabo como correr, caminar, saltar y lanzar son habilidades naturales que el hombre ha utilizado durante su vida evolutiva en la tierra.

Por ello, siempre los médicos han recomendado el atletismo con el fin de prevenir enfermedades cardiovasculares. Esto se puede corroborar desde "el año 124 a,c- 40 a.c. con Asclepiades de Prusia, un galeno griego que recomendaba la marcha a pie, como tratamiento para enfermedades relacionadas con el corazón".<sup>119</sup>

---

<sup>118</sup> Rodríguez, Ruth. "Promueven prevención contra males cardiacos". El Universal. Lunes 29 de septiembre de 2003, p. A125.

<sup>119</sup> Irigoyen, Juan María, *Cardiología y deporte*. Madrid, 1999, p.128.

Actualmente de acuerdo con datos de la OMS, al ejercitarse una persona a través del atletismo puede obtener beneficios a nivel físico, psíquico y social. De ahí que el proyecto del programa base sus contenidos en las ventajas que aporta esta actividad deportiva como las siguientes:

#### A nivel físico.

- Previene enfermedades cardiovasculares.
- Elimina grasas y previene la obesidad.
- Favorece a la amplitud respiratoria y a la eficacia de los músculos respiratorios.
- Combate la osteoporosis.
- Acaba con los malos hábitos como el sedentarismo, tabaquismo y alcoholismo.
- Favorece el crecimiento.
- Mejora el desarrollo muscular.
- Prolonga el promedio de vida.
- Mejora el rendimiento físico aumentando los niveles de fuerza y velocidad.
- Aumenta la resistencia ante el agotamiento.

#### A nivel psíquico.

- Elimina el estrés.
- Mejora el funcionamiento intelectual.
- Tiene efectos tranquilizantes y antidepresivos.
- Mejora los reflejos y la coordinación.
- Aporta sensación de bienestar.
- Previene el insomnio y regula el sueño.

A nivel socioafectivo.

- Nos enseña la responsabilidad y aceptar las normas.
- Estimula la participación e iniciativa.
- Canaliza la agresividad.
- Favorece y mejora la autoestima
- Estimula el trabajo en equipo.
- Favorece el autocontrol.
- Mejora la imagen corporal.

Este programa deportivo a parte de que sea una alternativa para prevenir afectaciones cardiacas también puede combatir los problemas de tabaquismo y drogadicción, pues según el catedrático José Ramón Calvo, miembro del Comité Latinoamericano de la Lucha contra el Tabaquismo "si un adolescente no inicia el consumo de tabaco a los 19 años, menos del 10 por ciento de los jóvenes lo harán".<sup>120</sup>

Asimismo, el fomentar una cultura deportiva entre los jóvenes puede ser una medida para combatir los problemas de obesidad, pues de acuerdo con la última Encuesta Nacional de Nutrición, el 52 por ciento de la población femenina (entre 20 y 49 años) presenta problemas de obesidad y sobre peso, debido al sedentarismo y la mala alimentación.<sup>121</sup>

De acuerdo a estas estadísticas sobre afectaciones cardiacas y hábitos de consumo de la radio, la emisión deportiva sobre atletismo pretende llegar a un público desatendido por las estaciones y por los programas deportivos. Además es preciso señalar que se debe buscar

---

<sup>120</sup> Lara, Paul. Nicotina, la droga más adictiva: OMS. *Milenio diario*, martes 4 de junio de 2002, p.37.

<sup>121</sup> Rodríguez Ruth. "Padecce sobre peso 52% de mujeres en México. El Universal. México, 26 de agosto de 2002, p. A17.

contenidos específicos y directos con el fin de alcanzar a un auditorio particular y sin importar la grandes audiencias.

#### **4. 3. OBJETIVOS**

##### **Objetivo general**

- Proporcionar información de calidad a los jóvenes, de entre 15 a 25 años, acerca del deporte amateur.

##### **Objetivos específicos**

- Utilizar los recursos informativos y técnicos de la radio para difundir el atletismo.
- Informar al público sobre los beneficios a la salud que produce la práctica del atletismo.
- Fomentar una cultura deportiva como una manera para prevenir enfermedades entre el auditorio.
- Abordar los temas deportivos de la radio a través de contenidos formativos.

#### 4. 4. PÚBLICO

Las estaciones comerciales<sup>122</sup> tienen un objetivo básico: ser un negocio que reporte ganancias económicas a sus dueños. Para cumplir este propósito realizan un amplio análisis de los gustos y preferencias del auditorio al que piensa dirigir su mensaje, porque sólo asegurándose de ser escuchado conseguirán el patrocinio para sus programas, es decir, llevan a cabo un estudio de mercado.<sup>153</sup>

Por ende, al proponer un programa para que sea transmitido a través de una estación comercial, el productor debe también realizar un estudio de mercado con el fin de conocer las características y los hábitos de consumo radial del público al que va dirigido su mensaje.

Además, la interpretación de la información del estudio de mercado le permitirá al productor conocer al auditorio poco atendido por los otros programas y radiodifusoras.<sup>123</sup> Ya que actualmente los programas radiofónicos deben estar dirigidos a un público específico, así lo señala Arturo Merayo "la radio debe especificar su programación, crear nichos de mercados sin importar las audiencias mayoritarias, es decir, buscar contenidos específicos y directos para esos nichos particulares."<sup>124</sup>

---

<sup>122</sup> Radio Comercial: las emisoras comerciales obtienen del Gobierno Federal la concesión de una banda de transmisiones por el sistema de la libre empresa, es decir, son libres para obtener ganancias de sus transmisiones... Pertenecen a empresarios y su financiamiento proviene de la venta de sus tiempos de programación... UAMX. *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica*. México, 1988, p.128.

<sup>123</sup> Estudio de mercado: es aquella investigación de mercado que busca conocer los gustos, las actitudes, las motivaciones, las preferencias, las necesidades, etc. del público consumidor para poder llevar a cabo la propaganda eficaz de ciertos productos. *Ibid.*, p.153.

<sup>124</sup> *Ibid.*, p. 149.

<sup>124</sup> Olivares, Juan José. "La radio debe dar más importancia a las audiencias definidas, consideran expertos. *La Jornada*, 23 de mayo de 2002, p. 8.

A partir de esta idea de llegar a un público poco atendido y específico, y con base en el análisis de audiencia que realizó la ARVM en el 2001, se determinó que el programa radiofónico sobre atletismo estará dirigido un público juvenil de entre 15 a 25 años que habita en la ciudad de México y que practica el deporte amateur. Para tener un sustento más preciso a continuación se presentan los siguientes datos aportados por el INEGI y la ARVM.

De 1998 a 2000 la población mexicana creció 30 millones 636 mil 579. Actualmente existen aproximadamente 97 millones 483 mil 412 de mexicanos. En la franja de entre 15 a 29 años México cuenta con 27 millones 221 mil personas. Además, es preciso señalar que de un universo de 58.3 millones mexicanos, según un estudio del INEGI y CODEME, sólo 8.9 millones realiza deporte, de los cuales la mayor parte son jóvenes de entre 15 a 24 años, pues suman 4.3 millones.<sup>125</sup>

De acuerdo con estas estadísticas México es un país de jóvenes, los cuales son usuarios frecuentes de la radio y de la televisión, así lo indica la séptima entrega de consumo cultura y de medios del periódico Reforma.<sup>126</sup>

#### Usuarios Frecuentes de Medio por Edad (2001)

	Televisión	Radio	Cine	Computadora	Internet	Periódicos
16 a 17 años	96%	86%	63%	53%	37%	25%
18 a 29 años	83%	86%	62%	47%	37%	37%

Estos datos marcan las pautas de consumo de la radio y por consiguiente para el programa de atletismo. Ya que es preciso señalar nuevamente, que la radio es el medio de mayor influencia entre la población mexicana. Así lo indica la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, al

<sup>125</sup> www.inegi.gob.mx

<sup>126</sup> "Séptima entrega del consumo cultural y los medios". Reforma. Sábado 21 de abril del 2001, p. 2C.

argumentar que la radio alcanza 99 por ciento de presencia en el Valle de México, pues en promedio cada hogar cuenta con cuatro aparatos de radio.

A decir también de la ARVM, este alcance de la radio entre la población mexicana está ligado con los hábitos de consumo de la programación radiofónica, en donde el mexicano se expone al radio 3:10 horas diarias en promedio. El nivel socioeconómico que más oye las ondas hertzianas es el D (ingresos de entre 5 y 10 salarios mínimos) con 3.17 horas diarias, es decir, la clase baja. Asimismo, indica que son las mujeres quienes más escuchan la radio (3.18 horas diarias) y en cuanto a la edad son los mayores de 55 años los que escuchan radio (3.37 horas).

#### Exposición a la radio por edades

<b>GRUPO DE EDADES</b>	<b>EXPOSICIÓN DIARIA A LA RADIO/ HR.</b>
7 A 12 AÑOS	2:06 HRS.
13 A 18 AÑOS	2:24 HRS.
19 A 29 AÑOS	3:13 HRS.
30 A 40 AÑOS	3:28 HRS.
44 A 54 AÑOS	3:27 HRS.
55 A MÁS AÑOS	3:37 HRS.

La frecuencia Modulada es la preferida por la mayor parte del auditorio, predominando los jóvenes que sintonizan las emisoras que ofrecen novedades musicales, a diferencia de AM que es escuchada por los adultos que prefieren programación de contenido.

<b>EDADES</b>	<b>FM</b>	<b>AM</b>
7 a 12 Años	76%	13%
13 a 18 Años	86%	13%
19 a 24 Años	83%	16%
25 a 35 Años	74%	25%
36 a 45 Años	63%	36%
46 años +	47%	52%

La preferencia por escuchar radio se mantiene estable durante todo el día, según el siguiente cuadro por bloques de horarios.<sup>127</sup>

HORARIO	RATING	PORCENTAJE
6 A 10 HORAS	5.6 PUNTOS	35.8 %
13 A 15 HORAS	5.7 PUNTOS	34.5 %
17 A 21 HORAS	2.9 PUNTOS	33.8 %

En cuanto a los tipos de programas que prefiere escuchar la gente a través de la radio, en los últimos cinco años, son los musicales, según la séptima y novena entrega de consumo de cultura y medios del periódico reforma.<sup>128</sup>

De la siguiente lista ¿qué tipo de programa prefiere escuchar?

Tipo de Programa	1999 / 2000	Tipo de Programa	2002 / 2003
Música	77% / 60%	Música	82% / 79%
Noticiarios	39% / 35%	Noticiarios	36% / 49%
Entrevistas	29% / 24%	Entrevistas	23% / 22%
Deportes	19% / 15%	Consejos o Psicol.	- / 22%
Espectáculos	- / 15%	Salud	- / 20%
Discusión política	10% / 13%	Deportes	15% / 19%
Orientación fam.	14% / 13%	Espectáculos	17% / 16%
De variedad	- / 11%	Asesoría jurídica	- / 6%
Cultura	13% / 9%		
Concursos	6% / 9%		
Cocina	4% / 6%		
La hora nacional	5% / 4%		
Radio novelas	3% / 2%		
Religión	2% / 2%		

<sup>127</sup> Rating: porcentaje de la población total que escucha un programa de radio o televisión a determinada hora.

Valor de punto de rating: es el uno por ciento del universo de la población que está considerada en el estudio.

Share: porcentaje de personas que tienen el radio o televisión encendidos y que consumen determinado programa.

Costo por Millar: gasto económico para hacer llegar un mensaje a miles de personas.

Fuente: Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

<sup>128</sup> "Séptima entrega del consumo cultural y los medios". Reforma. Viernes 20 de abril del 2001, p. 2C.

"Novena entrega del consumo cultural y los medios". Reforma. Viernes 25 de febrero del 2003.

En cuanto a las estaciones que prefiere la gente escuchar, predominan las musicales, según la novena entrega de consumo de cultura y medio del periódico reforma.

ESTACIÓN	PORCETAJE
LA Z 107. 3 FM	10%
RADIO RED 110 AM	9%
UNIVERSAL STEREO 92.1 FM	6%
Kc BUENA 92. 9 FM	5%
RADIO FÓRMULA	5%
STEREO JOYA 93. 7 FM	5%
DIGITAL 99 / 99.3 FM	4%
MIX FM / 106. 9 FM	4%
ÓRBITA 105. 7 FM	4%
STEREO 97. 7 FM	4%
ALFA 91. 3 FM	3%
AMOR 95. 3 FM	3%
RADIO ACTIVO 98. 5 FM	3%
EXA FM / 104. 5	2%
XEW	2%
OTRAS ESTACIONES	18%

En cuanto al rating las estaciones musicales tienen mayor puntuación entre los jóvenes e incluso entre los adultos, así los señala el siguiente cuadro proporcionado por la ARVM.

#### RATING DE (18 A 24 AÑOS)

ESTACIÓN	RATING	(MILES DE PERSONAS)
LA Z	1.43	38, 877
RADIO ACTIVO 98.5	1.29	35, 071
DIGITAL 99	1.26	34, 256
ÓRBITA 105. 7	0.97	26, 371
EXA FM	0.94	25, 556
ESTÉREO 97.7	0.93	25, 284
ALFA RADIO	0.93	25, 284
RADIO UNO	0.81	22, 021
LA NUEVA AMOR	0.72	19, 575
ESTEREO JOYA	0.70	19, 031

Fuente: INRA

### RATING DE (35 A 44 AÑOS)

ESTACIÓN	RATING	(MILES DE PERSONAS)
ESTEREO JOYA	2.34	46, 873
LA Z	1.85	37, 057
UNIVERSAL ESTEREO	1.72	34, 453
RADIO FÓRMULA AM	1.48	29, 646
RADIO FÓRMULA FM	1.12	22, 435
LA NUEVA AMOR 45. 3	1.09	21, 834
RADIO UNO	0.96	19, 230
ESTEREO 97.7	0.83	16, 626
RADIO RED AM	0.74	14, 823
SABROSITA 100. 9	0.68	13, 621

Fuente: INRA

Estos datos sobre los hábitos de consumo de la radio entre la población mexicana indican que la población en promedio escucha radio tres horas al día y los tipos de programas de mayor audiencia son los musicales. Y las personas adultas, de bajo ingresos y el sexo femenino son las que más se exponen a las ondas hertzianas.

De acuerdo a estas estadísticas se propone que el programa de atletismo será dirigido a los jóvenes de entre 15 a 25 años y que practican alguna actividad física, porque se pretende llegar a un público desatendido por las estaciones y por los programas deportivos. Además es preciso señalar que se debe buscar contenidos específicos y directos con el fin de alcanzar a un auditorio particular sin importar el mayoritario.

Asimismo, se debe dejar en claro lo siguiente: "aunque los programas selectivos no marcan numéricamente en el rating, si adquieren gran fuerza de opinión y de venta especializada."<sup>129</sup>

<sup>129</sup> Garza, Ramiro. *La Radio actual*. México, 1996, p. 176.

La radio al ser un medio de gran alcance entre los jóvenes también se pretende que el programa sea una alternativa para prevenir problemas de tabaquismo y drogadicción, pues según el catedrático José Ramón Calvo, miembro del Comité Latinoamericano de la Lucha contra el Tabaquismo "si un adolescente no inicia el consumo de tabaco a los 19 años, menos del 10 por ciento de los jóvenes lo harán".<sup>130</sup>

Este dato de la pauta para fomentar una cultura deportiva entre los jóvenes y así prevenir otras afectaciones, como la obesidad, pues de acuerdo con la última Encuesta Nacional de Nutrición, el 52 por ciento de la población femenina (entre 20 y 49 años) presenta problemas de obesidad y sobre peso, debido al sedentarismo y la mala alimentación.<sup>131</sup>

Asimismo, el seleccionar a un público de entre 15 a 25 años es para orientarlos en términos de atletismo, porque es la edad amateur establecida por la CONADE para que un deportista pueda participar en los eventos de la Olimpiada Juvenil, la cual es a partir de los 15 años, y en la Universiada que se tiene como límite hasta los 25 años.

#### 4. 5. HORARIO TENTATIVO DE LA TRANSMISIÓN

El horario de transmisión del programa será de las 20:00 a las 20:30 horas todos los miércoles, porque el radioescucha normalmente se encuentra ya en su casa después de haber realizado sus actividades del día, como ir a la escuela o al trabajo. Entonces tendrá la oportunidad de ponerle más atención y así captar y entender la información que se maneja en el programa. Además las emisiones nocturnas están dirigidas a todos los miembros de la familia y clases sociales. Durante este tiempo también es característico transmitir noticias, música y resúmenes deportivos.<sup>132</sup>

<sup>130</sup> Lara, Paul. Nicotina, la droga más adictiva: OMS. *Milenio, diario*, martes 4 de junio de 2002, p.37.

<sup>131</sup> Rodríguez, Ruth. "Padecer sobre peso 52% de mujeres en México". *El Universal*, lunes 26 de agosto de 2002, p. A17.

<sup>132</sup> De Anda y Ramos, Francisco. *La radio. El despertar del gigante*. México, 1997, p. 399.

Ya que en la mañana la gente se encuentra alistándose para irse al colegio o al trabajo, por ende no le prestaría la atención debida, ya que está preocupado porque no se le haga tarde. Mientras en el mediodía y en la tarde el radioescucha juvenil no se encuentra en un lugar que le permitan escuchar la radio, pues regularmente está en la biblioteca realizando su tarea, en el entrenamiento y práctica deportiva, o aún sigue en el colegio o en el trabajo. De ahí la necesidad de establecer un horario nocturno.<sup>133</sup>

Cabe señalar que la preferencia por escuchar radio se mantiene estable durante todo el día, salvo con una ligera caída en la noche, según datos estadísticos de rating de la ARVM. Por ende al pretenderse llegar a un público desatendido por las estaciones y por los programas deportivos se busca alcanzar a un auditorio particular sin importar las audiencias mayoritarias del horario.

HORARIO	RATING	PORCENTAJE
6 A 10 HORAS	5.6 PUNTOS	35.8 %
13 A 15 HORAS	5.7 PUNTOS	34.5%
17 A 21 HORAS	2.9 PUNTOS	33.8%

Asimismo, se toma como referencia la programación de la estación Estadio 590 AM, en donde se pretende transmitir la emisión, pues en el horario de 20:00 a 21:00 horas se pasa un programa enlazado desde California, el cual habla sobre el fútbol de Latinoamérica, con la misma tendencia de decir los resultados de todos los partidos y comentar las jugadas. Tal vez, a manera de propuesta, para aportarle variedad a la programación de la estación sería mejor darle la oportunidad a un programa deportivo con un contenido formativo y diferente al balompié, ya que en el horario de 18 a 20 horas también se pasa una emisión relacionada con el fútbol mexicano.

<sup>133</sup> *Ibid.*, p. 398.

Además, en la programación de la televisión aún en ese horario no han comenzado las telenovelas estelares en Televisa y TV Azteca, las cuales inician a las 21 horas.

En cuanto al día se elige el miércoles porque de acuerdo a la programación de Estadio 590 los fines de semana, es decir viernes, sábados y domingos, son utilizados para transmitir los partidos de fútbol soccer, en dar resúmenes de los marcadores de cada encuentro como vayan terminado e incluso también transmiten el fútbol americano y beisbol, por ello al elegir un día que marque la mitad de semana permite abordar otros deportes ya que regularmente no hay competencias, las cuales saturan la barra de programación.

Asimismo, se tiene la oportunidad de preparar los contenidos de las secciones con información de calidad y de contactar a los entrevistados, así lo señala Mariano Cebrián Herreros "La periodicidad semanal otorga un tiempo mayor para efectuar una mejor elaboración de los contenidos... Esta cadencia permite una información de mayor calidad, pasar de las noticias efímeras a los hechos profundos."<sup>134</sup> Además permite cubrir, durante el fin de semana, los eventos amateur para dar información acerca de ellos e incluso anunciar las próximas competencias.

#### 4. 6. DURACIÓN DEL PROGRAMA

La duración del programa se determina de acuerdo a los cortes comerciales y de los promocionales que transmite la Estación Estadio 590 AM durante su programación. Según el departamento de continuidad, encargada de programar las pausas comerciales de esta emisora, un programa que dura una hora se distribuye de la siguiente manera.

---

<sup>134</sup> Cebrián Herreros, Mariano. *Información radiofónica, mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid, 1994, p. 503.

Por ejemplo, el programa *Desde el entrenamiento* que se transmite de lunes a viernes, en el horario de 12 a 13 horas, tiene un tiempo efectivo de 44 minutos, ya que se transmiten cuatro bloques comerciales con una duración total de 13 minutos. Además, al inicio de cada programa y al finalizar éste se debe dejar 3 minutos de espacio en total para el informativo a la hora y con el fin de introducir las entradas y salidas institucionales de las emisiones.

### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA *DESDE EL ENTRENAMIENTO*

12:00	Identificación de estación y entrada institucional
12:01	Programa
12:11	Corte Comercial (4 comerciales y 1 spot gubernamental)
12:14	Programa
12:24	Corte Comercial (4 comerciales, 1 promocional y 2 spots gubernamentales)
12:28	Programa
12:36	Corte Comercial (3 comerciales, y 2 spots gubernamentales)
12:39	Programa
12:47	Corte Comercial (4 comerciales, 1 promocional y 2 spots gubernamentales)
12:50	Programa
12:58	Salida institucional y Boletín a la hora
13:00	

Mientras que el programa de beisbol, *Tres y dos cuenta máxima*, el cual se transmite de lunes a viernes de 21 a 21:30 horas, tiene un tiempo efectivo de 21 minutos, ya que se transmiten dos bloques comerciales con una duración total de 6 minutos. Aquí también se deja un espacio de tres minutos para el informativo la hora y las entradas y salidas institucionales.

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA TRES Y DOS CUENTA MÁXIMA

21:00	Identificación de estación y entrada institucional
21:01	Programa
21:12	Corte Comercial (3 comerciales y 2 spots gubernamentales, 1 promocional de estación)
21:15	Programa
21:20	Corte Comercial (3 comerciales y 3 spots gubernamentales)
21:23	Programa
21:28	Salida institucional e identificación de estación

A partir de los datos proporcionados por el departamento de continuidad de la estación Estadio 590 AM, específicamente sobre el tiempo efectivo que tienen una emisión de 30 minutos, se determinó que el programa sobre atletismo tendrá una duración de 20 minutos con el fin de adaptarse a los bloques comerciales de dicha emisora.

Asimismo, la duración de 20 minutos se fundamenta por ser una revista deportiva formativa, en donde se manejará información acerca de los beneficios a la salud que produce la práctica del deporte amateur, pues el auditorio que sintoniza la radio no está acostumbrada a recibir información de calidad. Entonces al darse cuenta que es otro tipo de contenidos puede restarle atención, como lo señala de algún modo Mariano Cebrián Herreros "La duración idónea para la capacidad atencional de los radioyentes en un programa formativo- válido también para un informativo- se sitúa entre quince o veinte minutos".<sup>135</sup>

El programa al ser una radiorevista tiene también el sustento teórico en cuanto a su duración, por parte de Mario Kaplún, quien señala que "Para radioperiódicos y radiorevistas, que constan de varias secciones se aconseja una duración de treinta y sesenta minutos, aunque la emisión debe de estar en relación directa a su interés, calidad y empatía con el oyente".<sup>136</sup>

<sup>135</sup> Cebrián Herreros, Mariano. *Información radiofónica: mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid, 1994, p. 445.

<sup>136</sup> Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. Quito, 1978, p. 275.

Por ende, el programa al especializarse en el tema del atletismo el tiempo de 20 minutos es razonable, porque permite introducir las distintas secciones que se manejan en este género (cápsulas informativas, entrevistas, reportajes, crónicas, comentarios de especialistas y del público) de una manera equitativa y así aportar variedad a la información, para evitar en el auditorio un entendimiento erróneo de la temática. Asimismo, se podrán responder todas las dudas que surjan en el auditorio, porque la emisión le dará una participación más activa al público.

#### 4. 7. NÚMERO DE PROGRAMAS

El programa constará de 24 emisiones en una primera etapa, pues se le debe dar la oportunidad al público para que lo identifique, lo conozca y puede emitir su postura de aceptación o rechazo, así lo indica Mario Kaplún "En efecto la experiencia ha demostrado que existe para todo programa de radio una especie de *barrera de sonido* la cual es necesario atravesar y para ello se necesita un tiempo suficiente de seis meses..."<sup>137</sup>

Al atravesar esa barrera de sonido en el público se va a determinar qué cambios hay que realizar en cuanto a secciones y contenidos relacionados con el deporte amateur, ya que no puede durar siempre con la misma estructura, como señala Arturo Merayo Pérez "Para determinar que es un programa de radio, partimos de una consideración básica en la que se ha venido insistiendo: la radio tiene carácter temporal. Los mensajes ocupan un tiempo determinado y están condicionados por ese mismo tiempo".<sup>138</sup>

---

<sup>137</sup> *Ibid.*, p. 273.

<sup>138</sup> Merayo Pérez, Arturo. *Para entender la radio: estructura del proceso informativo radiofónico*. Salamanca 1992, p. 235.

Este carácter temporal se relaciona también con la decisión de plantear 24 emisiones, pues de acuerdo a los gustos y preferencias del auditorio al que se piensa dirigir el mensaje formativo se analizará si el programa está cumpliendo su objetivo de enriquecer al público y si ha sido capaz de mantener una audiencia.

#### 4. 8. CONTENIDO E ÍNDICE TEMÁTICO

En el contenido general del programa se hablará del atletismo y de los beneficios a la salud que se obtienen al practicarlo con el propósito de promover el deporte entre los jóvenes; a través de cápsulas históricas, reportajes, entrevistas y comentarios, con la participación de entrenadores, médicos, nutriólogos, psicólogos, atletas, directivos y radioescuchas.

La selección de la propuesta de contenidos a tratar en los diferentes programas se establece con base en el objetivo general del proyecto y al tipo de público al que se dirige la emisión. Es decir, proporcionar información de calidad, a los jóvenes de 15 a 25 años, acerca del deporte amateur como una medida para prevenir enfermedades cardíacas y fomentar la práctica del atletismo.

Asimismo, se consultaron a los profesores Horacio Fierros y Jaime Whaly, entrenador de atletismo de la Universidad de las Américas y de la UNAM, respectivamente. También se fundamentó en las investigaciones realizadas por el periódico Reforma, a través de su sección deportiva *A correr*, en donde se indica qué recomendaciones debe seguir un corredor amateur al momento de ejercitarse o prepararse para una competencia. Además, se consultaron los libros, *Cómo correr, programa fitness*; *Sudar para triunfar y, Atletismo, iniciación y perfeccionamiento*; los cuales aportan consejos, temas y recomendaciones sobre la práctica de las diferentes disciplinas del atletismo.

- 1.- Cómo realizar ejercicio por primera vez
- 2.- Los beneficios a la salud que se obtienen al practicar el atletismo.
- 3.- El atletismo, deporte amateur con antigüedad.
- 4.- La vestimenta y el calzado que se utiliza al realizar ejercicio o al practicar atletismo.
- 5.- La importancia del calentamiento y el estiramiento antes y después del ejercicio o de una competencia.
- 6.- El tipo de terreno más recomendable para correr.
- 7.- Los horarios y los climas apropiados al practicar atletismo.
- 8.- Qué alimentación debe llevar un joven atleta.
- 9.- El factor de la hidratación en el deporte.
- 10.- Qué complementos alimenticios deben ingerirse en la etapa amateur.
- 11.- Las cualidades físicas y motoras del joven atleta.
- 12.- A qué edad se comienza a practicar el atletismo.

- 13.- Los beneficios y las afectaciones fisiológicas que adquiere una mujer joven al practicar atletismo.
- 14.- La diferencia entre hacer ejercicio y entrenar en la etapa de la juventud.
- 15.- Cómo prevenir lesiones cuando se practica el atletismo o una rutina de ejercicios.
- 16.- La psicología que se aplica en los jóvenes atletas para mejorar su rendimiento.
- 17.- Los valores sociales que se adquieren con el atletismo.
- 18.- ¿Cuáles son las responsabilidades del entrenador?
- 19.- Las responsabilidades de los padres para fomentar el deporte entre sus hijos.
- 20.- Las responsabilidades de un joven como un deportista.
- 21.- ¿Cómo pueden fomentar los jóvenes el deporte entre sus familiares?
- 22.- Las institucionales gubernamentales y el deporte juvenil.
- 23.- El dopaje, un problema que atenta contra el deporte amateur.
- 24.- ¿Por qué es necesaria la revisión médica durante la práctica del atletismo?

#### 4. 9. FORMATO

En el programa radiofónico se utilizará el formato de la radiorrevista con un contenido formativo, porque es un género que utiliza varias formas de expresión periodísticas como: notas informativas, reportajes, entrevistas, crónicas, comentarios a través de diferentes secciones e incluso maneja piezas musicales relacionadas con el tema tratado en la emisión. Esto le aportará dinámica e interés por la variedad informativa que se va a tratar.

En esta radiorrevista se abordará información formativa que está dirigida a un auditorio que práctica deporte por placer o para competir, por ende paulatinamente lo hará interesar más en la emisión, hasta el grado de hacerlo reflexionar acerca de la temática tratada en el programa. De ahí que se manejen distintas secciones aunque se realicen de una manera rápida. El manejo del lenguaje radiofónico es importante también con el objetivo de hacer llegar la intención del mensaje a los radioescuchas.

#### 4. 10. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Programa *Ganadores*

Primer bloque

- Entrada institucional.
- Música que identifica al programa.
- Reportaje.
- Presentación de locutores.
- Cápsula histórica.

## Segundo bloque

- Cortinilla de regreso de comerciales.
- Fondo musical.
- Intervención de locutores (dan paso a la entrevista).
- Cortinilla de la entrevista.
- Entrevista.
- Cápsula histórica.

## Tercer bloque

- Cortinilla de regreso de comerciales.
- Música de fondo.
- Intervención de locutores.
- Cortinilla de noticias.
- Resumen de noticias acerca del atletismo.
- Fondo musical.
- Intervención de locutores (comentando dudas del público).
- Cortinilla de las próximas competencias.
- Información de próximas competencias.
- Música que identifica al programa.
- Despedida de locutores.
- Salida institucional.

#### 4. 11. ESTILO DEL PROGRAMA Y LENGUAJE A UTILIZAR

El programa tendrá un estilo dinámico, ágil y entretenido, en donde se aprovecharán los recursos del lenguaje radiofónicos (voz, música, efectos y silencios) a través de una estructura o combinación adecuada con el fin de obtener una emisión atractiva y así estimular la imaginación del auditorio con el propósito de propiciar su participación, pero principalmente que entienda el mensaje propuesto en la emisión.

En la emisión se emplearán voces juveniles tanto masculinas y femeninas, las cuales intervendrán en la conducción de los reportajes, cápsulas, resúmenes de noticias, cortinillas y entradas institucionales con el objetivo de darle variedad y ritmo al programa. También para que el público identifique las distintas secciones a manejar en la emisión.

La música del programa en general denotará movimiento y dinámica, aunque en los reportajes, las cápsulas, las cortinillas y las entradas institucionales la melodía se utilizará de acuerdo a lo que se quiera expresar en cada aspecto.

Asimismo, la música que vestirá a las secciones del programa tendrá un sello característico, esto significa, que la melodía que se empleó tendrá un ritmo que denote su inicio y final con remate musical.

El estilo del programa pretende también que los cuatro elementos sonoros del lenguaje radiofónico sean aprovechados al momento de utilizar las formas de expresión periodísticas (notas informativas, crónicas, reportajes, entrevistas, comentarios) así como en las distintas secciones del programas con el propósito de hacer más entendible el mensaje transmitido a través de la radio.

En el programa se utilizará un lenguaje sencillo y coloquial, es decir, no se hablará con tecnicismos o con alguna palabra altisonante, la cual provoque una mala interpretación de la información. Asimismo será dinámico, con frases cortas y directas, por ende tendrá en la conducción una voz joven que le dará frescura y alegría a la emisión.

#### **4. 12. NECESIDADES TÉCNICAS Y HUMANAS**

Para llevar a cabo el proyecto radiofónico se necesita un equipo técnico y humano, el cual se utilizará durante la preproducción y realización del programa.

##### **Equipo técnico**

I.- Una cabina de grabación equipada con el siguiente material:

- Consola o mezcladora.
- Un minidisco o Dat.
- Reproductor de discos compactos.
- Reproductor de casetes (Deck).
- Una grabadora de cinta de carrete abierto.
- Dos aparatos con línea telefónica (con híbridos).
- Tres micrófonos fijos.
- Tres audífonos.

II. Una computadora con Internet.

III. Cinco discos para minidisco o Dat, con el propósito de grabar la producción del programa como es: entradas y salidas institucionales, cortinillas, puentes musicales o ráfagas.

IV. Cintas de carrete abierto para grabar voz en frío.

V. Casete para grabar el programa en vivo.

#### **Equipo humano**

- I. Productor.
- II. Asistente de productor.
- III. Guionista.
- IV. Un reportero.
- V. Tres locutores.
- VI. Operador.
- VII. Musicalizador.
- VIII. Una telefonista.
- IX. Un redactor de noticias.

#### **4. 13. PLAN DE PRODUCCIÓN**

Para la realización del programa se tiene contemplado un plan de trabajo, en donde se especifican por día las actividades a realizar por cada uno de los integrantes del equipo de producción, de acuerdo a las secciones y con el propósito de establecer un orden para no tener problemas cuando se entregue el programa correspondiente de la semana, el cual se transmitirá los miércoles de 20:00 a 20:30 horas.

LUNES	Se graba y edita reportaje y cápsulas históricas.
MARTES	Se realiza guión del programa y una junta de producción. También se revisan detalles que hagan falta.
MIÉRCOLES	Transmisión en vivo del programa. También se seleccionan temas para las siguientes emisiones.
JUEVES	Se planean reportajes y cápsulas históricas con su respectivo guión
VIERNES	Selección de música, se contactan los invitados para las entrevistas y se busca información de atletismo.
SABADO	Se cubren las distintas competencias.
DOMINGO	Se cubren las distintas competencias.

#### 4. 14. POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Al directivo de una emisora comercial siempre le interesa saber si un programa es vendible.<sup>139</sup> Por ello, es necesario que en este proyecto se mencionen a los posibles patrocinadores de la emisión, tomando en cuenta que está relacionado con el deporte amateur y que va dirigido a un público específico

Las empresas que podrían patrocinar<sup>140</sup> al programa son las siguientes:

**New Balance:** la marca de ropa y calzado deportivo podría ser un patrocinador potencial para el programa de atletismo, ya que esta empresa apoya a campañas que promuevan la prevención contra el cáncer y afectaciones cardíacas, pues a decir, del director general de esta marca en México, Gustavo Robles, “ la parte deportiva y la salud van de la mano.”<sup>141</sup>

<sup>139</sup> Pérez Hernández, Merio Alberto. *Prácticas radiofónicas. Manual del productor*. México, 1998, p. 136.

<sup>140</sup> Patrocinar: Sufragar una empresa, con fines publicitarios, los gastos de un programa de radio o televisión, de una competición deportiva o de un concurso. *Diccionario Enciclopédico Larousse*. México, 2001, p. 724.

<sup>141</sup> Reforma. Deportes. Sábado 13 de diciembre de 2003, p. 5D.

Por consiguiente, el programa de atletismo al ser una alternativa para prevenir enfermedades podría ser apoyado por la empresa New Balance, la cual tendría un espacio en la radio con el propósito de promocionar sus productos deportivos entre los radioescuchas.

**Powerade:** la bebida rehidratante, de la empresa Coca- cola, podría también ser un patrocinador de la emisión, pues esta marca firmó en el 2003 un convenio con la CONADE para que sea la bebida oficial de la delegación mexicana antes y durante los Juegos Olímpicos de Atenas, Grecia, 2004, y con el propósito de apoyar al deporte amateur.<sup>142</sup>

Por tanto, el programa radiofónico al estar relacionado con la promoción de una cultura deportiva a través del atletismo, a la empresa le podría interesar este proyecto, ya que puede promocionar su producto entre la gente que practica el deporte amateur y a los cuales les brinda su apoyo, según el convenio firmado con la CONADE.

Además, la bebida powerade se inclina por apoyar al atletismo, ya que es patrocinador de algunas de las figuras del atletismo mexicano, como es la velocista Ana Gabriela Guevara, así como de las carreras amateur de 10 y 5 kilómetros organizadas por las Federación Mexicana de Atletismo y diversos centros deportivos de la Ciudad de México.<sup>143</sup>

**Tiendas Martí y Metas promocionales deportivas:** estas tiendas de artículos deportivos podrían ser una opción para patrocinar el programa, ya que se caracterizan por apoyar la logística de las carreras de 5 y 10 kilómetros organizadas por las estaciones de radio Multivisión e Imagen, así

---

<sup>142</sup> [www.conade.com.mx](http://www.conade.com.mx)

<sup>143</sup> Reforma. Deportes. Jueves 11 de diciembre de 2003, p. 2d.

como del maratón de la Ciudad de México; por ello al tener una inclinación por el atletismo se pueden interesar en el proyecto radiofónico con el fin de tener un espacio en donde se difundan sus productos y los eventos deportivos que están bajo su responsabilidad.<sup>144</sup>

El sector gubernamental también podría apoyar al programa radiofónico por medio de su personal y equipo de especialistas relacionados con el deporte e incluso le podrían dar difusión a la emisión entre los diversos sectores de la sociedad a los cuales atiende.

**Secretaría de Salud:** El sector salud al estar interesado en prevenir enfermedades entre la gente, de acuerdo a su campaña *prevenIMSS*, podría apoyar al programa con personal médico para que promuevan los beneficios que produce a la salud la práctica del deporte y así combatir los índices de mortalidad relacionados con los problemas cardiovasculares, que son la primera causa de muerte en México, según el último reporte del INEGI. También con el propósito de prevenir la diabetes a través del ejercicio, porque en los últimos años se ha incrementado el número de pacientes, así, lo establece la OMS, al afirmar que el país ocupa el primer lugar de personas diabéticas en América Latina.

**Secretaría de Educación Pública:** La SEP de acuerdo con el artículo número once de la Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía debe estar comprometida en promover programas de interés cívico y cultural. Este aspecto podría adaptarlo al proyecto radiofónico acerca del atletismo porque el deporte ayuda a obtener beneficios a nivel socio-afectivos, según la OMS. Por ejemplo, enseña a asumir la responsabilidad y aceptar las normas, estimula la participación, canaliza la agresividad, mejora la autoestima, promueve el trabajo en equipo, favorece el autocontrol y motivar a los niños y jóvenes a tener un rendimiento académico aceptable.

---

<sup>144</sup> [www.asedeporte.com.mx](http://www.asedeporte.com.mx)

**Instituto Mexicano de la Juventud:** Esta institución podría ser un factor de apoyo en cuanto a promoción y difusión del programa entre los distintos grupos juveniles que agrupa, porque siempre ha tenido el propósito de incentivar la cultura deportiva entre los jóvenes con el objetivo de alejarlos de las drogas y de la delincuencia.

**CONADE y Federación Mexicana de Atletismo:** Estos dos organismos deportivos podrían apoyar el programa con personal, a través de entrenadores, médicos, psicólogos, nutriólogos y atletas, con el objetivo de proporcionar información de calidad en voz de los propios especialistas. Asimismo, estas instituciones tendrían un espacio para dar a conocer las actividades, proyectos y competencias organizadas en materia de atletismo.

#### 4. 15. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA

##### Equipo Humano

Personal	X Programa	X 24 Programas	Resultados
Productor	\$ 2, 000.00	\$ 48, 000.00	Sub. Total = \$ 48, 000. IVA = \$ 7, 200. Total = \$ 55, 200.
Asistente de producción	\$ 1, 000.00	\$ 24, 000.00	Sub. Total = \$ 24, 000. IVA = \$ 3, 600. Total = \$ 27, 600.
Guionista	\$ 1, 500.00	\$ 36, 000.00	Sub. Total = \$ 36, 000. IVA = \$ 5, 400. Total = \$ 41, 400.
Reportero	\$ 1, 800.00	\$ 43, 200.00	Sub. Total = \$ 43, 200. IVA = \$ 6, 480. Total = \$ 49, 680.
3 Locutores 1 Loc. = \$ 1, 600. 00 por 3 Locutores. = \$ 4, 800. 00	\$ 4, 800. 00	\$ 115, 200. 00	Sub. Total = \$ 115, 200. IVA = \$ 17, 280. Total = \$132, 480.
Operador	\$ 600.00	\$ 14, 400.00	Sub. Total = \$ 14, 400. IVA = \$ 2, 160. Total = \$ 16, 560.
Musicalizador	\$1, 200.00	\$ 28, 800.00	Sub. Total = \$ 28,800. IVA = \$ 4, 320. Total = \$ 33, 120.
Telefonista	\$ 700.00	\$ 16, 800.00	Sub. Total = \$ 16,800. IVA = \$ 2, 520. Total = \$ 19, 320.
Redactor	\$ 1, 200.00	\$ 28, 800.00	Sub. Total = \$ 28,800. IVA = \$ 4, 320. Total = \$ 33, 120.

## Equipo Técnico

Material	X Programa	X 24 programas	Resultados
Cabina de grabación que incluye: una consola, un minidisco o dat, reproductor de discos compacto y casete, una grabadora de cinta de carrete abierto, dos aparatos telefónicos, tres micrófonos y audífonos. 1 hora = \$ 1, 000. por 1 ½ = \$ 1, 500	\$ 1, 500.00	\$ 36, 000. 00	Sub. Total = \$ 36, 000. IVA = \$ 5, 400 Total = \$ 41, 400
5 minidiscos para grabar la producción (entrada y salida institucional, puentes musicales, ráfagas, cortinillas y cápsulas históricas. 1 minidisco = 42. 000 por 5 = \$210. 00	\$ 8.75. (es un resultado que le puede corresponder cada programa)	\$ 210. 00	Sub. Total = \$ 210. 00 IVA = \$ 31. 50 Total = \$ 241. 50
5 cintas de carrete abierto para grabar voz en frío. 1 cinta = \$ 70. 00 por 5 = \$ 350. 00	\$ 14. 58 (es un resultado que le puede corresponder cada programa)	\$ 350. 00	Sub. Total = \$ 350. 00 IVA = \$ 52. 50 Total = \$ 402. 50
20 casete virgen para grabar el programa en vivo y para reporteros. 1 casete = \$ 9.00 por 20 = \$180. 00	\$ 7. 50 (es un resultado que le puede corresponder cada programa)	\$ 180. 00	Sub. Total = \$ 180. 00 IVA = \$ 27. 00 Total = \$ 207. 00
2 grabadoras chicas para reportero. 1 grabadora = \$ 400. 00 por 2 = \$ 800. 00	\$ 33. 33 (es un resultado que le puede corresponder cada programa)	\$ 800.00	Sub. Total = \$ 800. 00 IVA = \$ 120. 00 Total = \$ 920. 00
Papelería	\$ 41. 66 (es un resultado que le puede corresponder cada programa)	\$ 1,000. 00	Sub. Total = \$ 1000. 00 IVA = \$ 150. 00 Total = \$ 1, 150. 00

### Resumen Final

	<b>X Programa</b>	<b>X 24 programa</b>
<b>Equipo Humano</b>	Sub. Total = \$ 14, 800. 00 IVA = \$ 2, 220. 00 <b>Total = \$ 17, 020. 00</b>	\$ 408, 480. 00
<b>Equipo Técnico</b>	Sub. Total = \$ 1, 605. 82 IVA = \$ 240. 87 <b>Total = \$ 1, 846. 69</b>	\$ 44, 320. 56

### Resultados Finales

	<b>X Programa</b>	<b>X 24 programa</b>
<b>Equipo Humano</b>	\$ 17, 020. 00	\$ 408, 480. 00
<b>Equipo Técnico</b>	\$ 1, 846. 69	\$ 44, 320. 56
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18, 866. 69</b>	<b>\$ 452, 800. 56</b>

**Nota:** Las cotizaciones de cada miembro del equipo humano y de los estudios de grabación se adquirieron de la página de la Internet del Instituto Mexicano de la Radio, en el 2002. Por su parte, el precio del material de grabación se tomó en cuenta de las tiendas electrónicas de la calle, República de el Salvador, en el Centro Histórico capitalino. Posteriormente, se hizo el cálculo matemático por programa y por las 24 emlsiones que durará el proyecto.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**DURACIÓN: 25 MINUTOS.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**  
**FORMATO DE GUIÓN DEL PROGRAMA PILOTO 1.**

1. OPERADOR:                    ENTRADA INSTITUCIONAL
- 2.
3. OPERADOR:                    ENTRA MÚSICA EXPECTANTE EN P.P. SE MANTIENE Y BAJA
4.                                        DE FONDO.
- 5.
6. LOC. 1. HOMBRE:                (SERIO) Te gustaría correr, saltar o caminar; más rápido, más alto,
7.                                        más fuerte y competir para obtener una medalla por la buena salud
8.                                        (INTERROGANTE) ¿pero no sabes cómo?... (ALEGRE) no te
9.                                        preocupes, aquí está...
- 10.
11. OPERADOR:                    VOZ EN REVER.
- 12.
13. LOC. 1. HOMBRE:                *Ganadores ...*
- 14.
15.                                        ... el único programa de atletismo que dice cómo, cuándo y dónde
16.                                        practicarlo a la manera de un campeón. Así que ¡en sus marcas!
17.                                        ¡listos!...
- 18.
19. OPERADOR:                    DASAPARECE MÚSICA DE FONDO.
- 20.
21. OPERADOR:                    EFECTOS DE DISPAROS DE UNA PISTOLA.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 1. HOMBRE: (ALEGRE) comenzamos...
- 2.
3. OPERADOR: EFEECTO DE AMBIENTE DE PERSONAS EN UN ESTADIO.
- 4.
5. OPERADOR: CORTINILLA DEL REPORTAJE.
- 6.
7. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P. SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.
- 8.
- 9.
10. LOC. 1. HOMBRE: (ALEGRE) Investigaciones especiales presenta, el reportaje ganador de la semana...
- 11.
- 12.
13. OPERADOR: BAJA A DESAPARECER MÚSICA DE FONDO.
- 14.
15. OPERADOR: ENTRA REPORTAJE.
- 16.
17. OPERADOR: EFEECTO DE LLUVIA.
- 18.
19. OPERADOR: ENTRA MÚSICA AFRICANA DE TAMBORES. EN P.P SE MANTIENE Y DESAPARECE.
- 20.
- 21.
22. OPERADOR: EFEECTO DE UNA EXPLOSIÓN DE BOMBA.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. **OPERADOR:** ENTRA MÚSICA ACTIVA EN P.P SE MANTIENE Y BAJA  
2. HASTA DESAPARECER.  
3.  
4. **LOC. MUJER:** (SERIA) El caminar, correr, saltar o lanzar son habilidades naturales  
5. del ser humano que ha puesto en práctica desde su aparición en la  
6. tierra, primero como un medio de subsistencia y posteriormente en  
7. una actitud específica de la vida.  
8.  
9. **OPERADOR:** EFECTO DE AMBIENTE DE SELVA.  
10.  
11. **LOC. MUJER:** (SERIA) Al dominar estas capacidades físicas y al adaptarlas a su  
12. medio en el cual se desarrollaba, tiene la necesidad de ejercitarse por  
13. placer, movimiento y para competir... Es entonces cuando nace en el  
14. hombre el espíritu deportivo.  
15.  
16. **OPERADOR:** ENTRA MÚSICA GRIEGA ANTIGUA. EN P.P. SE MANTIENE Y  
17. BAJA HASTA DESAPARECER.  
18.  
19. **LOC. MUJER:** (SERIA) La práctica de correr o caminar ha sido interpretada y  
20. utilizada, de acuerdo a su propia cosmovisión, por algunas culturas  
21. antiguas... Un ejemplo claro son los griegos, quienes se ejercitaban  
22. por salud, para competir y por estética... Dichas referencias han  
23. retomado importancia en la actualidad.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:                    EFECTOS DE PISADAS DE UNA PERSONA CORRIENDO.
- 2.
3. LOC. MUJER:                    (ALEGRE) Correr es tan sencillo, al igual que poner un pie adelante
4.    del otro... Por ende esta habilidad se emplea desde la infancia hasta a
5.    la vejez, sin tomar en cuenta cómo se realiza... Pero cuando se quiere
6.    hacerlo de una manera constante, para ejercitarse, la mayoría de la
7.    gente no sabe cómo empezar y mucho menos la forma correcta de
8.    llevarlo a cabo... Habla el entrenador de Atletismo de la CONADE,
9.    Julio César Gómez...
- 10.
11. OPERADOR:                    ENTRA INSERT DE ENTREVISTA DEL ENTRENADOR JULIO
12.    CÉSAR GÓMEZ.
- 13.
14. OPERADOR:                    ENTRA RÁFAGA.
- 15.
16. LOC. MUJER:                    (ENFÁTICA) El saber cómo empezar a correr le permite evitar
17.    lesiones y le ayuda a mejorar su técnica de carrera con el propósito de
18.    ahorrar tiempo y energía o de no cansarse rápidamente.
- 19.
20. OPERADOR:                    ENTRA INSERT DE ENTREVISTA DEL ENTRENADOR JULIO
21.    CÉSAR GÓMEZ.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:            ENTRA RÁFAGA.
- 2.
3. LOC. MUJER:            (TRANQUILA) Los especialistas en activación física hablan de tres  
 4. puntos para llevar a cabo la práctica de un deporte o de correr...  
 5. Primero es necesario tener una valoración médica...  
 6.  
 7. En segundo término buscar la asesoría de un entrenador con el fin de  
 8. obtener un programa de ejercicios... Y por último establecer sus  
 9. propios objetivos del por qué quiere practicar un deporte.  
 10.
11. OPERADOR:            ENTRA PUENTE MUSICAL DINÁMICO.
- 12.
13. LOC. MUJER:            (ENFÁTICA) Estos tres aspectos son importantes ya que cada  
 14. individuo tiene una fisiología diferente de acuerdo a su edad, sexo o si  
 15. padece una enfermedad, como la diabetes, la obesidad o problemas  
 16. relacionados con el corazón.  
 17.
18. OPERADOR:            INSERT DE LA ENTREVISTA DEL ENTRENADOR JULIO  
 19. CÉSAR GÓMEZ.
- 20.
21. OPERADOR:            ENTRA RÁFAGA.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL, 2002.**

1. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE. EN FADE SE MANTIENE Y BAJA  
 2. HASTA DASAPARECER.

3.

4. LOC. MUJER: (SERIA) Al tener lista la valoración médica, la vestimenta adecuada  
 5. para corredor, es decir, un short, una playera y uno tenis, así como la  
 6. selección de un terreno, se comienza con la rutina mediante un  
 7. calentamiento con un trote ligero de 10 minutos y estiramientos...

8.

9. Posteriormente se desarrolla el trabajo fuerte, que en un principio es  
 10. de 30 minutos y por último se hacen ejercicios de flexibilidad y  
 11. relajación.

12.

13. OPERADOR: ENTRA EN P.P PUENTE MUSICAL DINÁMICO.

14.

15. LOC. MUJER: (TRANQUILA) Cabe mencionar que existen más recomendaciones al  
 16. empezar a correr o cuando se realiza esporádicamente. Por ello se  
 17. recomienda tener la asesoría de un entrenador o de llevar a cabo las  
 18. acciones ya mencionadas.

19.

20. OPERADOR: EFECTOS DE RONQUIDOS.

21.

22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.  
TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.  
FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. MUJER: (IRÓNICA) Así que no se duerma o ponga miles de pretextos como el  
2. 75 por ciento de la población mexicana que no realiza ejercicio...  
3.
4. OPERADOR: EFEECTO DE DESPERTADOR.  
5.
6. LOC. MUJER: (ALEGRE)... levántese a correr todas las mañanas o en su tiempo  
7. libre...  
8.
9. OPERADOR: ENTRA DE FONDO MÚSICA ALEGRE.  
10.
11. LOC. MUJER: (ENFÁTICA)... pero recuerde que la actividad física por si sola no  
12. cura todos los males o le cambian su vida de inmediato, pues se  
13. requiere trabajo diario y lo más importante voluntad...  
14.
15. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO Y HACE FADE.  
16.
17. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P Y BAJA A FONDO.  
18.
19. OPERADOR: EFEECTO DE APLAUSOS.  
20.  
21.  
22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL, 2002.**

1. LOC. 2. HOMBRE: (ALEGRE) ¿Qué tal amigos? Muy buenas tardes... Cómo han estado,  
 2. espero que bien. Es un placer darles la bienvenida a una emisión más  
 3. de su programa *Ganadores*, correspondiente al 3 de abril del 2002, mi  
 4. nombre es Misael Martínez, yo estaré acompañándote en los próximos  
 5. 25 minutos con lo más relevante acerca del atletismo. Así que ponte  
 6. cómodo...

7.

8. OPERADOR: ENTRA RÁFAGA MUSICAL.

9.

10. LOC. 2. HOMBRE: (ENFÁTICA) Como ya escucharon en el reportaje trataremos el tema  
 11. de cómo empezar hacer ejercicio, este un asunto básico en la  
 12. activación física...

13.

14. (IRÓNICA) A cuantos de ustedes les ha pasado que cuando  
 15. comienzan a hacer ejercicio, lo primero que hacen al llegar al  
 16. deportivo es empezar a correr demasiado aprisa, como caballos  
 17. desbocados... (SILENCIO) después de cinco minutos ya están  
 18. cansadísimos y con la lengua de fuera...

19.

20. (ENFÁTICA) ¡Ah!.. Peor aún si van acompañados de la novia, del  
 21. novio, de los amigos o de los papás, los quieren impresionar de su  
 22. excelente condición física que a la postre resulta ser lo contrario.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. Con el fin de evitar esa situación y para no quedar en ridículo,
2. invitamos a nuestra cabina al profesor Horacio Fierros, entrenador de
3. atletismo de la Universidad de las Américas, campus Insurgentes, él
4. nos dará las primeras acciones a seguir para empezar a realizar
5. ejercicio.
- 6.
7. Asimismo, tendremos las notas de los atletas nacionales e
8. internacionales, así como nuestra acostumbrada sección de las
9. recomendaciones, que en este fin de semana tiene programadas
10. competencias interesantes.
- 11.
12. (ALEGRE) Recuerda que nuestro punto de contacto para que emitas
13. tus comentarios, sugerencias y dudas, es a través de la vía telefónica...
- 14.
15. OPERADOR: EFEECTO DE TELÉFONO.
- 16.
17. LOC. 2. HOMBRE: ... el número aquí en cabina es el 5388 04 02... Ahora vamos a una
18. breve pausa comercial y cuando regresemos platicaremos con nuestro
19. invitado, así que no le cambies.
- 20.
21. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO Y HACE FADE.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:                    CÁPSULA HISTÓRICA.
- 2.
3. OPERADOR:                    EFEECTO DE REGRESIÓN EN EL TIEMPO.
- 4.
5. OPERADOR:                    ENTRA MÚSICA DISCO EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A
6.                                        FONDO.
- 7.
8. OPERADOR:                    VOZ EN REVER.
- 9.
10. LOC. 1. HOMBRE:            (SERIO) En el año 776 Antes de Cristo, Corebus, originario del
11.                                        pueblo griego Elis, triunfó en la prueba de carrera, convirtiéndose en
- 12.:                                        el primer campeón Olímpico de la historia.
- 13.
14. OPERADOR:                    BAJA HASTA DESAPARECER MÚSICA DE FONDO.
- 15.
16. OPERADOR:                    CORTE COMERCIAL.
- 17.
18. OPERADOR:                    CORTINILLA DE REGRESO DE COMERCIALES.
- 19.
20. OPERADOR:                    ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P SE MANTIENE Y BAJA
21.                                        HASTA DESAPARECER.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 1. HOMBRE: (ENFÁTICO) Anda con los músculos, corre con los pulmones, galopa
2. con el corazón, resiste con el estómago y llega a la meta con el
3. cerebro, continuamos con...
- 4.
5. OPERADOR: VOZ EN REVER.
- 6.
7. LOC. 1. HOMBRE: *Ganadores...*
- 8.
9. OPERADOR: HACE FADE FONDO MUSICAL
- 10.
11. OPERADOR: CORTINILLA DE ENTREVISTA
- 12.
13. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE. EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A
14. FONDO.
- 15.
16. LOC. 1. HOMBRE: (ENFÁTICA) Sólo los grandes triunfadores tienen un espacio selecto
17. entre los ganadores a través de la entrevista...
- 18.
19. OPERADOR: HACE FADE MÚSICA DE FONDO.
- 20.
21. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A
22. FONDO.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.  
TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.  
FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 2. HOMBRE: (ALEGRE) Nuestro número telefónico es el 5388 04 02, apuntalo
2. bien, por si quieres preguntarle cualquier cosa al profesor Horacio
3. Fierros, quien ya está aquí en la mesa de los ganadores...
- 4.
5. El profesor desde 1988 ha estado involucrado en el mundo del
6. atletismo, primero como atleta y posteriormente como entrenador de
7. la CONADE, después formó parte del Instituto Mexicano del Seguro
8. Social y actualmente es entrenador de la Universidad de las
9. Americas...
- 10.
11. Bienvenido profesor. Muy buenas tardes, nos da mucho gusto que esté
12. aquí para platicar acerca de cómo empezar a hacer ejercicio, ya que es
13. un problema tanto en los jóvenes como en los adultos...
- 14.
15. OPERADOR: HACE FADE MÚSICA DE FONDO.
- 16.
17. LOC. 2. HOMBRE: **CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA.**
- 18.
19. 1. ¿Qué se entiende por actividad física?
- 20.
21. 2. ¿ Existe un proceso previo antes de empezar de lleno a realizar
22. ejercicio?

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

- 1.
- 2.
3. ¿ Las personas que padecen alguna enfermedad o que tienen una
4. composición física diferente, en cuánto tiempo verán resultados al
5. hacer ejercicio?
- 6.
- 7.
8. 4. ¿Cuándo se le considera a una persona que ya sabe correr
9. adecuadamente?
- 10.
- 11.
12. 5. ¿Por qué el atletismo es un deporte básico para la salud?
- 13.
- 14.
- 15.
- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.
- 21.
- 22.

10. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE DE FONDO.

- 11.
12. LOC. 2. HOMBRE: (ENFÁTICO) Ahora ya saben los elementos necesarios para empezar
13. a correr por primera vez... ojalá los pongan en práctica con el fin de
14. evitar lesiones o por lo menos para no quedar en ridículo...Y recuerda
15. que tú participación es fundamental, para ello sólo marca el 5388-04-
16. 02...
- 17.
18. Por lo pronto vamos a una pausa comercial, porque regresando
19. tendremos toda la información de los ganadores tanto a nivel
20. profesional como amateur.
- 21.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. **OPERADOR:**                    **SUBE MÚSICA Y HACE FADE.**
- 2.
3. **OPERADOR:**                    **CÁPSULA HISTÓRICA.**
- 4.
5. **OPERADOR:**                    **EFECTO DE REGRESIÓN EN EL TIEMPO.**
- 6.
7. **OPERADOR:**                    **ENTRA MÚSICA EN P. P. SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
- 8.
9. **OPERADOR:**                    **VOZ EN REVER.**
- 10.
11. **LOC. 1. HOMBRE:**            **(SERIA) La palabra atletismo proviene del griego *athlon* que significa**
12.    **lucha, competencia, combate y sintetiza el conjunto de ejercicios**
13.    **corporales que corresponden a las actividades físicas del hombre.**
- 14.
15. **OPERADOR:**                    **HACE FADE MÚSICA DE FONDO.**
- 16.
17. **OPERADOR:**                    **CORTE COMERCIAL.**
- 18.
19. **OPERADOR:**                    **CORTINILLA DE REGRESO DE COMERCIALES.**
- 20.
21. **OPERADOR:**                    **ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P SE MANTIENE Y HACE**
22.    **FADE OUT.**

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 2. HOMBRE: (ALEGRE) Si tienes alguna duda acerca del tema que tratamos en la  
 2. entrevista con el profesor Horacio Fierros, no te quedes con ella y  
 3. exprésala a través de nuestro número telefónico el 5388 04 02, porque  
 4. se las haremos llegar para que él mismo las responda puntualmente.  
 5.  
 6. Mientras tanto pasemos con nuestra compañera Sofia Salinas... que  
 7. en esta ocasión tiene información del campeonato de atletismo de las  
 8. universidades privadas, de la tercera edición de la carrera Imagen y de  
 9. la reaparición en los 400 metros planos de la campeona mexicana,  
 10. Ana Gabriela Guevara y del Campeonato Europeo bajo techo, pero  
 11. mejor escuchemos lo siguiente...  
 12.
13. OPERADOR: CORTINILLA DE NOTICIAS.
- 14.
15. OPERADOR: ENTRA MÚSICA DINÁMICA EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A  
 16. FONDO.  
 17.
18. LOC. 1. HOMBRE: (ALEGRE) A nivel mundial existen también ganadores todo el año,  
 19. entérate a máxima velocidad de sus resultados y marcas en...  
 20.
21. OPERADOR: VOZ EN REVER.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 1. HOMBRE: *Notatletas...*
2. OPERADOR: HACE FADE MÚSICA DE FONDO.
- 3.
4. OPERADOR: RESUMEN DE NOTICIAS.
- 5.
6. OPERADOR: ENTRA MÚSICA DINÁMICA EN P.P. PLANO SE MANTIENE Y  
 7. BAJA A FONDO.
- 8.
9. LOC. MUJER: (ALEGRE) Bienvenidos al acontecer atlético tanto a nivel nacional e  
 10. internacional... comenzamos rápidamente porque tenemos muchísima  
 11. información...
- 12.
13. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO. SE MANTIENE Y VUELVE A  
 14. BAJAR.
- 15.
16. LOC. MUJER: (SERIA) En la primera jornada de este domingo del campeonato de  
 17. atletismo de universidades privadas correspondiente a la región  
 18. Centro. El Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México y la  
 19. Universidad Iberoamericana Santa Fe tuvieron una excelente  
 20. participación al adjudicarse la mayor parte de las pruebas de  
 21. velocidad.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. Al actor inaugural celebrado en el estadio Jesús Martínez *Palillo* de la
2. Ciudad Deportiva, asistieron el jefe de gobierno capitalino, Andrés
3. Manuel López Obrador, así como el titular de la CONADE, Nelson
4. Vargas y el secretario de Educación Pública, Reyes Tamez.
- 5.
6. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO, SE MANTIENE Y BAJA.
- 7.
8. LOC. MUJER: (SERIA) El keniano George Okworo se adjudicó la versión
9. vigesimosexta del Medio Maratón Internacional Zapopán 2002, con
10. un tiempo de una hora, cuatro minutos y siete segundos.
- 11.
12. En la rama femenil, la mexiquense Dulce María Rodríguez alcanzó la
13. posición de honor al cronometrar una hora, 13 minutos y siete
14. segundos...
- 15.
16. La competencia fue clasificatoria para el Mundial de la especialidad,
17. por lo que los mexiquenses Eduardo Rojas y Dulce María Rodríguez,
18. quienes lograron la marca, asistirán directamente a la justa
19. internacional.
- 20.
21. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO, SE MANTIENE Y BAJA.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. MUJER: (SERIA) La campeona mexicana Ana Gabriela Guevara reivindicó su  
 2. recuperación atlética al imponerse en la prueba de los 400 metros,  
 3. con un registro de 51 Segundos 28 segundos, durante la versión  
 4. trigesimosegunda de los Relevos de la Escuela Superior de Educación  
 5. Física, celebrada en la Ciudad de México.  
 6.
7. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO. SE MANTIENE Y BAJA.  
 8.
9. LOC. MUJER: (SERIA) Ya para finalizar, la rusa Svetlana Feofanova logró un nuevo  
 10. récord mundial de salto con garrocha, tras superar los 4.75 metros y  
 11. adjudicarse el oro en el Campeonato Europeo de atletismo en pista  
 12. cubierta de Viena, Austria...  
 13.
14. Por su parte, la eslovena Jolanda Ceplak estableció también una nueva  
 15. marca mundial al ganar la final de los 800 metros, con un tiempo de  
 16. un minuto con 55 centésimas.  
 17.
18. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO. SE MANTIENE Y VUELVE A  
 19. BAJAR.  
 20.
21. LOC. MUJER: (ALEGRE) Hasta aquí lo más importante en materia de atletismo.  
 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:                    SUBE MÚSICA DE FONDO SE MANTIENE Y BAJA HASTA
2.                                    DESAPARECER.
- 3.
- 4.
5. OPERADOR:                    ENTRA MÚSICA ALEGRE. EN P.P SE MANTIENE Y HACE
6.                                    FADE.
- 7.
8. LOC. 2. HOMBRE:            (ALEGRE) Ya estamos en la parte final del programa y es un placer
9.                                    que nos sigas escuchando, pero si tú apenas nos acabas de sintonizar
10.                                  te damos también la bienvenida y te agradecemos tu compañía...
- 11.
12.                                  Nos da gusto que hayas entablado una comunicación por medio del
13.                                  5388 04 02, porque ya hemos recibido muchísimas llamadas
14.                                  telefónicas...
- 15.
16.                                  Una de las llamadas es la de nuestro amigo Alberto Medina, de la
17.                                  delegación Coyoacan, quien nos pregunta: cuál es el significado de la
18.                                  palabra *Nike*...
- 19.
- 20.
- 21.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. Este termino es de origen griego y hace referencia a un personaje
2. mitológico, considerada como la diosa de la victoria en Olimpia...
3. Posteriormente, en la década de 1970 se le puso así a una marca
4. deportiva, en honor a los primeros tenis utilizados por el corredor de
5. fondo Viren Faustein, de Estados Unidos.
- 6.
7. Nuestra amiga Blanca Sánchez nos felicita por el programa y nos
8. pregunta: ¿A qué hora es más recomendable correr?...
- 9.
10. Lo preferible es hacerlo por la mañana y temprano, entres las seis y
11. ocho de la mañana...
- 12.
13. En primera porque te va a permitir tener todo el día para recuperarte
14. del esfuerzo físico y en segunda estimulará tu disciplina...
- 15.
16. A todos nuestros amigos que se comunicaron a la cabina les
17. agradecemos su molestia de haber hablado y les ofrecemos una
18. disculpa por no leer todos sus comentarios al aire, pero tengan la
19. seguridad que sus opiniones serán canalizadas y contestadas... Ahora
20. les dejamos esto...
- 21.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:                    CORTINILLA DE RECOMENDACIONES.
- 2.
3. OPERADOR:                    EFECTO DE UN GRITO DE CAIDA.
- 4.
5. OPERADOR:                    ENTRA MÚSICA ACTIVA. EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A  
6.                                    FONDO.
- 7.
8. LOC. 1. HOMBRE:                (IRÓNICO) Ya no hagas más salidas en falso por despistado...
9.                                    (ALEGRE)... mejor relájate y escucha con atención las
10.                                    recomendaciones en cuanto a competencias y eventos atléticos de
11.                                    mayor importancia...
- 12.
13. OPERADOR:                    DESAPARECE MÚSICA.
- 14.
15. LOC. 2. HOMBRE:                (ALEGRE) Ya preparaste tu lápiz y papel, porque en esta ocasión te
16.                                    daremos muchas sugerencias para que tu puedas competir o asistir a
17.                                    los siguientes eventos atléticos...
- 18.
19. OPERADOR:                    ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A  
20.                                    FONDO.
- 21.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 2. HOMBRE: (ALEGRE) Si te gusta correr en medio de un ambiente ecológico...  
2. entonces te invitamos a que participes el próximo domingo 24 de  
3. marzo en la séptima carrera Jorge Belmenen, la cual se llevará a cabo  
4. en el Bosque de Aragón a partir de las 8:30 de la mañana, mediante un  
5. recorrido de 10 kilómetros certificados por la Federación Mexicana de  
6. Atletismo...  
7.  
8. Las inscripciones se realizarán en la puerta número diez del Bosque  
9. de Aragón o en su defecto, una hora antes de la competencia... el  
10. costo será de tan sólo ochenta pesos... No te la puedes perder estará  
11. sensacional.  
12.  
13. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO SE MANTIENE Y VUELVE A  
14. BAJAR.  
15.  
16. LOC. 2. HOMBRE: (ALEGRE) En segundo término te recomendamos a que asistas  
17. puntualmente al selectivo de la Región Centro para la Universiada  
18. Nacional, que organiza la Comisión Nacional del Deporte Estudiantil,  
19. en el Estadio Olímpico de Ciudad Universitaria, el próximo 8 y 9 de  
20. abril, a partir de las nueve de la mañana...  
21.  
22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. No te lo puedes perder porque tendrás la oportunidad de observar a las
2. máximas estrellas del atletismo amateur del país, quienes buscan un
3. boleto para participar en la Universiada Nacional, que se realizará en
4. Baja California Norte, el próximo mes de mayo.
- 5.
6. OPERADOR: SUBE MÚSICA DE FONDO SE MANTIENE Y BAJA.
- 7.
8. LOC. 2. HOMBRE: (ALEGRE) ¿Alguna vez haz tenido la oportunidad de competir en la
9. noche?... si no es así, entonces vive la gran experiencia de correr la
10. séptima Carrera Nocturna de Ciudad de Satélite...
- 11.
12. La cual se llevará a cabo el próximo 13 de abril a partir de las 19:30
13. horas, con salida y meta en el Centro Cívico, ubicado en Circuito
14. Médicos, número 77 de Satélite, la distancia a recorrer será de cinco
15. kilómetros...
- 16.
17. Además, habrá carreras infantiles, de 100, 400 y mil metros planos,
18. las cuales iniciarán en punto de las seis de la tarde...
- 19.
20. Las inscripciones se realizarán en el establecimiento de Meta
21. Promociones Deportivas... No dejes pasar la oportunidad de tener un
22. rato ameno a través de la práctica del ejercicio.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:            SUBE MÚSICA DE FONDO SE MANTIENE Y VUELVE A  
 2.                                BAJAR.  
 3.  
 4. LOC. 2. HOMBRE:        (ALEGRE) Hasta aquí lo más importante en cuanto al calendario  
 5.                                atlético de la próxima semana, ahora sólo elige la carrera que más te  
 6.                                guste de acuerdo a tu preparación física y disfrutarlas al máximo.  
 7.  
 8. OPERADOR:                ENTRA MÚSICA ALEGRE. EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A  
 9.                                FONDO.  
 10.  
 11. LOC. 2. HOMBRE:        (ALEGRE) Ahí tienen las competencias de mayor relevancia que se  
 12.                                realizarán el próximo fin de semana, asiste a inscribirte porque aún  
 13.                                estas a tiempo para participar e integrarte al reventón deportivo del  
 14.                                atletismo o sino por los menos acude a echarles porras a los  
 15.                                competidores...  
 16.  
 17. OPERADOR:                BAJA MÚSICA HASTA DESAPARECER.  
 18.  
 19. OPERADOR:                ENTRA MÚSICA DISCO Y BAJA A FONDO..  
 20.  
 21.  
 22.  
 23.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. LOC. 2 HOMBRE: (ALEGRE): Con estas recomendaciones finaliza el programa
2. *Ganadores*, les agradecemos su atención y le hacemos una atenta
3. invitación para que nos escuchen la próxima semana para darles a
4. conocer todo lo relacionado con el atletismo.
- 5.
6. Así que recuerda que el deporte es salud y la salud es vida. Hasta
7. luego.
- 8.
9. SUBE MÚSICA DE FONDO Y HACE FADE.
- 10.
11. OPERADOR: SALIDA INSTITUCIONAL.
- 12.
13. OPERADOR: ENTRA MÚSICA ALEGRE EN P.P SE MANTIENE Y BAJA A
14. FONDO.
15. OPERADOR:
16. (ENFÁTICA) El esfuerzo de la competencia ha sido demasiado
17. agotador, pero gracias a tu espíritu deportivo y voluntad has logrado
18. LOC. 1. HOMBRE: cruzar la meta final... conviértete en un campeón sintonizando la
19. siguiente emisión de...
- 20.
- 21.
- 22.

**NOMBRE DEL PROGRAMA: GANADORES.**  
**TEMA: CÓMO REALIZAR EJERCICIO POR PRIMERA VEZ.**  
**FECHA DE GRABACIÓN: ABRIL 2002.**

1. OPERADOR:            VOZ EN REVER.

2.

3. LOC. 1. HOMBRE:        Ganadores el próximo miércoles por está misma frecuencia...

4.

5. OPERADOR:            HACE FADE OUT MÚSICA DE FONDO.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

21.

22.

## CONCLUSIONES

El proponer un programa de atletismo que proporcione información de calidad, entre los jóvenes de 15 a 25 años, acerca del deporte amateur, objetivo final de este trabajo, no pretende acabar con las emisiones deportivas, donde sólo se dan resultados y comentarios de las competencias. Tampoco encontrar *el hilo negro de las cosas* sino nada más abordar otro tipo de temáticas, es decir, emitir información que beneficie la salud y el bienestar social del radioescucha.

Si bien es cierto, que el hablar de fútbol y dar resúmenes de los resultados es justificable el fin de semana, porque en México la mayoría de la población es aficionada al balompié, no es razón suficiente para que todos los días de la semana se dé información del mismo tema, caso específico la estación Estadio 590, que transmite 24 horas de las cuales más del 70 por ciento está relacionada con el aspecto futbolístico.

De ahí la insistencia y preocupación de que si esta estación se enfoca solamente al rubro deportivo, ¿por qué no darle también un espacio en su barra de programación a otros deportes, los cuales aporten un beneficio fisiológico, psicológico y social, y que además lo pueda practicar la gente con facilidad?

Un deporte que puede aportar grandes beneficios a la salud de la gente, es el atletismo, pues tan sólo con correr 30 minutos al día se obtienen grandes beneficios físicos, así lo señaló la Organización Mundial de la Salud, en el marco de la celebración del Día Mundial de la Salud, el pasado 7 de abril de 2002, en donde el mensaje principal fue "Por tu salud, muévete".

La necesidad de que las estaciones y las emisiones le den por lo menos un espacio a los temas formativos del deporte, es un asunto prioritario porque en México la principal causa de

muerte entre la población son las enfermedades cardiovasculares, originadas por problemas de tabaquismo, obesidad, diabetes, sedentarismo y colesterol alto.

Por ende, la radio deportiva al ser escuchada por miles de personas podría ser una buena medida el proyectar programas para prevenir enfermedades y fomentar una cultura deportiva al abordar información de calidad, que haga reflexionar y estimular la participación de la gente con el fin de combatir estas afecciones.

Asimismo, al pretender abordar temas formativos es necesario que entre sus filas tenga gente preparada y especializada primero en la producción, conducción y periodismo radiofónico y después en la terminología deportiva.

Por ende, el especialista en la radio deportiva debe manejar los antecedentes históricos, géneros periodísticos, elementos del lenguaje y recursos técnicos de este rubro con el fin de aprovecharlos al máximo y así poder abordar contenidos y estructuras informativas que promueva la actividad física en beneficio de la salud.

Cabe señalar que el abordar temas formativos a través de la radio deportiva podría ser una utopía para los directivos de las estaciones comerciales, ya que a estas emisoras sólo les interesa obtener ganancias económicas por medio de sus programas, de ahí que nada más hablen acerca del deporte- espectáculo, como es el fútbol, pero en un tiempo no lejano los medios de comunicación, en específico la radio, se darán cuenta que el repetir y dar información de un mismo deporte es cansado para la gente y los hará voltear hacia otros contenidos, como es el deporte amateur, para establecer una programación en donde haya deporte para todos los radioescuchas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcoba López Antonio. Cómo hacer periodismo deportivo. Paraninfo. Madrid, 1993, 196 p.
- Alva de la Selva, Alma Rosa. Radio e ideología. Caballito. México, 1981, 137p.
- Arnheim Rudolf. Estética radiofónica. Gustavo Gil. Barcelona, 1980, 171p.
- Ander – Egg Ezequiel. Metodología del trabajo social. El ateneo, México, 1985, 244p.
- Arreguín J.L.M. Sistemas de comunicación y enseñanza. Trillas. México, 1983, 126 p.
- Balsebre, Armand. El lenguaje radiofónico. Cátedra. Madrid, 1994, 276 p.
- Berlo, David Kemeth. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y práctica. Ateneo. Buenos Aires, 1969, 239 p.
- Brown, Richard L. y Henderson Joe. Correr. Programa Fitness. Hispano Europea. Barcelona, 2000, 160 p.
- Caballero, Cristian. Introducción a la música. Adamex. México, 1990, 194 p.
- Cebrián Herreros, Mariano. Géneros informativos audiovisuales. Ciencia. Madrid, 1992, 458 p.

Cebrián Herreros, Mariano. Información radiofónica. Mediación técnica. tratamiento y programación. Síntesis. Madrid, 1994, 543 p.

Cebrián Herreros, Mariano. Diccionario de radio y televisión. Alhambra. Madrid, 1981, 375p.

De Anda y Ramos, Francisco. La radio. El despertar del gigante. Trillas. México, 1997, 512p.

De Luna, Arturo Ariel. Sudar para triunfar. Castillo. México, 1994, 305 p.

Díaz Mario, César. Aprendizaje de la música a nivel inicial. Buenos Aires, 1992, 171 p.

Eco, Humberto. Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Gdisa, México, 1986, 267 p.

Escalante D. Marco Vinicio. Comunicación radiofónica. Ciespal. Quito, Ecuador, 1986, 410p.

Figueroa Bermúdez, Romeo. ¡Qué onda con la radio! Alhambra mexicana. México, 1996, 536 p.

Fonseca Yerena, Socorro. Comunicación oral fundamentos y práctica estratégica. Pearson education. México, 2000, 224p.

- García Camargo, Jimmy. La radio por dentro y por fuera. Ciespal. Quito, Ecuador, 1986. 452 p.
- Galeano Ernesto, César. Modelos de comunicación. Macchi. Argentina, 1997. 142 p.
- Gargurevich, Juan. Géneros periodísticos. Belen. Quito, 1982, 290p.
- Guy Cornut. La voz. Fondo de Cultura Económica. México, 1985, 157 p.
- Hienz Dietrich. Nueva guía para la investigación científica. Planeta, México, 1996. 229 p.
- Irigoyen, Juan María. Cardiología y deporte. Gymnos. Madrid, 1999, 210 p.
- Kaplún, Mario. Producción de programas de radio. El guión. La realización. Cromocolor, México, 1978, 460 p.
- King Dewayne. Sabiduría para niños y jóvenes deportistas. Panorama. Estados Unidos, 1999, 96 p.
- Lazar, Judith. ¿Qué sé? La ciencia de la comunicación. Publicaciones Cruzó. México, 1995, 119 p.
- Leñero Vicente y Marín Carlos. Manual del periodismo. Grijalbo. México, 1986, 315 p.
- Linares Marco Julio. El guión. Elementos, formatos y estructuras. Alambra Universidad. México, 1989, 264 p.

Martín Vivaldi, G. Géneros periodísticos. Paraninfo. Madrid, 1987, 335 p.

Mansanilla, Ignacio. Conocer el atletismo. Gymnos. Madrid, 1995, 122 p.

Maximiliano Maza Pérez. Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión. Alhambra. México, 1994.

Mejía Prieto, Jorge. Historia de la radio y televisión. Colmenares. México, 1972, 322 p.

Merayo Pérez, Arturo. Para entender la radio: estructura del proceso informativo radiofónico. Universidad Pontificia. Salamanca, 1992, 466 p.

Montaner Pedro y Moyano Rafael. ¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la telemática. Alhambra. México, 1989, 156 p.

Ortiz Miguel Ángel y Volopinio Federico. Diseño de programas en radio. Paidós. Barcelona, 1995, 226 p.

Ortiz Miguel Ángel y Marchamalo Jesús. Técnicas de comunicación en radio. Paidós. Barcelona, 1994, 157 p.

Peredo, Roberto. Introducción al estudio de la comunicación. Ediciones de comunicación. México, 1986, 204 p.

Pérez Hernández, Mario Pérez. Prácticas radiofónicas. Manual del productor. Porrúa. México, 1998, 222 p.

Pilar. Victoria. Producción radiofónica. Técnicas básicas. Trillas. Florida, 1998, 124 p.

Polischuck Vitaly. Atletismo. iniciación y perfeccionamiento Paidotribio. Barcelona, 1996, 267 p.

Prado Emilio. Estructura de la información radiofónica. Mitre. Barcelona, 1981, 108 p.

Rebeli Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante. Experiencias en radio. Trillas. México, 1989, 314 p.

Reed. H. Blake- Edwino Haroldsen. Una taxonomía de conceptos de comunicación. Nuevomar. New York, 170p.

Ricci Bitti, Pio E. La comunicación como proceso social. Grijalbo. Bolonia, 1983, 290 p.

Rius Sant Joan. Metodología del atletismo. Paidotribio. España, 1989, 387 p.

Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Diana. México, 1987, 120 p.

Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdés. México, 1998, 437 p.

Rosa Sánchez Juan, J. Terminología de Educación Física y su didáctica. Universidad de Nuevo León. México, 1999, 461p.

Serra Grima, J.R. Cardiología en el deporte. Revisión de las clínicas. Springer- Verlag Ibérica. Barcelona, 1998, 246 p.

Sosa Plata, Gabriel y Esquivel Villar, Alberto. Las mil y un radios. Una historia, un análisis de la radiodifusión mexicana. Mc Graw Hill. México, 1997, 333 p.

UAMX. El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. Plaza y Valdés e IMER. México, 1988, p 214.

Williams Ray Mond. Historia de comunicación. Del lenguaje a la escritura. Comunicación. Barcelona, 1997, 268 p.

Zacatecas, Bertha. Vidas en el aire. Pioneros de la radio de México. Dina. México, 1996, 222 p.

#### HEMEROGRAFÍA

Revista Voces en el Aire, México, D.F. Año 1. Número 1. 15 de mayo de 1998. Sección cartelera, 15 p.

Revista Voces en el Aire, México, D.F. Año 1. Número 3. 16 de julio de 1998. pp. 27-29.

Revista Voces en el Aire, México, D. F. Año 1. Número 10. Segunda quincena de noviembre de 1998, pp. 5-7.

Revista Voces en el Aire, México, D.F. Año 1. Número 14. Segunda quincena de enero 1999. pp. 14-17.

Revista Voces en el Aire, México, D.F. Año 2. Número 24. 2000. Sección cartelera, 15 p.

Rivera Guerrero, Enrique. "Deporte y comunicación en México: autores y temáticas"

Revista Etcétera. Una ventana al mundo de los medios. México D. F. Agosto de 2001.

Gómez Valero, Carlos. "No hay sintonía en la radio" Revista Etcétera. Una ventana al mundo de los medios. México D. F. Número 23. Septiembre de 2002, p. 39.

Archunda, Mónica. "Males cardiacos, principal causa de muerte en mujeres y hombres" El Universal. Ciudad. México, D.F. viernes 22 de febrero de 2002, p.3

González Rodríguez, Sergio. "Séptima Entrega del Consumo Cultural y Medios" Radio. Reforma. Sec. Cultural. México, D.F. sábado 20 de abril del 2001, p. 2c.

Granados Chapa, Miguel Ángel. "Novena Entrega del Consumo y Cultura" Radio. Reforma. Sec. Cultural. México, D.F. viernes 25 de febrero del 2003, 2c.

Jiménez Jacinto, Rebeca. "Salud Pública causas de muerte, el infarto, la gran amenaza" El Universal. Estados. México, D.F. lunes 31 d julio de 2000, p. 2.

Lara, Paul. "Nicotina, la droga más adicta: OMS" Milenio. Diario. México, D.F. 4 de junio del 2002, p 37.

Magaña, Alfredo. "Arranca plan contra las adicciones". El Gráfico. El Universal. Política. México, D.F. jueves 29 de noviembre de 2001.

Olivares, Juan José. "La radio debe dar más importancia a las audiencias definidas, consideran expertos". La Jornada. México, D.F. 23 de mayo de 2002, p. 8.

Rodríguez, Juan C. "Música grupera, dueña, del rating radiofónico" Milenio. Diario. Tendencias. México, D.F. martes 22 de mayo del 2002, p. 37.

Rodríguez, Ruth. "Alertan sobre diabetes; es la tercera causa de muerte" El Universal. Nación. México, D.F. martes 15 de enero de 2002, p. 1.

Rodríguez, Ruth. "Padece sobre peso 52% de mujeres en México" El Universal. Nación. México, D.F. lunes 26 de agosto de 2002, p. A17.

Rodríguez, Ruth. "Promueven prevención contra males cardiacos" El Universal. Nación. México, D. F. Lunes 29 de septiembre de 2003, p. A 25.

Sánchez, Julián. "Consume tabaquismo a más mujeres y jóvenes" El Universal. Nación. México, D.F. sábado 31 de mayo de 2003.

Tapia Hernández, Rocío. "Aumentará en el país el número de diabéticos" Milenio. Diario. México, D.F. viernes 2 de enero del 2003, p. 7

Tapia, Andrés. "80 años a todo volumen" Reforma. Suplemento cultural El Ángel. México, D. F. Domingo 23 de septiembre del 2001, p. 2.

Wilkins, Federico. "Séptima Entrega del Consumo Cultural y los Medios" Televisión. Reforma. Sec. Cultural. México, D.F, miércoles 18 de abril del 2001, p. 4c.

#### **ENTREVISTAS A PERSONAJES DE LA RADIO DEPORTIVA**

**Alvarado Lauro**, ex productor de Televisa radio y Director de la escuela de locución Raúl del Campo Jr. 19 de septiembre de 2002.

**Cano Teodoro**, comentarista de Televisa deportes. 10 de Octubre del 2002.

**Domínguez Jesús**, conductor del programa *Comentando el fútbol* de ABC Radio 760 AM. 20 de octubre de 2002.

**Fernando Emillo**, conductor del programa *El fútbol y otras galaxias* y ex cronista de Televisa. 12 de septiembre de 2002.

**Sánchez Jorge**, conductor del programa *Súper Estadio*, Estadio 590 AM y CNI Canal 40. 14 de Octubre de 2002.

**Turhau Madanoglu**, comentarista de Estadio 590 AM y CNI Canal 40. 26 de agosto de 2002.

**Villavicencio Sonia**, productora de Estadio 590 AM. 9 de noviembre de 2002.

**Whaly Jalme**, colaborador del periódico La Jornada y ex comentarista del *programa Goya Deportiva* Radio UNAM 860 AM. 28 de noviembre de 2002.