



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
A C A T L A N

LA RADIO CULTURAL

RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

(UNAM). UN ESTUDIO DE CASO.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN P E RIODISMO

Y COMUNICACION COLECTIVA

P R E S E N T A

BENITEZ GONZALEZ GUILLERMO

ASESORA: LIC. EDITH A. MARTINEZ CHAVEZ

NAUCAIPAN, EDO. DE MEX.

SEPTIEMBRE DE 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



A MI MADRE
RITA GONZÁLEZ VIZCAINO



Sabiendo que jamás físicamente estarás conmigo, una forma de agradecerte Mama en esta vida de lucha y superación constante, es el dedicarte esta Tesis que inicie cuando estabas conmigo y que hoy la termino sin que estés a mi lado.

Deseo expresarte, que mis ideales, esfuerzos y logros han sido también tuyos inspirándome en ti Mama constituyendo el legado más grande que pudiera recibir, por que sin tu apoyo no hubiera podido lograr lo que hoy termino.

Madre te agradezco por haber permanecido a mi lado a lo largo de este camino, que hoy ha concluido con la terminación de este trabajo que te dedico a ti a un que sé, que no estarás conmigo para disfrutarlo, pero sé que desde el cielo estas muy contenta. Gracias madre por la confianza y el apoyo que necesité de ti y que me diste sin ninguna condición para poder llegar, por toda la paciencia y comprensión que recibí de ti, motivándome día con día cuando estuviste conmigo. Por haber compartido conmigo, mis fracasos y derrotas, que disfrutaste por igual, mis triunfos y alegrías, por el cariño otorgado sin merecerlo, el cual es un verdadero aliento para emprender hoy un nuevo camino.



A MI PADRE
LEONIDES BENITÉZ JUÁREZ

Por que gracias a tu inapreciable y arduo apoyo e logrado alcanzar
una meta en mi camino.

Y por forjar en mi un ser de provecho. Ahora más que nunca se
acrecentará mi cariño, admiración y respeto por ti Papa

A MIS HERMANOS
Juan José, Mario, Rosa, Yolanda, Alfonso e Irma.

Gracias por el apoyo, amor y comprensión que me han brindado
durante todos estos años de estudio y como un reconocimiento de
gratitud al haberme apoyado, para finalizar esta carrera, una de mis
metas, pero gracias principalmente por tener en ustedes a los mejores
hermanos.

Por todo esto mi entero y sincero agradecimiento.

ALAMUJER QUE A ESTADO SIEMPRE A MI LADO

Isela Guijosa García

A quien me ha heredado el tesoro más valioso que pueda darle a un hombre; Una Hija.

A quien sin escatimar esfuerzo alguno ha sacrificado gran parte de su vida. Me ha apoyado y aconsejado, A quien la ilusión de su vida ha sido estar conmigo.

A quien nunca podré pagarle ni con las riquezas más grandes del mundo te agradezco tu perdón, comprensión y amor.

A la reina de mi corazón que ha sido el motivo por el cual seguiré a delante luchando día a día con todas las fuerzas del mundo, que es la ilusión que esperaba y que nunca estará lejos de mí, a ti

Hija: Isela Benítez Guijosa

GRACIAS : Adriana Saucedo Martínez
A MI HIJO: Adrián Guillermo Saucedo

POR QUE GRACIAS A TU
PACIENCIA, COMPRENSIÓN,
ENTUSIASMO Y AMOR HE
ALCANZADO ESTA META.

POR TODOS ESOS MOMENTOS
DE AMARGURAS, JUEGOS Y
ALEGRÍAS EN LOS QUE
ESTUVISTE CON MIGO LOS
CUALES: QUÉ ME MOTIVARON A
SEGUIR ADELANTE POR TI Y
PARATI.

Índice

Introducción.

1. Antecedentes de la Radio Cultural	
1.1.	La Radio en México..... 1
1.2.	La Importancia de la Radio en México..... 5
1.3.	El perfil de una Radio..... 7
1.4.	La Radio Cultural..... 8
1.4.1.	Objetivos de la Radio Cultural..... 14
1.4.2.	La Primera Radio Cultural, Radio Educación..... 17
1.4.3.	Radio Emisoras Culturales..... 22
1.4.4.	Estaciones Culturales en México..... 24
1.4.5.	Estaciones Culturales de Provincia..... 26
1.5.	Radio Emisoras Comerciales de México..... 27
1.6.	Ventajas y Desventajas de la Radio Cultural y Comercial.... 30
1.7.	La Radiodifusión Universitaria en México..... 36
2. Semblanza de Radio Universidad Nacional Autónoma de México. 38	
2.1.	Cronología General de Radio UNAM de 1937 a 2001..... 44
2.2.	Base Legal de Radio UNAM..... 55
2.2.1	Tipología de Radio UNAM..... 55
2.2.2	Atribuciones Legales de Radio UNAM..... 56
2.3.	Estructura y organización en Radio UNAM..... 58
2.4.	Radio UNAM y su Programación..... 61

3. Análisis radiofónico, descriptivo de la estructura del discurso de las cápsulas informativas de Escaparate Cultural de radio UNAM. del 1 de julio al 27 de septiembre durante el 2002.	71
3.1. Bases del Departamento de Difusión Cultural , para la elaboración de las cápsulas.....	72
3.2. Selección de los temas, abordados en las cápsulas de Escaparate Cultural	73
3.3. Objetivo de difundir las cápsulas.....	74
3.4. Elementos sonoros en la elaboración de las Cápsulas de Escaparate Cultural.....	75
3.4.1. El lenguaje radiofónico.....	78
3.4.2. La voz.....	81
3.4.3. La Música y su lenguaje.....	84
3.4.4. El silencio.....	90
3.5. Contenido Narrativo (Temática).....	92
3.6. El guión y su formato.....	92
3.7. Equipo de Producción del Programa Escaparate Cultural.....	104
3.8. Apreciación del discurso Radiofónico.....	105
3.9. Un programa de Radio.....	107
CONCLUSIONES.....	112
FUENTES CONSULTADAS.....	114
ANEXOS.....	117

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Radio Universidad Nacional Autónoma de México, con 66 años de actividad, ha mantenido la tradición radial fortaleciendo y conservando los géneros radiofónicos; en primer termino se ha ocupado de aspectos de interés social, político, económico y artístico.

Los antecedentes de la radio cultural nos darán un pequeño panorama del surgimiento de este modo de comunicación sobre todo, considerando que es un medio que no se ha quedado estático, sino que constantemente va en desarrollo apoyándose de la creatividad, ideas y nuevas tecnologías acompañada de los recursos que brinda la época.

La radio, al igual que otros medios de comunicación se encuentran en un sistema comunicativo necesario para que el hombre se pueda desarrollar en la sociedad; conociendo a través de la radio el entorno que lo rodea, como la cultura y por sus gustos por la música , el teatro etc.

En una época donde la tecnología va en constante desarrollo, la Radio tienen la necesidad de seguir innovando mediante nuevos estilos atractivos, con una nueva programación para atraer a más radio escuchas y con esto puedan incrementar su audiencia. Esta diversidad de temas ha enfrentado a Radio UNAM al desafío de la elaboración de los mensajes cuyo contenido esté acorde con la realidad, motivando a la reflexión, contribuyendo al entretenimiento y estimulando la imaginación.

El formato del programa de la radio hoy en día ha sustituido al tradicional, proporcionando entretenimiento al radioescucha considerando que el pudiera ser el protagonista de una historia creativa en donde pueda involucrarse, es por eso que radio UNAM ha venido fortaleciendo su programación a traves de conocer la enorme riqueza, creativa, intelectual, musical y científica que se está gestando en el país.

El lugar que Radio UNAM ocupa dentro de los medios de comunicación es diferente, debido a que ha podido establecer su propio estilo, una radio que responde a los intereses del país considerando un modelo de radio universitaria cuyo objetivo es Transmitir programas de extensión academia colaborando con las diversas dependencias universitarias que tengan a su cargo esta función; Informar y promover las actividades que realiza la UNAM y otra institución a fines; coadyuvar al esfuerzo que realiza la universidad para análisis de las manifestaciones artísticas, científicas y humanísticas, tanto nacionales como extranjeras.

En nuestros días el medio de comunicación más recurrido es justamente la radio debido a que, pone en contacto a emisores y receptores buscando sus distintos puntos de vista o simplemente un poco de diversión; en el caso específico de Radio UNAM se encuentra sujeta a una radio cultural basada en programas de información y entretenimiento, en programas como Escaparate Cultural, objetivo de esta tesis o bien Cartelera de Actividades Musicales producida también por Radio UNAM.

El programa Escaparate Cultural es uno de los pioneros en abrir un espacio de servicio al público, una alternativa en la que podemos encontrar información de carácter universitario como: exposiciones de libros, obras de teatro, conferencias universitarias, asesoramiento de carácter escolar, muestras de cine y una enorme infinidad de información que puede servir a la comunidad universitaria y al público en general para estar informados de los acontecimientos en la universidad, contando también con programas de entretenimiento en su programación de una forma diferente.

Los fines que persigue este proyecto de investigación son la descripción de los elementos radiofónicos, debido a que su formato permite abordar distintos temas los cuales son investigados, analizados por especialistas que permiten apoyar-orientar al radio escucha estableciendo un canal más directo, por otra parte en el sentido más técnico se puede establecer la combinación de los elementos radiofónicos como es la voz, la música, los sonidos – efectos. Es por ello que se considero analizar el programa Escaparate cultural ya que este programa reúne los requisitos de un medio tan importante como lo es la radio.

Por lo tanto el trabajo se encuentra dividido en tres capítulos los cuales encaminan a conocer y analizar lo ya mencionado.

En el primer capítulo se abordara el surgimiento de la radio centrándonos en lo particular en radio UNAM; en el segundo capítulo se realiza una semblanza de manera cronológica sobre el surgimiento de radio UNAM y en específico del programa Escaparate Cultural; finalmente el tercer capítulo se realiza el análisis de los elementos radiofónicos y su pertinencia para realizar el programa Escaparate Cultural; a lo largo del trabajo el lector podrá disfrutar de una lectura para verificar sus expectativas en el sentido de la producción radiofónica.

En nivel de radio escuchas, permitirá a los interesados un conocimiento de cómo se produce lo que generalmente escuchan en la radio, esto para grupos en general. Para grupos como estudiantes de comunicación o investigadores, puede ser una fuente de información respecto a los elementos de la producción radiofónica. Los resultados que se obtengan pueden ser, además, una fuente de información para las personas que estén interesadas en realizar un estudio más profundo sobre la aplicación de los elementos radiofónicos en la ciudad de México como consulta.

Finalmente esta investigación les podrá servir a las instituciones de tipo universitarias o pedagógicas que requieran conocer los elementos radiofónicos y su práctica, como fuente de consulta para la identificación clara de elementos radiofónicos en productos comunicativos de información radiofónica. Las posibilidades de uso son varias, desde fuente de datos hasta guía de producción, dependiendo de los objetivos de las instituciones.

Capítulo I

ANTECEDENTES DE LA RADIO CULTURAL

1.1. La Radio en México

"La radio no es celosa de su público, como la televisión y la prensa, no la quiere para ella sola. La radio sabe que la gente tiene mil cosas que hacer y otras mil en qué pensar. Ella está ahí, al lado de quien la llame, siempre disponible, nunca absorbente. Ningún medio de comunicación es más generoso que la radio"¹ José Ignacio López Vigill.

El siguiente capítulo lo dedicaremos a mencionar el surgimiento de la Radio, contextualización que nos permitirá comprender más acertadamente la logística del presente trabajo.

" La radio surge como una necesidad de comunicación, Melvin de Fleur da tres razones por las cuales fue posible el desarrollo de la radiodifusión:

- 1) La necesidad de encontrar un medio de comunicación a través del mar;
- 2) Los descubrimientos científicos que podían hacer posible la utilización de la radio;
- 3) Los medios utilizados hasta ese momento para comunicarse a distancia; telégrafo y teléfono."²

Después de que algunos investigadores ayudaban a esclarecer el mundo de la electricidad uno de ellos " el escocés James Clerk Maxwell (1831-1879) fue quien estableció en 1864 una teoría de conjunto de las ondas electromagnéticas en donde demostró su familiaridad con las ondas luminosas"³

Fue el alemán Heinrich Rudolph Hertz (1857-1894) quien puso en práctica las teorías sobre el campo electromagnético de Maxweel."Si Hertz fue el primero en producir artificialmente radiaciones electromagnéticas, nada más sentido que la fama llamara, a estas ondas hertzianas". Es así como hertz supo reproducir las ondas electromagnéticas ¿ pero cómo se podían aplicar a las necesidades de la comunicación en la humanidad? ⁴

¹ López Vigill, José Ignacio: "Radialistas apasionados". Artes Gráficas Silva. Quito, 1997. p. 550.

² Gil, Romo María Cristina. Introducción al Conocimiento Práctico de la radio p.31 y 32.

³ Tudesq André, Pierr Albert. Historia de la Radio Y la Televisión. p. 14.

⁴ Curiel, Fernando. La telaraña Magnética. p. 37

El italiano Guillermo Marconi (1874-1932) fue quien aplicó las ondas magnéticas al campo de las comunicaciones con las que logro transmitir impulsos eléctricos; Como nos dice María Cristina Romo Gil con respecto a los experimentos de Marconi cuando envió señales auditivas primero en su habitación y después hacia un parque cercano a un kilómetro de distancia. Poco a poco fue incrementando la distancia de comunicación y en 1897 Marconi obtuvo la primera patente para enviar señales al espacio. En 1898 logró unir con señales de radio las costas inglesas y francesa a través del canal de la Mancha.⁵

Aquí ya se da un paso importante para la comunicación. El único problema, es que sólo se podía lograr por transmisiones telegráficas especialmente el clave Morse y fue hasta 1906 cuando se logró transmitir por primera vez la voz humana. Esto no significa que la clave Morse era mala, sino que simple y sencillamente ningún código, por así decirlo, de comunicación puede compararse con voz humana.

Tocaría luego el turno de Reginald Aubrey Fessenden (1866-1932) Mientras "los trabajos realizados hasta ese momento por Guillermo Marconi eran todavía transmisiones telegráficas en clave Morse. Sería hasta 1906 cuando se transmitía por primer vez la voz humana a distancia y sin cable. Fessenden, físico canadiense, fue quien consiguió esta hazaña. Ya en 1900, Fessenden transmitió voces humanas de una torre a otra, distante 1600 metros."⁶

A diferencia de otros medios de comunicación la radio, se origina por una enorme necesidad de comunicarse con los barcos de alta mar. No surgió como radiodifusión, propiamente, medio de comunicación capaz de enviar un mensaje a las masas, sino como un medio que podía poner en comunicación a dos sujetos en circunstancias similares, en la que la retroalimentación era indispensable. "La investigación de la radio no fue un hecho fortuito, fue un hecho buscado afirma Cristina Romo en su libro Introducción práctico de la Radio."⁷

Con lo anterior podemos afirmar que "la radio, es un medio complejo tecnológico que pone en contacto a dos sujetos; el emisor y el receptor; La radio junto con todos los medios de comunicación a distancia producen mensajes significaciones de una manera distinta a la comunicación interpersonal, en la que emisores- receptores comparten un espacio físico

⁵ Gil Romo María Cristina. op. cit p. 33

⁶ Idem. p. 34

⁷ Idem. p.30

en un tiempo real al acto de comunicación.”⁸ Esta observación nos parece importante para comenzar a entender la especificidad del medio que nos ocupa.

“Como medio de comunicación que iniciaba a dar sus primeros alcances tenía como característica principal lograr la comunicación a grandes distancias. Nadie se imaginó que este medio de comunicación se convirtiera en lo que hoy conocemos como la radio; la radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones “vivas”, es decir, que se escuchan el momento mismo de su ejecución. Esta última virtud, la de la *instantaneidad*, pertenece como fenómeno masivo sólo a la radio y la televisión.”⁹

Es por ello que la radio en circunstancias históricas “estables, se inscribe en la vida cotidiana de la comunidad, en donde se realizan sus transmisiones de una manera discreta pero más constante, porque al *carecer de la fascinación propia de la mirada*, libera los cuerpos de sus receptores con ello les permite llevar a cabo otras actividades al mismo tiempo que atienden a dichas transmisiones.”¹⁰

Esa cualidad de ser escuchada mientras se hace otra labor distingue a la radio de otros medios de comunicación, como la televisión y la prensa, que sí requieren de la vista fija; en este sentido, podríamos señalar que éste aparato es un auxiliar habitual del trabajo productivo, ya que acompaña a sus oyentes en la realización de otras tareas; como las labores domésticas, de trabajos manuales etc.

El origen de la radiodifusión se presentaba como otro medio de comunicación además del telégrafo y el teléfono, pero no se contemplaba su desarrollo, como una industria de comunicación.”¹¹

A pesar de los constantes avances de la perfección que día con día tenía esta novedosa forma de comunicarse, las bases de los que ahora conocemos como la radio era utilizada para la comunicación pero en lo relacionado a los transportes como en actividades marítimas. Aún no se pensaba que este medio estuviera en los hogares. Un punto importante a

⁸ Vilar Josefina, *El sonido Radiofónico*, p. 25

⁹ Villar Josefina, *El Sonido Radiofónico*, p.28

¹⁰ *Ibid.*, p. 28

¹¹ *Ibid.*, p. 31 y 32

destacar es que no se concebía a la radio como aquel medio que uniera a la familia para escuchar un programa radiofónico, como primer paso cuando comenzaban a propagarse los aparatos receptores, donde la familia unida escuchaba un programa de radio, incluso muchas de estas para adquirir un aparato receptor lo compraban en abonos o bien concursaban en los programas de radio para ganar un aparato receptor.

Pero hagamos un paréntesis en la época en que nacía la radio. En esa época el gobierno comenzaba autorizar las primeras concesiones, en donde sólo se daba cabida a los empresarios arriesgados; porque no era seguro recuperar el capital que se invertía, sobre todo la mayor preocupación de los empresarios era cómo hacer autofinanciables las radiodifusoras, qué contenidos, que programas, es decir, no se daban las reglas de cómo saldría al aire los programas de la radio.. En ese entonces aún no se hablaba de profesionistas en comunicación. Los empresarios arriesgaron todo porque carecían de técnicas, métodos y sobretodo de personal capacitado, por lo que las personas que trabajaban en esta industria aprendieron en la práctica.

El aparato receptor de radio resulta en nuestros días un medio indispensable en el ajuar hogareño y en los automóviles en donde gran parte de la gente lo escucha de una manera personal e íntima ya que su uso es bastante personal e *íntimo*. Es un medio que puede con juntar la comunicación más absoluto de sus receptores y la posibilidad de que ellos ingresen a los sucesos verdaderamente colectivos. Conjunción particular entre lo *público* y lo *privado* que se convierte en una condición de producción del discurso radiofónico.¹² En el aspecto ideológico, el hecho que la radio acceda con tanta facilidad a los espacios hogareños, donde hasta los niños pueden sintonizarla, provoca que sus transmisiones estén reguladas por una censura general, formal o informalmente establecida, consciente o inconscientemente actuada.

Dado que a la radio no se le dedica una atención privilegiada porque normalmente se está haciendo o pensando en otra cosa, este medio produce una *escucha* más bien *intermitente*, que percibe una especie de *eco* de las voces y de los ritmos que circulan en la colectividad donde las emisoras están instaladas. En el siguiente capítulo conoceremos la importancia de la radiodifusión en México y como interactúa en la sociedad.

¹² Dávila García Dulce María, De radio en radio: El escenario radiofónico, p.12

1.2. La Importancia de la Radio en México.

La Radio, es el medio con mayor capacidad creativa de llevar un mensaje hasta el más recóndito lugar don de haya un aparato receptor. Es por ello que estamos convencidos de lo eficaz que es el mensaje radiofónico más efectivo, el más oportuno, el de mayor alcance entre la población mundial.

Es necesario entonces conocer las características de nuestro mensaje; éste debe ser principalmente de servicio, además de recreativo, de orientación, deportivo y por supuesto, informativo.

Entre las funciones de la radio se presentan las denominadas clásicas como: nos dice que son las “clásicas” de informar, entretener, orientar, animar, etc, pero aclaremos que la función básica en mucho de nuestros medios es entretener, desvirtúa y opacar a las demás estaciones de radio mejor conocida cómo “la competencia”.

Ortiz Brennan, apunta que la radio es promotora más que orientadora, en el sentido de que es capaz de movilizar hacia actitudes de campos de interés nuevos más que a dar explicaciones, tal como se debe a las condiciones del mensaje auditivo.

“La radio no tiene actitud para discurrir sobre ideas, procesos complejos, cuando reúne los elementos de brevedad y reiteraciones, es en definitiva Palabra que se lleva el viento”¹³

La radio es la voz de los grandes acontecimientos porque puede ser testigo inmediato, presencial al tener el registro sonoro de los protagonistas de las noticias. La radio es inmediata y portátil.

El oyente es eminente heterogéneo; hombre, mujer, niños, distintos grupos sociales, diferentes grados de cultura y habitantes de la ciudad; estas características muestran la difícil tarea de mediar con todos los gustos.

¹³ Becerra Acosta, et al, PRENSA Y RADIO EN MÉXICO. Acuerdos UNAM. #1, centros de estudios de la comunicación FCPS.

Además es un oyente despreocupado e indiferente que escucha emisiones (aparentemente) pero que deja huella en su subconsciente y la radio llega a ese subconsciente ya que no se cierra, sino que lo mantiene alerta a todo lo que lo estimule.

La Radio debe explotar su elemento básico; el sonido; que no es una copia de la realidad sino el resultado de una escritura. La significación informativa nace de la organización, combinación, mezcla, montaje, etc. que se haga de los componentes sonoros de la información. Es por esto que la Radio alimenta, recrea la imaginación de quien la escucha. Por ejemplo: Un radioteatro que el oyente al escuchar, imagina a los personajes, el lugar, la situación del momento que se le está dando a conocer por medio de los efectos - sonidos.

Todo esto lo señalamos porque si se tienen el medio, si se puede llegar a él, debemos antes saber qué es lo que vamos a decir hablamos de una Radio de servicio, porque este es su fin único oividémonos por ahora de su manera de subsistencia, es decir, de su comercialización.

También hablábamos de un mensaje recreativo, porque además de crearlo con imaginación, sirve de compañía. Divierte, hace reír o llorar, provoca sensibilización, esto es, ataca los sentimientos. Sobre todo, orienta. ¿Quién no ha escuchado ahora un mensaje vial para dirigirse sin contratiempos o de la manera más rápida a su destino? ¿Quién no ha recibido orientación fiscal, penal o laboral a través de un programa Radiofónico? Por ello, la Radio también orienta. Y por supuesto; informa a través de sus espacios o cortes informativos.

De ahí que la Radio adopte en forma creciente el carácter informativo. Y repetimos, con esta característica vuelve a ser como en sus inicios: informativo y deja ese carácter musical que aunque sí acompaña, no cultiva. "Usar bien la Radio es una técnica y un arte", nos dice Mario Kaplún en su libro *Producción de programas de Radio*, de Editorial Ciespal. Una técnica porque su uso requiere de una experiencia operativa que va dando el trabajo mismo; también un arte, porque conociendo los elementos fundamentales del medio, su uso depende ya solamente de la imaginación y creatividad del productor. La imaginación corresponde a todo cúmulo de ideas que seamos capaces de originar y la creatividad es darle vida a esas ideas.

1.3. El perfil de una radio

Hacer radio es definir, producir cotidiana y sistemáticamente la programación que le da vida a una emisora que, por tanto, alimenta un tipo de relación de comunicación con una audiencia determinada; lo que significa, también, responder a las preguntas "¿Para qué o para quiénes pensamos la programación?. Determinar el eje central en torno a como se diseña la programación, para quiénes se diseña. Porque la audiencia no es un todo homogéneo. No hay un público, sino muchos públicos"¹ y definir, entonces, el eje central, el perfil de una emisora de radio, es aclarar; en base a qué se organiza la programación radiofónica, en torno a que prevalezca el objetivo periodístico, y entonces hablamos de una radio informativa. Puede ser que lo principal sea la música y el entretenimiento. O el género dramático, como ocurría con tantas emisoras de antes, donde los capítulos de las radionovelas se pisaban los talones unos a otros. Una programación puede definirse como participativa, y en función de esto diseñar sus espacios. O una radio feminista, que propone el enfoque de género como criterio organizador de su programación. O una radio ecológica, que se especializa en esta temática. "Ese eje central, rector, en torno al cual se articula el conjunto de la programación es lo que llamamos perfil de una radio... se trata de la cara de la emisora, de su personalidad."² Distintas radios tienen, entonces, distintas personalidades; entonces el perfil de una radiodifusora va encaminado a su público.

Pero la radio, en general, presentan características y potencialidades que les son comunes. Ningún otro medio de comunicación colectiva tiene tantas posibilidades para utilizar el factor imaginación. La capacidad y sentido de intimidad que produce es uno de sus privilegios más considerados de la radio; la fácil transmisión y recepción, es su riqueza. El costo por millar de la radio es proporcionalmente más bajo al de cualquier otro medio masivo. La radio es una fuente ligera y manejable de entretenimiento la cual proporciona información instantánea. Por su flexibilidad es capaz de adaptarse a cambios de programación más rápido que cualquier otro medio y propicia la libertad de actividades diversas sin interrumpir a la gente, cosa que no es común en otros medios masivos.

¹⁴ Ibid. p. 13

¹⁵ Ibid.. p. 15

1.4. La Radio cultural

Las estaciones culturales de nuestro país se han identificado en cuanto a sus orígenes un tanto penosos, limitados, dependientes de escasas potencias así como poco financiamiento por sus estados; pero también en aspectos positivos como son los objetivos de difundir la riqueza cultural de cada uno de los estados, junto con los pensamientos que les dieron vida, además del interés de difundir y ampliar la educación, la cultura, el esparcimiento, la información dando una alternativa al público radioescucha.

La Radio difusión Cultura desde sus orígenes, y aun actualmente, han crecido numéricamente con una marcada desproporción con respecto a las estaciones comerciales (casi 100 comerciales por 6 culturales); existe además un desequilibrio en cuanto a su distribución regional; hay zonas, principalmente en las fronteras donde no existen estaciones radiofónicas de carácter cultural.” ver cuadro 1 y grafica 1”¹⁶

Desde los inicios de la radiodifusión mexicana, la participación de las emisoras llamadas “culturas” -a través de las cuales instituciones educativas o entidades gubernamentales emiten transmisiones de fines distintos a los de la radiodifusión comercial-, ha sido minoritaria frente a las estaciones comerciales, que saturan el número de radioescuchas.

Actualmente en nuestro país hay cerca de 3.080 estaciones radiofónicas, 1,792 en amplitud modulada, 1,196 en frecuencia modulada y 92 en banda de onda corta, de este total, únicamente 47 estaciones son culturales distribuidas en las diferentes bandas, 24 en AM, 11 en FM y 12 en onda corta. “ver Cuadro 2”¹⁷

En el cuadro de representación de estadísticas número uno podemos observar la desventaja de las estaciones permisionadas, entre ellas las culturales que en 1990 llegaban a tan solo 95 estaciones de radio, frente a las concesionadas las comerciales que en ese mismo año contaban con 950 estaciones de radio el 100% más que las permisionadas.

¹⁶ Fuente: Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión, Dic 2000. [<http://www.sct.gob.com.mx>] (28 mayo.2002)

¹⁷ Ibidem. p. 3

Pero para el año 2000 las estadísticas cambiaron un poco, la proliferación de las estaciones permisionadas avanzaron un poco de 95 estaciones que se contemplaban en 1990, en el 2000 subieron a 319. Pero así como las estaciones permisionadas se multiplicaron, las estaciones concesionadas también proliferaron de 950 en 1990 a 1146 para el año 2000.

Con estas estadísticas podemos señalar que las estaciones comerciales tienen un mayor apoyo por ser privadas, las cuales venden su tiempo aire teniendo patrocinadores de sus programas más sin en cambio las culturales sólo cuentan con pequeños recursos del Estado.

CUADRO 1

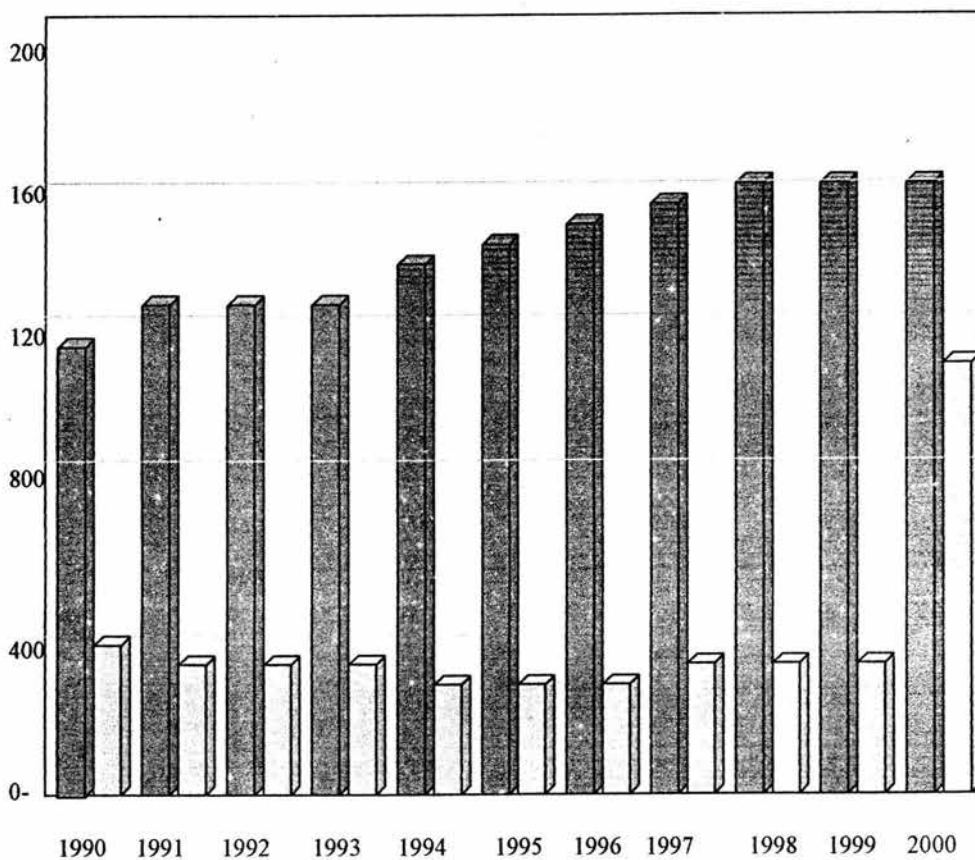
Estaciones de radio, concesionadas, permisionadas y complementarias en operación.

Año	Estaciones de radio			
	Concesionadas	Permisionadas	Complementarias	Adición de Canales FM
1990	950	95	-	-
1991	974	98	-	-
1992	1006	99	-	-
1993	1037	136	-	-
1994	1125	156	7	83
1995	1135	166	7	83
1996	1145	180	7	83
1997	1137	205	7	83
1998	1143	208	4	83
1999	1146	223	4	83
2000	1146	319	7	83

Fuente: Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión. Dic 2000. [http://www.sct.gob.com.mx] (28 mayo.2002)

En la siguiente grafica podemos ver que las estaciones culturales dieron un gran avance en su proliferación de 1990 al 2000, ya que las estaciones comerciales tuvieron pequeños avances de 1990 a 1998 y de 1998 al 2000 se mantuvieron sin excesos.

Grafica 1



■ Concesionadas

□ Permisionadas

Fuente: Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión. Dic
2000. [<http://www.sct.gob.com.mx>] (28 mayo.2002)

Cuadro 2

Estaciones de radio concesionadas, permisionadas y complementarias por entidad federativa en operación (1999)

Entidad	Total			Concesionadas		
	AM	FM	OC	AM	FM	OC
Aguascalientes	13	7	-	11	4	-
Baja California	34	34	-	32	29	-
Baja California Sur	10	9	-	8	9	-
Campeche	14	2	-	9	2	-
Coahuila	39	46	-	37	26	-
Colima	11	6	-	10	5	-
Chiapas	36	15	-	27	7	-
Chihuahua	54	29	-	52	27	-
Distrito Federal	32	28	9	30	22	2
Durango	19	6	-	18	3	-
Guanajuato	38	17	-	36	14	-
Guerrero	31	13	-	24	11	-
Hidalgo	13	9	-	6	4	-
Jalisco	46	38	-	44	25	-
México	12	8	-	7	8	-
Michoacán	40	18	-	36	6	-
Morelos	5	20	-	4	14	-
Nayarit	18	3	-	16	3	-
Nuevo León	29	34	1	28	23	-
Oaxaca	34	35	-	22	6	-
Puebla	22	16	-	21	14	-
Querétaro	11	8	-	9	7	-
Quintana Roo	15	7	-	9	2	-
San Luis Potosí	21	9	1	19	8	-
Sinaloa	37	12	-	35	10	-
Sonora	53	60	1	51	27	-
Tabasco	17	10	-	15	7	-
Tamaulipas	47	43	-	44	27	-
Tlaxcala	2	4	-	2	2	-
Veracruz	68	32	3	65	24	2
Yucatán	17	15	1	15	6	1
Zacatecas	13	5	-	13	4	-
Total	851	598	16	755	386	5

Continuación Cuadro II

Entidad	Permisiónadas			Eq.com FM	Adición de canales FM
	AM	FM	OC		
Aguascalientes	2	3	-	-	1
Baja California	2	5	-	-	1
Baja California Sur	2	-	-	-	-
Campeche	5	-	-	-	3
Coahuila	2	20	-	-	3
Colima	1	1	-	-	2
Chiapas	9	8	-	-	1
Chihuahua	2	2	-	-	2
Distrito Federal	2	6	7	-	-
Durango	1	3	-	-	3
Guanajuato	2	3	-	-	7
Guerrero	7	2	-	-	7
Hidalgo	7	5	-	-	2
Jalisco	2	13	-	-	4
México	5	-	-	-	-
Michoacán	4	12	-	-	7
Morelos	1	6	-	-	-
Nayarit	2	-	-	-	1
Nuevo León	1	11	1	-	-
Oaxaca	12	29	-	-	3
Puebla	1	2	-	-	-
Querétaro	2	1	-	-	1
Quintana Roo	6	5	-	7	6
San Luis Potosí	2	1	1	-	1
Sinaloa	2	2	-	-	5
Sonora	2	33	1	-	5
Tabasco	2	3	-	-	1
Tamaulipas	3	16	-	-	3
Tlaxcala	-	2	-	-	-
Veracruz	3	8	1	-	11
Yucatán	2	9	-	-	3
Zacatecas	-	1	-	-	-
Total	96	212	11	7	83

1/ Resultados de sumar las columnas de concesionadas y permisionadas.

AM: Amplitud Modulada

FM: Frecuencia Modulada

OC: Onda Corta Fuente: Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión. Dic 2000. [<http://www.sct.gob.com.mx>] (28 mayo.2002)

Como se puede observar en la grafica anterior son pocas las estaciones permisionadas culturales con diversos objetivos estatales, dispersas las instituciones que las controlan aunque predominan las que administran las universidades de algunos estados , sin dejar de mencionar las que manejan los distintos institutos estatales; Cabe señalar que desde hace tiempo se tiene proyectado que cada estado de la republica tenga su propia emisora cultural.

Hay que mencionar que las emisoras culturales actuales, cuentan con un presupuesto bajo, que con la falta de coordinación las separa cada día más de la red cultural.

La utilidad de la radio como medio de comunicación es brindar un apoyo con la complementación de los otros medios de difusión del país, en particular la Radio Cultural, debe considerarse dentro del apoyo con la complementación amplia de los demás medios de difusión del país.

La difusión de programas de estas estaciones deberán ser apoyada con planteamientos, organización administrativa efectiva para que tengan efecto, impacto y comprensión en los lugares donde se tenga que reforzar la cultura y la información.

La radio cultural jugará un papel determinante e importante en cualquier lugar, siempre y cuando coordine las funciones propias de la radio con las demás medios de información, siguiendo los principios de difusión que en su campo ha comprobado su eficiencia. La radiodifusión cultural en nuestro país, se está desarrollando y ampliando lentamente, por lo tanto su papel es condicionado debido a lo escaso de sus recursos las producciones radiofónicas son muy limitadas, mas adelante daremos un panorama de las estaciones culturales que actúan en México.

1.4.1. Objetivos de la Radio Cultural.

Es importante señalar que el sólo hecho de poder instalar una estación cultural, es un gran avance dentro de cada sexenio en un país como el nuestro. El número total de estaciones equivale a casi el surgimiento de una estación por año desde el surgimiento de la radio en México.

Los objetivos obviamente son los de dar a conocer los principios básicos de la educación utilizando a los géneros informativos y consultando a especialistas como pedagogos psicólogos etc, sin intentar lucrar con e l mensaje.

Lo anterior se logra mediante el esfuerzo conjunto de los especialistas en comunicación y otras disciplinas es el caso de Escaparate Cultural en donde las cápsulas informativas están encaminadas a difundir o proporcionar eventos culturales de interés general para la sociedad dando una mayor difusión a los aspectos educativos, pedagógicos, informativos , etc, sin lucrar.

Algunas estaciones se diferencian en sus programaciones, pero la mayoría tiene como obligación difundir programas culturales alternados con música diversa no comercial o que, por lo menos no abunda en las estaciones comerciales.

La Objetividad de las estaciones culturales son; la difusión de programas para escolares, la programación del conocimiento, la cultura, la información de las disposiciones del gobierno, la exaltación del nacimiento junto a la integración, llevan datos recientes del mundo que nos rodea, dar a conocer bibliografías, datos científicos, servir al arte e intercambio de ideas políticas y sociales de todas las tendencias e ideologías, extender la labor radiofónica, humanística, artística y de extensión académica son parte de los objetivos de la generalidad de las emisoras culturales. Otro objetivo es cumplir con los ordenamientos de las diferentes leyes y reglamentos que se refieren a la radiodifusión, además de asumir una responsabilidad en cuanto a la formación de una opinión pública, por medio de una información veraz, de un análisis de los problemas sociales.

Pero la problemática de la radio cultural es compleja, está inmersa en nuestro propio modelo de desarrollo. La radio nacional como la mayoría de los medios de comunicación sirven a un propósito: vender y acumular capital una comercialización que deje ganancias al gobierno más no gastos, como las estaciones culturales que dependen del estado, la cultura no es gratis, se requiere de todo una organización, de un presupuesto propio especializado.

Es por ello que la radio cultural en México no cuenta con la potencia ni con la regularidad, mucho menos con el presupuesto adecuado a las crecientes demandas de nuestra población. La infinidad de problemas a que se enfrentan las emisoras culturales (por cada 100 comerciales hay 6 culturales) hacen que su desarrollo sea lento, de poca influencia en su radio de acción.

La publicidad exagerada "en toda la radio" de nuestro país mediatiza y manipula el subconsciente de la población para adquirir bienes de consumo de carácter superfluo. Asimismo la industria privada de la radio controla canalizando la publicidad a empresas transnacionales que obviamente forman en conjunto un grupo de presión que monopolizan a casi todo el medio radiofónico.

En resumen el poder de la industria de la radio no pierde ningún control ni detalle al ser manejada casi toda la red de emisoras por cerca de 23 grupos o cadenas Radiofónicas en toda la república. (ver cuadro de referencia 3)¹⁸

Las consideraciones anteriores muestran la fuerza, la presión en las decisiones de los medios radiofónicos.

CUADRO 3

GRUPOS RADIOFONICOS: Para su administración y fundamentalmente para la comercialización de sus espacios, las radiodifusoras mexicanas se organizan, en su gran mayoría, en grupos que de manera directa, como concesionarios, o indirecta, como representantes, se ocupan de operarlas. Esta forma de organización radiofónica, que tiene su origen en los años cuarenta con la constitución de las cadenas, ha dado lugar a la formación de poderosos grupos que controlan a la mayor parte de las estaciones comerciales del país.

Los más importantes de estos grupos son:

Radorama S.A.; ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio); CIMA-SOMER (Radiocima S.A.- Sociedad Mexicana de Radio S.A.); OIR/GRC (Organización Impulsora de Radio S.A./Grupo Radio Centro); Radio S.A.; RASA (Radiodifusoras Asociadas S.A.); Promosat (Promosat de México S.A.); Firmesa (Funcionamiento Integro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas, S.A.); FMM (Fórmula Melódica Mexicana S.A., filial de MVS Radio); CMR (Corporación Mexicana de Radiodifusión); MEO

¹⁸ Beatriz Solís, "Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana", en Revista Mexicana de Comunicación, número 42, noviembre de 1995-enero de 1996, p. 9-13.

(Multimedios Estrellas de Oro); Pradsa (Profesionales en Radiodifusión); Megaradio; ORF (Organización Radio Fórmula); Recisa (Representaciones Comerciales Integrales S.A.); RCN (Radio Cadena Nacional); Difusa (Difusoras Unidas Independientes S.A.); IMER (Instituto Mexicano de la Radio); Radiópolis (División Radio del grupo Televisa); RCM (Radio Centro Monterrey, Ciudad Juárez y El Paso); NRM (núcleo Radio Mil).

El siguiente cuadro muestra la distribución de la mayor parte de las emisoras mexicanas en los diferentes grupos radiofónicos:

Cuadro de referencia 3

GRUPO	DIRECTOR	EMISORAS	PORCENTAJE
Radorama	Javier Pérez de Anda	13.93	161
ACIR	Francisco Ibarra	147	12.72
Cima-Somer	Edilberto Huesca	120	10.38
OIR/GRC	Adrián Aguirre	127	10.99
Radio SA	Carlos Quiñones	76	6.58
RASA	José Laris	76	6.58
Promosat	Raúl Aréchiga	48	4.15
Firmesa	Luis Ignacio Santibáñez	46	3.98
FMM	Joaquín Vargas	42	3.63
CMR	Enrique Bernal	37	3.20
MEO	Jesús D. González	35	3.03
Pradsa	Luis Aviña	32	2.77
Megaradio	José Luis Boone	32	2.77
ORF	Rogelio Azcárraga	28	2.42
Recisa	Alfonso Palma	23	1.99
RCN	Rafael Navarro	20	1.73
Difusa	Enrique Palomar	19	1.64
IMER	Carlos Lara Sumano	18	1.55
Radiópolis	Emilio Azcárraga	16	1.38
RCM		13	1.12
NRM	Guillermo Salas	6	0.51
Otros (menos de 5 emisoras)		33	2.85
TOTAL		1155	

1.4.2. La primera radio Cultural, Radio Educación

Radio Educación es un órgano descentralizado de la Secretaría de Educación Pública, carácter que le fue conferido por el reglamento interior de la SEP del 28 de febrero de 1978; y que le fue ratificado en el Acuerdo número 21 en el Diario Oficial de la Federación el citado 22 de noviembre de 1978.¹⁹

El propósito de esta radiodifusora no lucrativa, es de ofrecer al país, una opción de elevado contenido cultural y cívico, para con el cual cuenta con un órgano administrativo desconcentrado que es Radio Educación.

Radio Educación es la primera Radiodifusora Cultural en el Distrito Federal que por su parte ha asumido de modo cabal su condición de radio difusora dependiente del sector educativo del Gobierno, y a enfocado el grueso de sus esfuerzos a apoyar las tareas del Estado mexicano que tiene relación directa con la cultura popular y la extensión educacional.

En estas condiciones, el trabajo de comunicación de Radio Educación es particularmente difícil: debe laborar en contra del bombardeo masivo que sufre el radio escucha a manos de la radio mercantilizante y enajenadora.

Sin embargo, también es evidente que, el deslinde de las tareas específicas de Radio Educación no deja fuera su condición gubernamental. Existen vínculos estrechos y Permanentes de Radio Educación con todas las Secretarías del Gobierno federal, la emisora atiende sus requerimientos de difusión y transmite sus mensajes, pero como servicio de interés social al pueblo más no como obligación institucional.

Por ello es necesario: indicar las normas, o reglamentos de Radio Educación que establecen lo siguiente..

ACUERDO

“Artículo 1º . Radio Educación es el órgano administrativo desconcentrado de la Secretario de educación Pública que tiene por objeto:

¹⁹ Alvarez Lima José Antonio, Director de radio Educación México, Primera Reunión Internacional de radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (PRIRUCE), UNAM.1981,p 36y 37.

I. Apoyar, a través de la radio, la enseñanza a cargo de la Secretaría , especialmente la enseñanza abierta;

II. Promover y difundir programas de interés cultural y cívicos,

III . Transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional;

“Artículo 2º . Para el cumplimiento de su objetivo, radio Educación realizará las siguientes funciones.

I. Operar las emisoras XEPP y XEPPM, que corresponden respectivamente a las bandas de amplitud modulada como de onda corta, de cuyos permisos es titular la Secretaria de Educación Pública, así como las demás frecuencias que se le asignen.

II. Integrar y administrar la fonoteca de Radio Educación

III. Promover, asistir técnicamente de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten;

IV. Difundir programas de información y análisis.

V Promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión.²⁰

Definida así la función específica de la emisora, Radio Educación entró , desde la fecha del Acuerdo, en una etapa institucional de particular relevancia. Quedando atrás los tiempos de dificultosa consolidación y hasta de confusión con respecto a las tareas periodísticas que debían cumplirse. Aquí es útil hacer una síntesis apretada de algunos antecedentes que contienen hechos y fechas importantes en la historia de lo que hoy conocemos como Radio Educación.

²⁰ Ibid .p. 39

Radio Educación, la emisora dependiente de la Secretaría de Educación Pública. Como ya se describió en estas notas, Radio Educación había iniciado sus operaciones en 1924 con las siglas CZE.

En 1929, a sólo cinco años de su salida al aire, la emisora de la SEP deja de transmitir. Vuelve a hacerlo hasta los primeros años de la década de los treinta con las siglas XFX. Durante el régimen cardenista, la XFX vive una época de gran actividad apoyando el proyecto de Educación Socialista impulsado por el gobierno. En 1940, la estación de la SEP vuelve a salir del aire. Luego, avanzado ya el régimen Ávila Camacho esta, reanuda sus transmisiones por un corto periodo para volver a interrumpirlas con la llegada del presidente Miguel Alemán Valdés.

En 1960, durante el gobierno de Adolfo López Mateos, se crea la Unidad de Grabación de la SEP, ubicada en la calle de Gabriel Mancera no central de un proyecto destinado a apoyar la enseñanza de los maestros rurales a través de la producción de materiales audiovisuales. Esa Unidad de Grabación sería el germen del que más tarde surgiría la emisora XEEP, Radio Educación. En 1967 la emisora de la SEP sale nuevamente al aire, ya con las siglas XEEP, después de varios lustros de ausencia. Lo hace, sin embargo, en condiciones difíciles. En las primeras transmisiones, efectuadas desde ese momento en la frecuencia de 1060 kilo hertz, se utiliza un equipo de mil watts de potencia y una antena improvisada, lo cual provoca fallas que tienen como resultado la descompostura del transmisor.

Así, la emisora tiene que esperar otro año para reiniciar sus transmisiones. En 1968, XEEP, Radio Educación, vuelve al cuadrante nuevamente en condiciones adversas, con equipo deficiente, escasez de personal y serias dificultades de sintonía. Transmite en horario discontinuo --de las 7 de la mañana a las 2 de la tarde y de las 6 de la tarde a las 10 de la noche-- algo que era común en los años veinte, pero casi increíble en los sesenta. En 1971, la transmisión es de 1 a 4 de la tarde y de 7 a 10 de la noche, de lunes a viernes.

A partir de 1972, durante el gobierno del expresidente Luis Echeverría, las cosas cambian para Radio Educación. Se construye una planta transmisora, con su respectiva antena, en un paraje ubicado a la altura del kilómetro 12

de la carretera México-Puebla. Ahí se monta un transmisor de 50 mil watts, lo que permite a XEEP ir aumentando poco a poco su potencia, primero a 10 mil watts, luego a 20 mil y finalmente a 50 mil con lo que deja de ser un "fantasma" en el cuadrante. Asimismo, se construye el edificio situado en la esquina de Angel Urraza y Adolfo Prieto, colonia Del Valle, donde actualmente se localiza la emisora, el cual sustituye a las estrechas instalaciones de las calles de Circunvalación y Tabiqueros desde donde transmitía.

El 22 de noviembre de 1978, la SEP expide un documento llamado Acuerdo 21 que define a Radio Educación como un organismo desconcentrado de esa Secretaría, lo que le otorga el mismo rango y la misma situación jurídica que el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Instituto Politécnico Nacional o el Instituto Nacional de Antropología e Historia. Deja de ser sólo una emisora que se conoce como "Radio Educación" pasando a ser un organismo público entre cuyos objetivos se encuentra la operación de la frecuencia denominada XEEP, pero que podrá operar otras frecuencias ayudando al cumplimiento de los objetivos que en materia de radio fijan a la SEP diversos ordenamientos legales.²¹

De 1924 a la fecha, la emisora ha recorrido, pues, un camino arduo. En sus diversas épocas, Radio Educación ha ido incrementando su experiencia, la capacidad del personal humano que hacen posible las transmisiones, la calidad y cantidad de su equipo técnico, todo con el propósito de proporcionar un mejor servicio, de cumplir sus objetivos de manera total. Actualmente, puede sintetizarse estos objetivos en los siguientes aspectos.

Radio Educación, al tiempo de participar activamente, impulsó diversos cambios en su programación con la aprobación de 24 series nuevas. En el ámbito de las coproducciones, fueron realizados siete programas, entre ellos *Circo, maroma y libros; Tierra adentro, Divagarte y Fotoseptiembre*. A ello se debe agregar la transmisión en vivo de su IV Maratón con el que la emisora celebró sus 28 años de vida.²² Pero no todo fue armonía. A raíz de la decisión del Comité de Evaluación de la radiodifusora de cancelar los

²¹ Acuerdo #21, Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de Noviembre de 1978.

²² Radio Educación, "Informe de las actividades relevantes realizadas durante el periodo de enero a diciembre de 1996", mimeo, 19 de noviembre de 1996.

¹⁹ *Ibíd.*

programas *¿Quién canta?*, *De loco un poco* a sí como *Cachivaches*, hubo manifestaciones de descontento de radioescuchas como personal de la estación. Tal controversia fue abordada en el programa *El fin justifica a los medios* del 12 de marzo, como una muestra de la apertura imperante en la emisora.²³ En cuanto a modernización tecnológica, Radio Educación logró la autorización de la Secretaría de Educación Pública (SEP) para lanzar, en 1997, una señal vía satélite a través del sistema Edusat, que cubrirá todo el territorio nacional, el sur de Estados Unidos y Centroamérica.²⁴ Para Radio UNAM, 1996 fue también muy favorable a pesar de su apretado presupuesto. Con la llegada de su director, Felipe López Veneroni, en enero de 1995, la institución logró diversificar aún más su programación para dar mayor espacio al propio quehacer universitario

La elaboración de un número mayor de programas con formas acompañados de contenidos basados en necesidades reales del emisor y trasladadas a una información a fin de cortar la brecha educativa entre los diferentes sectores de la población; en México se promueve a través de los programas de radio cultural una cultura crítica encaminada a proporcionar elementos de juicio, orientados al desarrollo de la organización democrática del cambio social; constituir a Radio Educación en un canal de expresión de los grupos sociales marginados de los medios de difusión, preservando así formas de expresión oral vinculadas con las mejores tradiciones del país; promover y elaborar programas pedagógicos para niños, a fin de reforzar los conocimientos adquiridos en la escuela, auxiliar a los adultos inscritos en los sistemas abiertos; promover una política de programación e investigación de programas de forma y objetivos nuevos, a fin de reforzar los propósitos de esta radiodifusora estatal. En el siguiente punto conoceremos que es una Radio Cultural su importancia y funciones en la sociedad mexicana.

²⁰ *Ibíd.*

1.4.3. Radio Emisoras Culturales.

En México se identifica bajo el nombre de culturales a las estaciones no comerciales que la ley reconoce como oficiales, culturales, de experimentación, o de cualquier otra índole²⁵. Los permisos para las estaciones oficiales, culturales o de experimentación, para las escuelas radiofónicas, "sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos, entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas las cuales quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios."²⁶

Las escuelas radiofónicas universitarias constituyen un sistema de estaciones especiales para los fines de extensión de la educación pública en los aspectos de difusión cultural; la instrucción técnica, industrial, agrícola o de alfabetización junto con la orientación social.

Por otro lado la transmisión y recepción de las escuelas radiofónicas, estarán regidas por las disposiciones que sobre la materia dicte la Secretaría de Educación Pública, la cual seleccionará al personal especializado, profesores, locutores, técnicos etc. que participen en este tipo de programa. Los ayuntamientos, sindicatos, comunidades agrarias y cualesquiera otras organizaciones que se inscriban en este sistema, tendrán la obligación de instalar en sitios adecuados el número de receptores que satisfaga las necesidades de cada comunidad.²⁷

La estaciones culturales, como su nombre lo dice se dedican a difundir cultura en su forma clara o bien definida del concepto, porque podríamos preguntarnos: ¿Y qué, lo que emiten las demás estaciones no es cultura? Bien creemos que sí, pero las estaciones culturales se ocupan específicamente a difundir los eventos, las manifestaciones del hombre en caminadas precisamente al arte, la literatura, la música etc. Se anuncian eventos culturales generalmente de carácter gratuito, se transmite música

²⁵ . La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión clasifica la programación de sus afiliadas de acuerdo con el género musical que transmiten. Cf Directorio 1979.

²⁶ Idem. Capítulo 1. Artículo 25.

²⁷ Idem. Capítulo 5. Artículos 81, 82 y 83

clásica, se hacen debates sobre temas *científicos, literarios* y se difunden en forma de prosa, como reportaje, biografías de personajes importantes en la historia de México e incluso como radioteatro.

Pero conocemos bien el formato de la radio comercial, sea de manera hablada o musical, pero tocar a la Radio cultural requiere además de gran conocimiento de la misma, de mucho tacto. Por ello nos concretaremos a hacer la diferencia que en materia legal existe y daremos algunos conceptos de ambos tipos de Radiodifusión.

La connotación de "cultura por radio" tienen inevitablemente connotaciones educativas. Puesto que las emisoras culturales existen para prestar un servicio público sin fines del lucro son propiedad del gobierno federal, de los gobiernos de los estados, de los municipios, de las universidades y otras instituciones educativas oficiales y están subvencionadas por dichas entidades.

Las emisoras culturales no pueden dedicarse a halagar el gusto fácil de la mayoría de la gente, porque deben de ser ante todo educativas e informativas, entendiendo estas dos funciones como el servicio público que debe cumplir. A la dificultad de informar y educar adecuada y oficialmente, hay que añadir un problema que afrontan las radios culturales; realizar este trabajo de forma amena, para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento. Estas emisoras (Radio UNAM y Radio Educación) requieren de un presupuesto de producción elevado que les permita cumplir seriamente con las tareas que les han sido asignadas. Paradójicamente, las instituciones culturales en nuestro país pocas veces cuentan con los recursos suficientes para las tareas que les son encomendadas.

1.4.4. Estaciones Culturales en México

Desde los inicios de la radiodifusión mexicana, la participación de las emisoras llamadas "culturales" -a través de las cuales instituciones educativas o entidades gubernamentales emiten transmisiones de fines distintos a los de la radiodifusión comercial-, ha sido minoritaria frente a las estaciones comerciales, que saturan el medio con sus mensajes y captan el mayor número de radioescuchas. Así en la actualidad sólo funcionan cuatro emisoras de tipo cultural -dos en AM y dos en FM- para más de doce millones de habitantes, estaciones que, a decir, constituyen "el único espacio radiofónico frecuentado por amplias capas de la población académica".

En México se identifica bajo el nombre de culturales a las estaciones no comerciales que la ley reconoce como oficiales, culturales, de experimentación, o de cualquier otra índole²⁸. Los permisos para las estaciones oficiales, culturales o de experimentación, para las escuelas radiofónicas, "sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos, entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas las cuales quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios."²⁹

Las escuelas radiofónicas universitarias constituyen un sistema de estaciones emisoras - receptoras especiales para los fines de extensión de la educación pública en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola o de alfabetización junto con la orientación social. La transmisión y recepción de las escuelas radiofónicas, estarán regidas por las disposiciones que sobre la materia dicte la Secretaría de Educación Pública, la cual seleccionará al personal especializado, profesores, locutores, técnicos etc. que participen en este tipo de programa. Los ayuntamientos, sindicatos, comunidades agrarias y cualesquiera otras organizaciones que se inscriban en este sistema, tendrán la obligación de instalar en sitios adecuados el número de receptores que satisfaga las necesidades de cada comunidad.³⁰

²⁸ . La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión clasifica la programación de sus afiliadas de acuerdo con el género musical que transmiten. Cf. Directorio 1979.

²⁹ Ídem. Capítulo 1. Artículo 25.

³⁰ Ídem. Capítulo 5. Artículos 81, 82 y 83

La estaciones culturales, como su nombre lo dice se dedican a difundir cultura en su forma clara o bien definida del concepto, porque podríamos preguntarnos: ¿Y qué, lo que emiten las demás estaciones no es cultura? Bien creemos que sí, pero las estaciones culturales se ocupan específicamente a difundir los eventos, las manifestaciones del hombre en caminadas precisamente al arte, la literatura, la música etc. Se anuncian eventos culturales generalmente de carácter gratuito, se transmite música clásica, se hacen debates sobre temas *científicos, literarios* y se difunden en forma de prosa, como reportaje, biografías de personajes importantes en la historia de México e incluso como radioteatro.

Pero conocemos bien el formato de la radio comercial, sea de manera hablada o musical, pero tocar a la Radio cultural requiere además de gran conocimiento de la misma, de mucho tacto. Por ello nos concretaremos a hacer la diferencia que en materia legal existe y daremos algunos conceptos de ambos tipos de Radiodifusión.

La connotación de "cultura por radio" tienen inevitablemente connotaciones educativas. Puesto que las emisoras culturales existen para prestar un servicio público sin fines del lucro son propiedad del gobierno federal, de los gobiernos de los estados, de los municipios, de las universidades y otras instituciones educativas oficiales y están subvencionadas por dichas entidades.

Las emisoras culturales no pueden dedicarse a halagar el gusto fácil de la mayoría de la gente, porque deben de ser ante todo educativas e informativas, entendiendo estas dos funciones como el servicio público que debe cumplir. A la dificultad de informar y educar adecuada y oficialmente, hay que añadir un problema que afrontan las radios culturales; realizar este trabajo de forma amena, para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento. Estas emisoras (Radio UNAM y Radio Educación) requieren de un presupuesto de producción elevado que les permita cumplir seriamente con las tareas que les han sido asignadas. Paradójicamente, las instituciones culturales en nuestro país pocas veces cuentan con los recursos suficientes para las tareas que les son encomendadas.

Actualmente, el Gobierno Federal toma parte en la radiodifusión a través de XEEP, "Radio Educación", emisora fundada en 1968, y cuyo manejo se encuentra a cargo de la Dirección General de Educación Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública (SEP). Por otra parte, en la banda de

frecuencia modulada, el Departamento del Distrito Federal opera la XHOF-FM, ubicada en los 105.7 mhz.

Las otras dos radiodifusoras culturales están a cargo de la Universidad Nacional Autónoma de México, y son: XEUN, "Radio Universidad". Sus actividades se iniciaron en 1937 bajo las siglas XEXX en la banda de amplitud modulada, transmitiendo desde entonces programas informativos, musicales, de crítica y análisis. XEUN-FM ocupa los 96.1 mhz.

1.4.5. Estaciones Culturales de Provincia.

Las estaciones culturales de provincia han surgido dentro de una política cultural hostil, que en cada sexenio siempre le es adversa. En el interior de la República, las pocas estaciones dependen de institutos, universidades, en algunos casos directamente de dependencias oficiales, federales y de los estados. Otro de los aspectos que observan los escasos intentos gubernamentales por formar la radio difusión cultural son las constantes negativas de otorgar más permisos a estaciones culturales como lo ha hecho recientemente a las peticiones de los estados de Guerrero y Puebla (radio Puebla) las cuales funcionan sin permiso. Lo anterior muestra que el Gobierno Federal es directamente un impulsor de dichas estaciones (ya que la cultura surge querámoslo o no del centro), el total de las mismas, es muy inferior a las concesiones a particulares.

La grave desproporción en cuanto a número de estaciones culturales frente a las emisoras comerciales principalmente en zonas claves como es la frontera norte, donde es casi nula la participación de medios de difusión cultural ha permitido una penetración cultural ajena a nuestra identidad nacional. Ya que en nuestros días, buena parte de la cultura de las sociedades se reproduce e induce a través de los medios de comunicación.

Las radio difusoras de provincia significan un esfuerzo y un intento de superación para sus habitantes, además de ser una alternativa más positiva en un medio de comunicación tan importante como lo es la radio.

En la ciudad de México podemos observar que tanto Radio UNAM, como Radio Educación tiene una organización casi completa o hasta especializada en todas sus áreas, basta mencionar que en radio UNAM, laboran cerca de 100 personas mas sin embargo en Radio Educación se

cuenta con un personal de 180, con plaza de base, esto explica su amplio desarrollo comparativamente con las emisoras del interior del país.

En provincia, el personal varía de 6 a 12 gentes por emisora, algunas participaciones espontáneas de oyentes. Las instalaciones y equipo son completas en el DF. Adecuados, modernos aunque la realidad ha rebasado la capacidad y el espacio, se observa un medio propicio para cumplir gran parte de sus objetivos.

En los estados parece que todo tiene carácter de provisional, se trabaja, con la mínimo indispensable aunque el personal conoce por lo regular todas las áreas.

Las producciones junto con el material grabado son meritorios, notables los que han al cansado a elaborar y almacenar en el DF. por medio de Radio UNAM y Radio Educación, que con pocos recursos producen y archivan un gran número de programas.

La producción en la capital es amplia por los apoyos que reciben las estaciones culturales por parte de las distintas universidades.

1.5. Radio Emisora Comercial de México

A las emisoras que se distinguen por vender tiempo "aire", (espacios donde puedan anunciar sus productos de consumo) es decir, las emisoras comerciales, se les otorga concesión mas sin en cambio a las culturales, escolares o de experimentación, se les otorga solamente permiso las cuales no tienen permitido anunciar productos de consumo.

Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinar la naturaleza junto con el propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. "Las estaciones comerciales requieren concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso."³¹

³¹ El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, decreta: LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.
Titulo: 1 primero, principios fundamentales capítulo único.

Artículo 17.- Sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión cuando el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente determine que pueden destinarse para tal fin, lo que hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial. Las solicitudes de concesión deberán llenar los siguientes requisitos:

- a) Nombre o razón social del interesado a sí como su comprobación de su Nacionalidad mexicana.
- b) Justificación de que la sociedad, en su caso está constituida legalmente
- c). Información detallada de las inversiones en proyecto³²

De esta manera, podemos citar a las estaciones comerciales como aquellas emisoras que venden su tiempo y que viven de ello. Es decir, su principal fuente de ingreso es el mensaje comercial el "vender aire". Se consideran estaciones comerciales a todas aquellas que destinan su tiempo a anunciar la venta o prestación de un bien o servicio, éstas estaciones de radio también se identifican porque son concesionadas, es decir, el Gobierno federal les otorga una concesión para transmitir. Ejemplo a la mayoría de las emisoras del cuadrante, musicales o habladas, que en sus cortes transmiten *spots* comerciales. Incluso hay algunas que dentro del mismo programa anuncian algunos productos como: La Que Buena 92.9, Radio 1 en el 104.1 etc .

Basta apuntar que, salvo dos o tres casos, la radio comercial mexicana no produce programas, solamente simplifica en la tornamesa, la tecnología sonora. Su razón de ser es el disco de moda (o nostalgia)³³. De ahí que no pocas estaciones se auto promuevan en calidad exclusiva, excluyente, de sinfonía, de buzón de complacencias musicales³⁴. Puede entonces afirmarse, parafraseando sin ánimo truculento a Ludovico Silva, que la radio dominante mexicana es una mercancía que habla de mercancías³⁵. Esto es una comercialización definida que su objetivo principal es vender con la mayor ganancia posible.

³² *Ibidem.* p.35

³³ Curiel Fernando: *La radio en México*: testimonio (o confesión de parte). México: Cuaderno del Centro de Estudios de Comunicación; número 1, 1980, p36, 37.

³⁴ La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión clasifica la programación de sus afiliadas de acuerdo con el género musical que transmiten. Cf. Directorio 1979.

³⁵ *Teoría y práctica de la ideología*, México, p 174

Llegado este punto, es necesario mencionar la importancia de la publicidad comercial para las estaciones de radio del Distrito Federal. Las emisoras, por operar en relación a un modelo, inscrito en la estructura productiva mexicana, basado en un sistema de mercado bajo la ley de la oferta y la demanda -modelo propio del modo de producción capitalista, que requiere de la publicidad para dar a conocer los productos al consumidor, cumpliendo así una función en el ciclo producción consumo, tienen en la publicidad comercial un elemento de peso considerable en su programación.

Económicamente las radiodifusoras comerciales dependen de los ingresos por "venta de tiempo" de las agencias de publicidad, gran parte de las cuales operan como filiales en México de las empresas transnacionales dedicadas a la publicidad.

Las emisoras con mayor auditorio cotizan sus tiempos a precios más elevados.

Las estaciones de radio comercial resulta ser la norma preponderante en el manejo de las radiodifusoras, que han devenido en una empresa redituable, eficaz vehículo de la publicidad comercial.

Por su parte, las estaciones culturales son aquellas que tienen un permiso para difundir sus mensajes. Estas "en teorías" no transmiten *spots* comerciales si no cápsulas informativas, como las de escaparate cultural que se encarga de difundir eventos de carácter no comercial por supuesto no venden tiempo. Así podemos identificar plenamente a Radio UNAM y Radio Educación, como estaciones culturales.

La orientación tomada, por la radio nacional produjo resultados en verdad lamentables. En tanto las estaciones no comerciales crecieron en progresión poco menos que una pequeñísima parte, las comerciales lo hicieron en progresión mayor.

Las emisoras comerciales obtienen del Gobierno Federal la concesión de una banda de transmisión por el sistema de la libre empresa, es decir, son libres para obtener ganancias de sus transmisiones. Pertenecen a empresarios medianos o grandes, su financiamiento, así como la plusvalía que obtienen, proviene de la venta de sus tiempos de programación: sea vendiéndolos para avisos publicitarios, por promocionar las piezas musicales o por el patrocinio de programas, principalmente informativos.

Estas emisoras, muchas veces se ven obligadas a satisfacer con los intereses de sus clientes y a halagar los gustos más fáciles de su auditorio. Para ello contratan o realizan estudios de mercado que les permitan conocer los hábitos de comportamiento de su público.

Hoy en día los cuadrantes de AM y FM. Es tan saturados por estaciones comerciales ejemplo las cuales tienen un apoyo del estado y de los anunciantes que financian programas de radio con fines de comercialización dejando de lado a la radio cultural. " Esto podría cambiar si los directores de las estaciones de radio propusieran a sus anunciantes financiar programas de carácter cultural presentando buenos proyectos en los cuales informen a su auditorio de eventos sociales como obras de teatro montadas por la UNAM, conciertos de la Sinfónica de la UNAM, exposiciones de las carreras de ingeniería y arquitectura para no dejar de lado a la sociedad."

1.6. Ventajas y desventajas de la radio Cultural y Comercial

Las propiedades del medio, las ventajas, el desaprovechamiento de este recurso y sus limitaciones, quedan vertidos en autores como Ortiz Brennan, quien señala: " Es largo el camino que nos queda por recorrer para aprovechar la real potencialidad de los medios de comunicación colectiva frente a las enormes necesidades de la enseñanza.

No sólo es preciso desarrollar programas educativos, conviene superar los elementos distorsionantes de los actuales contenidos, el optimismo de usar el medio como si fuera una aula; se debe de partir de funciones naturales de estos medios, como la radio por concepciones, conductas, potencialidad y experiencias en su uso de programas educativos."³⁶

La radio tiene servicios de información oportuna, veraz y concreta, proporcionará cultura que sea de fácil asimilación que demuestre su importancia al igual que los beneficios que se obtienen de ella. La diversión corresponde a los diferentes gustos y estados de ánimo:

Por otro lado la rapidez con la que se vive, el poco tiempo de que se dispone para la lectura o para permanecer frente a una pantalla de televisión le está dando a la radio más fuerza y penetración.

³⁶Baena Paz Guillermina, INTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN, ed Mexicanos Unidos, II edición 1980.

La cultura en la radio debe y puede contribuir en la sociedad mexicana, ya sea en forma directa, expresa o indirecta y tácita para no perder su identidad natural. Todo lo que la radio ofrece a sus oyentes debe tener como base la cultura, recreándola o incentivándola. Muestra de ello es Radio UNAM y Radio Educación.

Todo productor radiofónico deberá estar consciente de las limitaciones a sí como de sus ventajas del medio. Por mencionar algunas de estas **Ventaja; Amplia difusión.** Es el poder cumplir un amplio auditorio Pero hay que tener cuidado porque debemos tomar en cuenta que nuestro mensaje puede ser escuchado por diferentes tipos de público.

A diferencia de la televisión, la radio es más barata para producir programas.

Las ventajas se pueden resumir en una sola: "La capacidad para echar a volar la imaginación del radioescucha."

Desventaja: Fugacidad. El mensaje radiofónico es efímero, por lo que el productor de Radio deberá ser claro, sencillo y reiterativo. Pero ¡cuidado! Podemos caer en la monotonía y provocar aburrimiento. La fugacidad es otra limitante, nuestro auditorio no está acostumbrado a prestar atención concentrada al mensaje, por lo que éste deberá ser lo suficientemente atractivo como para captar el máximo de atención del público.

1.7 . La Radio Difusión Universitaria En México.

Dentro de la clasificación general que se ha hecho desde el inicio de la radiodifusión en sus dos vertientes, se habla de dos tipos de emisoras, las comerciales y las culturales, la radio difusión universitaria ha de ubicarse en esta última.

Orgullosamente Radio UNAM, XEUN (AM) fue la primera de ellas en lanzarse a la conquista de los receptores en 1937. Así desde los inicios de la radiodifusión mexicana, la participación de la radio cultural, cuyo principal base han sido las emisoras universitarias, si se compara con la abrumadora concurrencia de la radio comercial, que a partir de los años cuarentas se impone, drástica , alas otras voces de la radio en México.

Desde su surgimiento, la historia de la radiodifusión universitaria se ha señido a no buscar protrocinijs de bido ha que su trabajo funciona desde una prespectiva más cultural, como la de otras emisoras con fines no

comerciales, la historia de su sobre vivencia entre dificultades de todo género que se han traducido en pocas posibilidades de competir con la poderosa industria radio fónica comercial. No obstante la, radio cultural universitaria se encuentra entre nosotros, preservando a lo largo de las décadas sus fines principales, entre los que destacan el interés por la difusión y extensión de la cultura de excelencia en el saber en sus distintas disciplinas.

A lo largo de su trayectoria, con XEUN al frente, la radio universitaria ha probado su valor en la difusión de la cultura a través de distintos tipos de emisiones musicales, producciones dramáticas, literatura, históricas políticas (que contrastan con la programación fundamentalmente musical y publicitaria de la comercial) que constituye aportaciones de trascendencia para la radiodifusión mexicana en su conjunto, también ha demostrado, como modalidad radial, sus potencialidades para poner sus micrófonos al servicio de fines sociales auténticos, en el marco de la libertad de pensamiento, pluralidad ideológica propias de las instituciones de educación superior.

Otras casas de estudio no se quisieron quedarse atrás, a si que decidieron aceptar el reto, surge un año después Radio Universidad Autónoma de San Luis Potosí, pasan cinco años, sale al aire Radio Universidad Autónoma de Veracruz, en 1954, Radio Universidad de Guanajuato emite por primera vez, le sigue Radio Universidad de Oaxaca en 1964, para dejar paso, un año después a Radio Universidad de Sonora, Radio Universidad Autónoma de Yucatán nace, por su parte en 1966, en tanto que la emisora de la Universidad Autónoma de Sinaloa sale al aire en 1973, radio Universidad Autónoma de Michoacán y Durango vieron la luz en 1976, cuatro años después Radio Universidad Autónoma de Aguas Calientes, todas ellas en la banda de Amplitud Modulada.

En lo que respecta a la frecuencia Modulada se cuenta con cuatro emisoras universitarias: Radio UNAM FM fue creada en 1965, pasaron tres años para que Radio Universidad Autónoma de Guadalajara emitiera en la Frecuencia Modulada, en 1976 toca el turno a radio Universidad Autónoma de Baja California y final mente en 1979 surge Radio Universidad autónoma de Querétaro.

Las Cifras anteriores proporcionan un total de once emisoras universitarias en amplitud modulada y cuatro en la banda de FM.

Como es evidente, la década de los setenta es prolífica para las casas de estudio en el campo de la radiodifusión, pero no es sólo necesario contar con la concesión o con el equipo de transmisión ni con el estudio, lo más importante es gustar a los radio escuchas, sin embargo los viejos esquemas de la radio comercialización "canción-locutor-comercial", que son todavía utilizados para vender el disco de moda es tan siendo utilizados por todas las estaciones de radio, dejando a un lado al público sin otra alternativa que el de escuchar pura música, pero ninguna estación de radio a tomado la iniciativa de proporcionar nuevos formatos y opciones viables, sólo las radiodifusoras culturales están dispuestas a aceptar el paquete.

En un recorrido a la radiodifusión universitaria nos permitiría percatarnos de que su función básica es la difusión de la música clásica, llamada música culta, radio UNAM se ocupa además de difusión de cursos de idiomas, desde 1955, cuando los proporcionaba la BBC de Londres. En ese entonces los manuales para las clases se vendían en la propia emisora. Ahora si que en los buenos tiempos, como ya se verá en la reseña histórica más detallada de radio UNAM, se ubicó en su papel de pionera de la Radiodifusión universitaria, ocupándose de si misma como de la comunidad a la que serviría.

Sin embargo, esto no es actualmente, debido a que los servicios de difusión cultural no se ocupan en este capítulo, que ahora nos ocupan han de abordar cuestiones tanto de interés general como particular de la comunidad, en el caso de Radio UNAM, algunas de sus hermanas de universidades estatales, que no tienen posibilidades de emitir sus propios servicios de difusión, cubren la misión de informar a la población por medio de enlaces con Radio UNAM, mismos que son anunciados, por cierto, en cada emisión de Difusión Cultural

La utilidad de la radio como medio de comunicación de manera general, y en particular, la radio cultural, debe considerarse dentro del apoyo de la complementación amplia de los demás medios de difusión del país.

La difusión de programas de estas estaciones deberán ser apoyados con planteamiento, organización y administración efectiva para que tengan efecto, impacto de compromiso en los lugares donde se tenga que reforzar la cultura. La radiodifusión cultural en nuestro país, se esta desarrollando y ampliando lentamente, por lo tanto su papel es condicionado debido a lo escaso de sus recursos las producciones radiofónicas son limitadas. Por

otro lado los terrenos donde son necesarias las estaciones tienen bastantes problemas, como son el aislamiento, la pobreza, analfabetismo, etc. Frente a este panorama, la difusión de ideas nuevas se hace complicada.

Como un ente definido cabalmente, la Radiodifusión Cultural Universitaria Mexicana apenas se extiende: primero lo que la Universidad se interesa en difundir; según lo que se estima que necesita el auditorio, tercero lo que el auditorio presume que le gusta. De este equilibrio depende el éxito para los tres factores. A la radiodifusión universitaria le corresponde la tarea de demostrar que la cultura es vital. Que la concepción del mundo y las acciones que dimanen de esta concepción son útiles, necesarias, fundamentales.

Si la radiodifusión común puede convencer al auditorio que escucha una novela de folletín, nuestra radio cultural debe hacer paladeable la alta cultura, debe hacer reconocible y amable la cultura popular, debe hacer visible las subculturas todas que se marginan y cuya ausencia retrase los cambios históricos. La radio Cultural universitaria debe ser además la Universidad del aire, esto es, pasar a las ondas hertzianas lo que es un caso de estudios: hacer trascender fuera del campus todo el quehacer universitario, con sus cualidades e inquietudes, sus logros, avances, la vida cultural, académica y social de la Universidad.

Sin pretenderlo, esta radio la simboliza y la proyecta. "Por eso, diré que una radio universitaria será prospectiva cuando su alma mater vea hacia delante. O lo que es lo mismo: ninguna radio será mejor que su universidad."

Una de las grandes virtudes de la Universidad conjuntamente con la de los universitarios es la capacidad de ejercer la crítica o la autocrítica. Ahora bien, cuando éstas gozan de una fundamentación adecuada resultan mucho más eficaces. Entiendo que en épocas pasadas Radio UNAM fue bendecida por una constelación de personalidades inolvidables. Si la actual planta de colaboradores de Radio UNAM puede (o debe) compararse con alguna anterior, es un asunto que entra en el terreno de la especulación ontológica. Lo cierto es que quienes - participan en la estación universitaria, como Jaime Litvak King, Juan Helguera, la Dra. Olga Pellicer, Fernando Alvarez del Castillo, la maestra Patricia Galeana, Miguel Angel Granados Chapa, Esteban Escárcega, Teresa Uribe, Margarita Castillo, Ana Lara Zavala, Juan Arturo Brennan, Marina Chávez o Napoleón Glockner (por citar sólo

algunos nombres), lo hacen con profundo espíritu de entusiasmo universitarios, además de ser personas ampliamente reconocidas en los diferentes campos de su especialidad, dentro como fuera de la Universidad Nacional.

Junto con ellos, debo también señalar que desde hace dos años, la participación de la comunidad universitaria en Radio UNAM ha aumentado de 8 a casi 30 dependencias (especialmente facultades, centros e institutos), en una programación que abarca lo mismo el servicio universitario a la comunidad de escuchas, que la divulgación de las ciencias, la reflexión política, económica, cultural en el análisis de la arquitectura, las artes y la literatura. Muchos de estos programas, por cierto, son en vivo con teléfono abierto, por lo que podemos afirmar que la estación goza de un amplio auditorio, a partir del gran número de personas que se comunica telefónicamente.³⁷

Asimismo, Radio UNAM cuenta con la presencia de diversas instituciones públicas y civiles de incuestionable calidad moral acompañada de una relevancia social, que se identifican con el perfil de la calidad actual de la emisora, i.e., Radio Francia Internacional, la BBC de Londres, Unesco, Unicef, Somedicyt, el Archivo General de la Nación, la Comisión Nacional de Derechos Humanos y el Instituto Federal Electoral. La amplia participación de todas estas instancias ha sido posible por la diferenciación de las programaciones de AM y FM, con lo que prácticamente se ha duplicado la oferta programática de Radio UNAM, al tiempo que se mantiene como una de las 3 estaciones, de 58 en el cuadrante metropolitano, que sigue ofreciendo una amplia variedad de música de concierto, sinfónica, de cámara, coral, etc., incluyendo el único programa en la radio mexicana específicamente dedicado a presentar la música de concierto de compositores mexicanos, del barroco a nuestros días, así como otros que exploran las conexiones entre las diferentes formas de la cultura en el tiempo.

La forma y sentido de la programación junto a las políticas de la emisora son cuestiones que, desde hace tres años, se discuten y ventilan en el seno del Consejo de Difusión Cultural de la UNAM (semejante a un Consejo Académico de Área), en donde está representada, de manera colegiada, la comunidad universitaria. Más aún: a partir de este año, Radio UNAM cuenta con un Consejo de Programación integrado por el Dr. Mauricio Fortes

³⁷ GASETA UNAM, Ciudad Universitaria, 11 de junio de 1987, Suplemento especial. P. 18

(científico), los escritores Felipe Garrido, Pura López Colomé y David Olgún, el Dr. Jaime Litvak (ciencias sociales y humanidades), la especialista en medios Beatriz Solís y los musicólogos Juan Arturo Brennan y Fernando Álvarez del Castillo.

Si partimos de la idea simplista sobre las funciones de la Radio Difusión Universitaria, encontraremos que tiene como objetivo general, informar, educar y entretener. Algunos autores destacarán más importancia a una de esas tres funciones, pero generalmente se complementa, en otros casos más comunes se abusa de una de ellas.

En este tema, hablaremos de la función educadora que puede tener la Radio Universitaria y de algunas ideas al respecto. Mario Kaplún.. nos habla de una educación permanente a través de todas las etapas de la vida donde se aprende y se recibe toda clase de influencia y estímulos educativos ; entre estos , menciona a la radio, agrega, que se escuche por placer o para informarse, todo programa educa de alguna manera ya que influyen en la formación de valores y en las pautas de comportamiento del público para "bien o para mal "Atinadamente describe Kaplún lo que es la cultura en un medio como la radio llegando a concretizar que la educación por la radio será entendida en un sentido amplio, no sólo las emisiones especializadas que imparten alfabetizaciones y difusiones de conocimientos elementales conocimientos de utilidad y necesidad no se cuestionan, sino también de todas aquellas que procuran transmisión de valores.

El desarrollo de la radio tiene hacer un gran avance en cuestión de técnica, por que permite una integración entre los elementos más importantes como lo es la voz, la música y los efectos.

La radio cultural, en un papel de educadora, juega un papel clave en el desarrollo político social básico de un país como México, en la educación para adultos, en esta área de amplias alternativas que aún no se han explotado profundamente.

El tipo de educación por radio se plantea básicamente en los lugares donde no se llevan a cabo enseñanzas de tipo tradicional. Esta educación dependerá de los apoyos que tenga este medio en dichos lugares, ya que habrá funciones que la radio nunca podrá hacer, además que dependerá

también del tipo de educación, de los objetivos , las materias , los alumnos etc.

La función educadora de informar, motiva e influye en el aprendizaje será efectiva cuando el medio , en este caso la radio, lleve claridad, pertinencia, credibilidad y que el oyente o los alumnos le dediquen paciencia y constancia, en pocas palabras, ganas de aprender sin maestro: por ello la radio dadas sus características, recurre todas sus técnicas para implementar programas educativos entre las cuales están; la dramatización, la narración, el dialogo, la entrevista, el comentario, los efectos especiales que crean el ambiente del tema que trate, los invitados y especialistas, documentos históricos, radionovelas, etc.

El empleo de un sistema de comunicación como es le radio, a la integración de un proceso educativo, permite que todo tipo de auditorio tenga a su alcance alternativas de enseñanza que van desde lo básico a lo complejo. Es por ello que la radio cultural y universitaria pueden asumir dimensiones de considerable valor social, adicionales a la promoción de la cultura así, la radio cultural puede sumarse a otras modalidades radiofónicas nacionales que buscan aproximarse a la participación de expresión de los grupos sociales.

Integradora: la radio a través de la historia, ha demostrada su gran influencia, su alto poder de persuasión así como su efectividad para la movilización de masas. El desarrollo de este medio, así como el avance de su técnicas, le permite ahondar más en la forma de repetición y persuasión, factores que se pueden utilizar para una acción de integración, de nacionalización que permitan una identificación de valores, de raza, de cultura, conjuntamente a los problemas comunes. La constante penetración ideológica, idiomática y cultural que no podemos evitar por ser un país en fronteras con el más poderoso del mundo, nos lleva a la formular acciones de defensa en cuanto a nuestro idioma, cultura ideología.

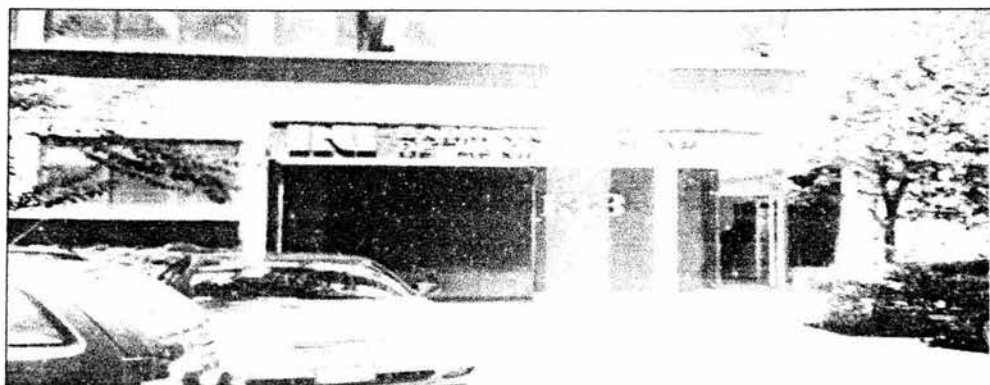
Capítulo II

SEMBLANZA DE RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

2. Semblanza de Radio Universidad Nacional Autónoma de México.

Radio Universidad Nacional Autónoma de México es, desde su fundación en 1937, una de las estaciones que cumplen los objetivos de poner al alcance de la comunidad los beneficios del pensamiento universal, el quehacer académico, así como las manifestaciones culturales a través de emisiones radiofónica como: Espacio de música para niños, Debates en la ciencia, Espacio universitario y no podemos dejar a un lado a Escaparate Cultural.

Cabe señalar que en sus inicios sólo cubrían el área de Ciudad Universitaria; en la década de los sesentas sus emisiones llegaban a todo el Distrito Federal y en los dos siguientes decenios rebasa los límites de la Zona Metropolitana para extenderse a varios estados de la República, a la vez que cambia el domicilio de sus instalaciones de la Preparatoria número 1, en las calles de Justo Sierra 16, a las nuevas instalaciones de Ciudad Universitaria en 1958, pero para 1976 cambian nuevamente las instalaciones en Adolfo Prieto 133, colonia del Valle en donde actualmente se mantienen, transmitiendo en amplitud modulada, frecuencia modulada y onda corta desde su inicios en el cuadrante, Radio UNAM promueve a través de su programación actividades culturales, artísticas regionales, musicales en la sala " Julián Carrillo" incrementa sus acervos discográficos y magnetofónicos e inaugura la fonoteca "Alejandro Gómez Arias" en honor de su primer director; instala sus plantas transmisoras en el Ajusco y Ticomán y multiplica relaciones institucionales.



Radio Universidad Nacional Autónoma de México Adolfo Prieto núm.133, col. Del Valle, c.p. 03100

“En 1937 depende directamente de la Dirección de Difusión Cultural para 1963 recibe la denominación de Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones, dentro de la nueva Dirección General de Difusión Cultural; y no es hasta 1966 que se convierte en Departamento de Radio Universidad, adscrito a la Dirección de Difusión Cultural; en 1978 se convierte en Dirección de Radio UNAM, dentro de la Coordinación de Extensión Universitaria; pero también en 1987 se adscribe a la recién creada Coordinación de Comunicación Universitaria con el rango de Dirección General de Radio UNAM.”³⁸

“Finalmente, en febrero de 1989 la Dirección General de Radio UNAM queda adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural. Estas modificaciones naturalmente que han provocado cambios en su organización interna.”³⁹

Han transcurrido sesenta seis años desde la fundación de Radio UNAM en 1937: Durante este período la radiodifusión universitaria ha desempeñado una importante labor, enriqueciéndose constante mente y manteniendo su vigor y sus peculiaridades como emisora cultural. En la siguiente entrevista rescataremos y conoceremos las problemáticas a las que se enfrentó el

primer director, así como los beneficios que se consiguieron para la estación de radio UNAM.

El maestro Alejandro Gómez Arias, Primer director de radio Universidad de 1937 a 1938 entrevistado en ocasión del 50 Aniversario de la radio difusora.



Alejandro Gómez Arias

¿Qué pretendía en sus inicios la Radiodifusora de la Universidad?

Apartarse en su programación y en sus fines de las grandes difusoras comerciales, crear un estilo nuevo y por su puesto no abandonar el propósito principal de toda institución universitaria, que es el de difundir la cultura.

En nuestro proyecto figuraba también por su puesto la música nacional y el folklor, pero todo eso era una idea en cierto modo depurada y alejada de lo que las difusoras comerciales

³⁸ GACETA UNAM, Ciudad Universitaria, 11 de junio de 1987, Suplemento especial. P.18

³⁹ Ibidem

hacían. Creo que en alguna manera lo logramos, si no plenamente, sí como un inicio, como una simiente.

¿Quiénes fueron algunos de los colaboradores?

Contábamos con la participación de muchos escritores y de todos los jóvenes universitarios que tenían algo que decir: anunciar un libro, leer alguno de sus poemas; también pasábamos series, cátedras de profesores distinguidos: Don Antonio Caso, por ejemplo.

La estación estaba abierta, porque era ese nuestro propósito, y estaba abierta, también por razones económicas. Como no podíamos pagar programas especiales y colaboraciones especiales, naturalmente era una estación casi sin programación rígida

¿Además de ser el Director hacía ocasional mente programas?

-De vez en cuando intervenía cuando faltaba alguno de nuestros locutores. Mi voz fue siempre fácil para los micrófonos y pasaba bien, y como yo tenía cierta práctica y cierto dominio de público, su puesto que usted no lo sabe pero yo fui un muy conocido orador de joven. En tonces el micrófono, que está tan distinto de la oratoria, normal, porque le falta el calor, y sobretodo la respuesta del público, de todos modos no nos amedentraba. La expresión oral nos es familiar, a nuestra generación le fue siempre uno de sus instrumentos de comunicación obligado, pero también buscado.

Maestro, y los estudiantes universitarios, ¿se interesaban en escuchar su estación y la conocían? *Claro que sí, proporcionalmente más que ahora, porque si nuestra universidad era pequeña (tenía una población relativamente reducida), el porcentaje de nuestro auditorio seguramente era mayor que el de la inmensa población universitaria actual que oye a radio UNAM. Me temo que no sean muchos.*

¿Por qué no cree que sean muchos? *Por el terrible poder de penetración de las grandes emisoras, que pueden pagar a artistas famosos como cantantes, compositores, políticos etc, y que representan un estilo de cultura distinto al que puede expresar Radio UNAM.*

¿Esto significa que las radiodifusoras culturales siempre estarán en un segundo nivel de audiencia? *Creo que estarán luchando por tener una audiencia mayor, pero creo también que esa lucha es desigual. Anterior a nuestra difusora existía la difusora de la Secretaría de Educación Pública, que nunca tuvo una audiencia comparable a la de las difusoras comerciales.*

Usted dice que era una universidad pobre y una radio pobre, cuénteme cuánto les costó el montaje de la estación.

Las instalaciones y el estudio propiamente dicho, muy poco. Eso se hizo con elementos de la Universidad. el equipo propiamente difusor constó, en los precios de entonces, 12 mil dólares, pero no se pago al contado; se dieron 2mil dólares y lo demás en pequeños abonos.

¿Radio UNAM alguna vez fue, en la época que a usted le tocó dirigirla una aventura heroica, es decir, arriesgada en cuanto a lo que ustedes querían decir?

La universidad era en su conjunto una aventura; nosotros éramos una pequeña aventura dentro de la gran aventura universitaria. Violencia, choque, oposición contra Radio UNAM, nunca.

¿Pero entonces qué función le toca a la radio, incluyendo a Radio Universidad?

Principalmente creo que son agentes formadores de una cultura musical. Entonces, eso se obtiene a través de una programación inteligente y acertada. Quizá mediante programas de iniciación musical. Por otra parte, y esto a mí me parece particularmente interesante, la radiodifusora debe recoger y llevar a su público las inquietudes y las circunstancias reales que vive la Universidad. Qué pasa dentro de la universidad, qué en ese monstruo viviente y tentacular que es ahora la Universidad. Toda esa imagen debe transmitirla a su público Radio Universidad Y, finalmente, ni la Universidad ni ninguna de sus agencias, aun cuando parezcan muy selectivamente culturales, puede desprenderse y apartarse de las inquietudes de la nación. Antes que nada la Universidad es nacional. Aun queriendo tanto. Como yo lo hago, el adjetivo de autónoma, por encima de todas sus calificaciones debe prevalecer el hecho de que es una organización pagada y sostenida por el pueblo para servirlo y para defenderla cada día más amenazada identidad del país.

Como usted ve, ese forma un programa casi polémico que difiere mucho de esa política de penetración extranjera de otras difusoras. Si cumpliéramos esa misión, bastaría para que Radio UNAM fuera un hecho histórico.

De la radio que usted conoció en 1937 y la Universidad por la que usted luchó en 1929, ¿qué hay ahora?

Siempre he dicho que la Universidad es Autónoma no tanto por que lo digan sus estatutos o su estructura jurídica, sino porque los universitarios lo quieran. La universidad es tan autónoma como lo realicen y lo imaginen desde el rector hasta el último de sus estudiantes. De radio UNAM quedan muchas cosas. Unas son posibilidades y otras realizaciones.

*La radio difusora de la Universidad Nacional nace como un proyecto a la par cultural y pedagógico. Los niveles educativos propuestos fueron prácticamente todos. Extracurricular, bachillerato, profesional y postgrado. A esta fecha, sin embargo, sólo se ha explorado el primer nivel: extensión de la docencia en beneficio de todo el público sin acreditación académica de ninguna especie.*⁴⁰

Mediante la entrevista podemos contemplar que en los inicios de Radio UNAM, el objetivo principal era crear un estilo nuevo de programas, sin abandonar el propósito principal de toda institución universitaria, que es el de difundir la cultura, dar promoción a la música folklórica, clásica y regional. Pero como todo proyecto que comienza, se tropezaron con problemas de participación y financiamiento.

En 1976 Radio UNAM aumentó significativamente su potencia, alcance, y modernizó sus instalaciones y quipos. La magnitud de dichos cambios hizo posibles la mayor divulgación de la actividad universitaria, la multiplicación de su auditorio. A través de la creación de la difusión de conceptos y modelos culturales; describiendo los instrumentos jurídicos y administrativos con que cuenta para proteger y promover los resultados de las investigaciones, convertidos en propiedad intelectual; explicando los

⁴⁰ GACETA UNAM, Ciudad Universitaria, 11 de junio de 1987, Suplemento especial. p18

criterios que se aplican para incorporar dichos resultados a la economía y a la cultura de la sociedad mexicana y, a la vez, reflexionar sobre los beneficios que estos conceptos puedan aportar tanto a la investigación como a la radiodifusión, ya que con ello la radio contribuye decisivamente a la comunicación de la cultura universal y a la formación de una personalidad nacional auténtica y sensible .

.Las emisoras universitarias como. Radio Universidad de Sonora, Radio Universidad de Aguas Calientes y Radio Universidad de DF cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica - humanística, porque esas son las tareas propias de las universidades y centros de enseñanza superior.

En el mismo sentido, fortalecen los campos de la información y la difusión de los valores culturales del país donde se encuentra, y también promueven la cultura, historia universales, sobre todo la música de alto valor estético y folklórico.

2.1. Cronología General de Radio UNAM de 1937 a 2000

En el siguiente apartado se abordaran las etapas más sobresalientes de Radio UNAM se conocerán a los diferentes Directores que han encabezado a esta prestigiada radiodifusora y sus beneficios que le han dado en su periodo de dirección. Algunos de estos no serán mencionados, ya que su periodo fue tan sólo de algunos meses sin realizar, ni concretar ningún cambio en la estación. También conoceremos con que finalidad se estableció la radiodifusora, los cambios que a sufrido durante 63 años y sus modificaciones a su política de acción.

CRONOLOGIA GENERAL DERADIO UNAM 1937 - 2000

Periodo	Directores
1937-1938	Lic. Alejandro Gómez Arias
1939-1944	Sr. Rafael López Malo
1945-1953	Lic. Alejandro Quijano
1954-1960	Dr. Pedro Rojas
1960-1967	Sr. Max Aub
1967-1970	Sr. Joaquín Gutiérrez Heras
1970-1972	Sr. Raúl Cosío
1972	Sr. Eduardo Lizalde
1973	Sr. Armando Zayas (ene-sep)
1973-1977	Dr. Fernando Curiel Defossé (oct. 1973-ene. 1977)
1977-1978	Dr. Abelardo Villegas (feb-feb)
1978-1980	Dr. Fernando Curiel Defossé (feb-dic)
1981-1982	Ing. Fernando Galindo (jun-mar)
1982-1984	Lic. Miguel Carriedo S. (mar-dic)
1985-1989	Lic. Beatriz Barros Horcasitas
1989-1991	Mtro. Alberto Dallal Castillo
1991-1993	Lic. Fernando Escalante Sobrino
1993-1995	Mtro. Eraclio Zepeda
1995-1998	Mtro. Felipe López Veneroni
1998-1999	Lic. Malena Mijares
2000	Mtro. Francisco Prieto
2000.....	Lic. Fernando Escalante Sobrino

Radio Universidad Nacional Autónoma de México se funda el 14 de junio de 1937 en un acto presidido por el licenciado Luis Chico Goerne, Rector de la Universidad.

Como ya lo mencionamos el primer director de la radio difusora fue el Lic. Alejandro Gómez Arias. En esta fecha se inician sus transmisiones con las siglas XEXX, frecuencia de 1170 Kilo Hertz de Onda Larga (AM), potencia de 5 mil watts. Dentro de las primeras emisiones, que eran de cuatro horas diarias se empleaban poco técnicos (en total eran 16 empleados y 8 técnicos); la estructura administrativa originalmente dependía de la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM. Inicialmente los estudios e instalaciones se encontraban en las calles de Justo Sierra número 16.



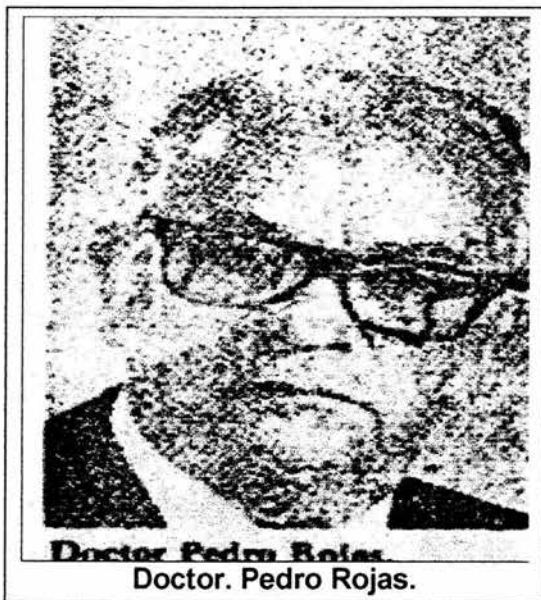
El objetivo era el de llevar datos científicos recientes así como las labores de médicos, abogados, ingenieros y todo los catedráticos, también dar a conocer biografías de personajes de trayectoria más notables.

Por otro lado, intercambiar ideas políticas y sociales de todas las tendencias ideológicas.

También transmitir las grandes obras musicales de todos los tiempos, así como las melodías anónimas del pueblo; en concreto es estar al servicio de la cultura y el arte.

A un antes de su inauguración, el mes de febrero de 1938, la Revista de la Universidad consignaba: "A partir de los primeros días del mes de marzo próximo, la Universidad Nacional contará con una potente estación radiodifusora de Onda Corta, a efecto de poder cubrir de manera efectiva no sólo la República entera, sino también puntos muy lejanos." Dentro de las primeras emisiones, que eran de cuatro horas diarias se empleaban pocas personas.

Para 1939, Cambia sus siglas a: XEUN. Frecuencia: 860 Kilo Hertz en Onda Larga (AM). Se inician transmisiones en Onda Corta. Potencia: 1000 Watts. Siglas XEYU. Frecuencia: 9600 Kilo Hertz en Onda Corta, banda internacional de 31 metros. Hasta mayo de 1956 Radio Universidad mantuvo su programación en horario de 16:00 a 23:00 horas de lunes a sábado, de acuerdo al calendario académico de la UNAM (no había transmisiones los domingos, días festivos y periodos vacacionales). Ver cuadros (1,2,3).



Para el año de 1956, Siendo director encargado el Lc. Pedro Rojas Rodríguez, de mayo a octubre se suspenden las transmisiones para la reconstrucción de los equipos de AM y Onda Corta. Al término de este periodo se inaugura la primera torre-antena de transmisión de 86 metros de altura que se pone en funcionamiento junto con el equipo reconstruido, ampliando la cobertura a buena parte de la República señala. Los horarios de transmisión se amplían de 13:00 a 23:00 horas, de lunes a sábado y los domingos de

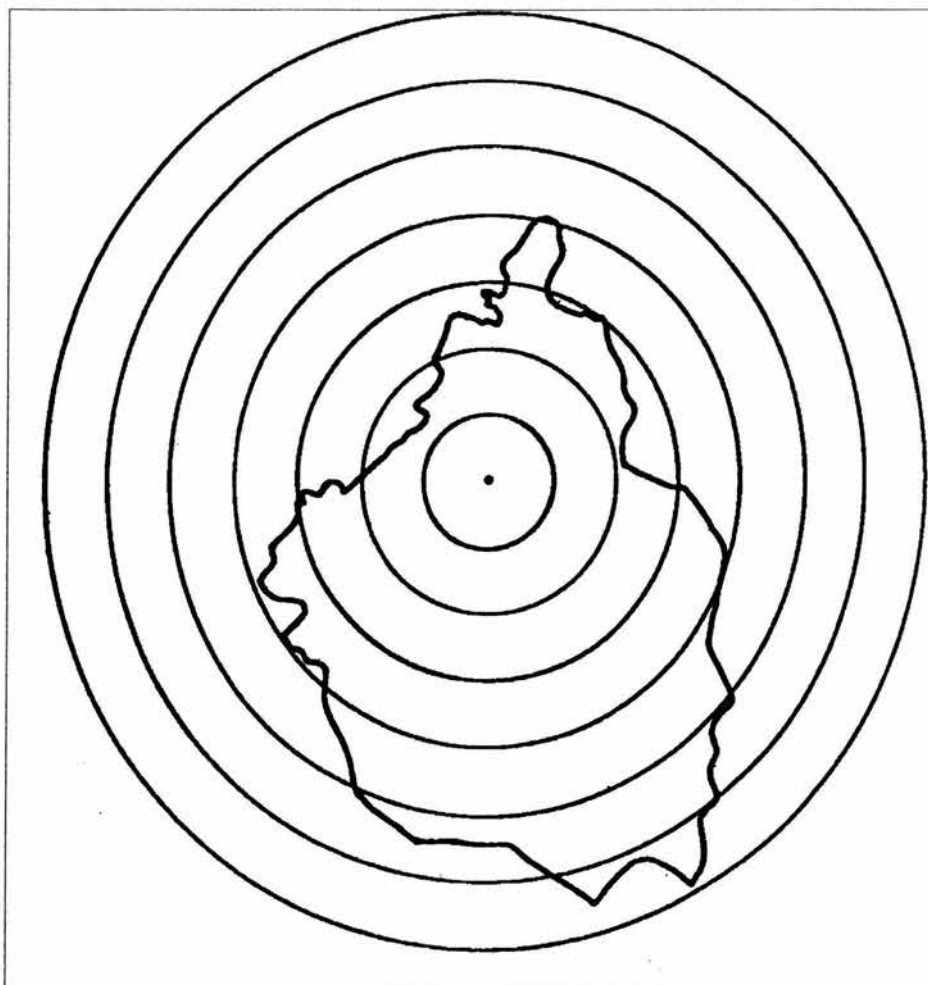
10:00 a 22:00 horas, ininterrumpidamente los 365 días del año. La discoteca con material de 78 rpm, empieza a ser reemplazada por discos LP de 33 1/3 rpm.⁴¹

Para 1957, los horarios de transmisión abarcan en este año de las 13:00 a las 01:00 hrs., de lunes a domingo; se adquiere un equipo de grabación profesional marca AMPEX, mismo que sirve para la creación de la sección de grabaciones y comienza a formarse la Fonoteca de Radio UNAM con el programa "Una Antología Caprichosa", "poetas del siglo XX", producido por Octavio Paz y el poeta francés Pierre Comte.

⁴¹ GACETA UNAM, Ciudad Universitaria, 11 de junio de 1987, Suplemento especial. P.18

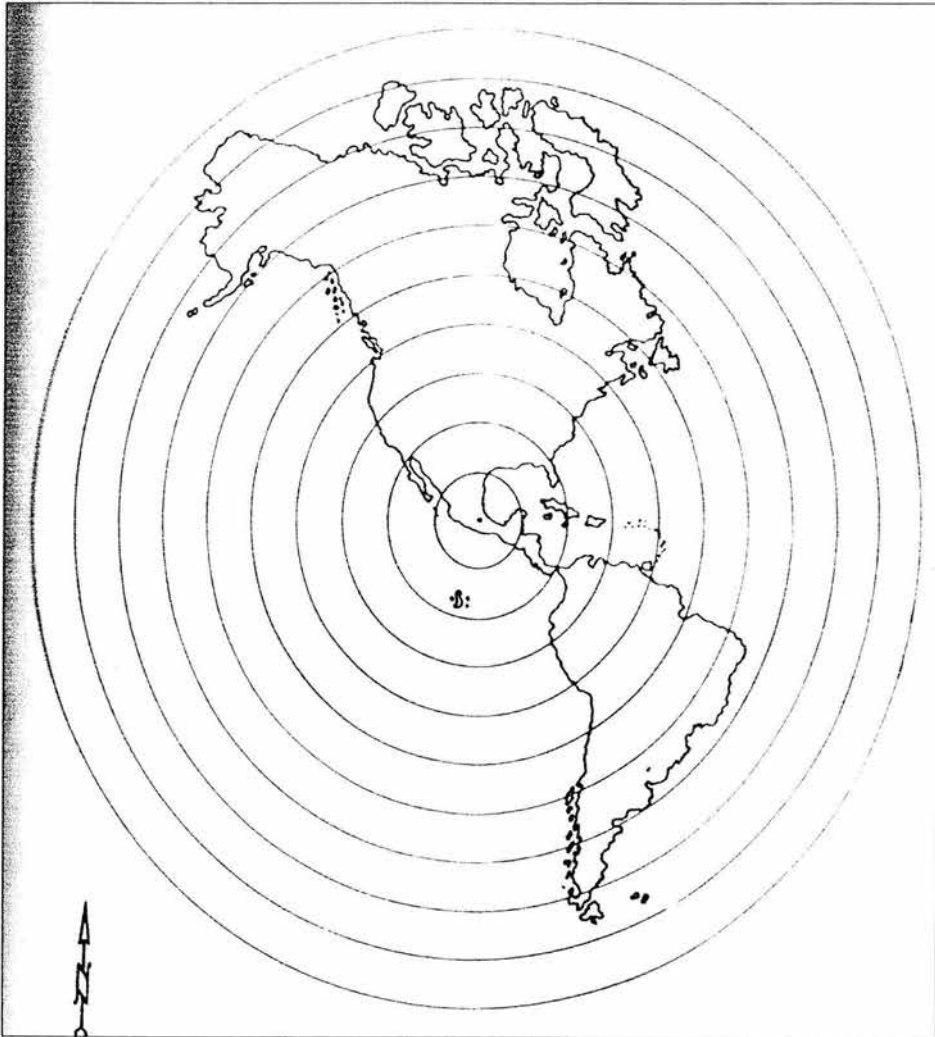
Cuadro 1

XEUNFM, Frecuencia Modulada estereofónica. Potencia:104,00 watts. Área de Servicio:
Zona Metropolitana



Cuadro 2

XEYU. ONDA CORTA. Potencia :1;000 Watts. Área de Servicio (buenas condiciones Climatológicas mediante): Continente Americano. Horario (provisional) 7am a13pm . Antigüedad del transmisor 43 años. Localización: Ciudad Universitaria.



Cuadro 3

XEUN, AMPLITUD MODULADA, Potencia.45.000watts (diurnos);25.000watts (nosturnos). Area de Servicio Distrito federal, Estados de México, Hidalgo y guerrero, así como parte de los estados de Querétaro, Puebla, Morelos, Tlaxcala, San Luis Potosí



En 1958, el 17 de abril, se trasladan los estudio de Radio Universidad Nacional de la Preparatoria número 1, en las calles de Justo Sierra 16, a las nuevas instalaciones ubicadas en el edificio de las Oficinas Técnicas en la Ciudad Universitaria.

Al siguiente año en 1959, el 16 de Julio, el rector Nabor Carrillo inaugura el primer transmisor de frecuencia modulada que sale al aire con las siguientes características: Siglas: XEUN FM., Frecuencia: 96.1 Mega Hertz. Potencia: 1000 Watts., ubicación: Torre de Rectoría, CU, Todavía era Director de Radio Universidad el Dr. Pedro Rojas Rodríguez.



Sr. Max Aub

Después en 1960 toma la dirección el Sr. Max Aub, que en su periodo de dirección en 1963, la estación Recibe la denominación de Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones bajo la dependencia de la Dirección general de Difusión Cultural. De la sección de Radio dependen las siguientes oficinas: Oficina de Programación, Discoteca, Fonoteca, Oficina de producción, de grabaciones (con tres cabinas), oficina de continuidad (con estudios de

transmisión), oficinas técnicas, planta transmisora y una oficina administrativa encargada de todos los servicios. Se adquiere el terreno para instalar la planta transmisora de onda larga ubicada en el antiguo Rancho el Arbolillo, Ticomán, D.F.⁴²

Durante su periodo en 1964, A finales de ese año, el rector Ignacio Chávez pone en funcionamiento el nuevo equipo de AM con 45000 watts de potencia de radiación diurna y 25000 watts para la emisión nocturna. El director de Radio Universidad era el Mtro. Max Aub. La nueva potencia permite tener un mayor alcance de la señal radiada y cubrir una amplia extensión del territorio nacional; y en 1966, Se constituye el Departamento de Radio Universidad, dependiente de la Dirección de Difusión Cultural.

⁴² Ibidem.p 18



Licenciado Fernando Curiel.
Lic. Fernando Curiel Defossé

Posteriormente en octubre de 1973 el Dr. Fernando Curiel Defossé tomaría la dirección de Radio UNAM, durante su administración en 1974, el rector Guillermo Soberón inaugura el transmisor auxiliar de amplitud Modulada para la planta transmisora de Ticomán, con una potencia de 10000 watts.⁴³

En 1976, para ser exactos el 11 de octubre: el rector Guillermo Soberón inaugura las nuevas instalaciones, ubicadas en Adolfo Prieto 133, Col. del Valle, las cuales comprenden: Oficinas Administrativas, locales especiales para

Fonoteca y Discoteca, tres estudios de grabaciones dedicados respectivamente a las programaciones musicales teatral y hablada, así como el sistema de transmisión en Frecuencia Modulada Estereofónica con 100000 watts de potencia aparente radiada. Asimismo, se prevé el desarrollo de servicios culturales a través de una Auditorio y una Audioteca abiertos al público. En diciembre: se inaugura la Librería y Discoteca Augusto Navarro, ubicada en el mismo edificio.



Doctor Abelardo Villegas.
Doctor. Abelardo Villegas

Para febrero de 1977, la Dirección de Radio UNAM pasa a manos de el Dr. Abelardo Villegas y se desarrolla la programación radiofónica de acuerdo a las nuevas posibilidades e instalaciones de la emisora. Se pone en funcionamiento el Auditorio de Radio Universidad, dedicado a la memoria del célebre músico mexicano Julián Carrillo, a través de conciertos que se transmiten desde esa sala. El periodo de Dirección de Abelardo Villegas duraría tan solo un año.⁴⁴

⁴³ Ibidem. p 18

⁴⁴ Ibidem. p 18



Licenciado Fernando Curiel.
Lic. Fernando Curiel Defossé

En febrero de 1978, Tomaría nuevamente la dirección el Dr. Fernando Curiel Defossé.

El 15 de marzo del mismo año: cambia su estructura administrativa y se denomina Dirección de Radio UNAM; Como Dirección se adscribe a la Coordinación de Extensión Universitaria, se inaugura la Audioteca Augusto Novaro que presta servicios de audición a través de seis cabinas, disponiendo de 20000 grabaciones procedentes de los acervos de UNAM.

Para el 20 de febrero de 1980: se crea el Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias (PNCRU) con el fin de fomentar, fortalecer e impulsar la labor

radiofónica universitaria y promover su condición plural y abierta a todas las corrientes del pensamiento.⁴⁵



Lic. Miguel Carriedo S

En marzo de 1982 toma la dirección de Radio UNAM el Lic. Miguel Carriedo S. que hasta diciembre de 1984 no hubo cambios en la radio difusora.⁴⁶

⁴⁵ Ibidem.p 19

⁴⁶ Ibidem.p. 19



Lic. Beatriz Barros Horcasitas

Durante diciembre de 1985, la nueva directora de radio UNAM sería la Lic. Beatriz Barros Horcasitas. El 19 de septiembre del mismo año Radio UNAM recibe de parte del Gobierno de la República el Reconocimiento Nacional y el Diploma de Reconocimiento a la Solidaridad Institucional por su trabajo solidario de apoyo y auxilio a raíz de los sismos de este año. También en ese año se le otorga el Premio Nacional de Periodismo y de Información por su destacada labor en la divulgación de la cultura; El Club de Periodistas le otorga el Premio Nacional de Periodismo como reconocimiento a los servicios

noticiosos. Y es en este año donde se inicia una barra de programas en vivo con participación del público por vía telefónica. En agosto: la Coordinación de Extensión Universitaria pasa a ser ahora la Coordinación de Difusión Cultural.

También el 17 de agosto de 1987: Se inicia el Proyecto de Reestructuración de la Fonoteca de Radio UNAM con el objeto de clasificar y automatizar gran parte del acervo fonográfico (20000 cintas) hasta entonces no catalogado. Por otro lado el Departamento del Distrito Federal dona a la UNAM un terreno de 2250 m² ubicado en el Km. 4.5 de la carretera Ajusco que servirá para la instalación de la antena y el transmisor de frecuencia modulada, para separar frecuencias y ampliar la cobertura de la señal. Entre las primeras notas de radio se informa de los acontecimientos en torno a las reformas académicas propuestas por el rector Jorge Carpizo y cubre con oportunidad la respuesta de la comunidad universitaria.⁴⁷

El 26 de febrero de 1987: Radio UNAM se adscribe a la recién creada Coordinación de Comunicación Universitaria. 14 de junio: se celebra el cincuentenario de Radio UNAM y se inaugura la Fonoteca "Alejandro Gómez Arias". agosto 13: por acuerdo del rector, doctor Jorge Carpizo, se establece la Dirección General de Radio UNAM.

Durante 1989, en febrero 2: por acuerdo del Rector, doctor José Sarukhán, la Dirección General de Radio UNAM queda adscrita a la Coordinación de

Ibidem.p.20

Difusión Cultural, y en septiembre 14 del mismo año: por acuerdo del Rector, doctor José Sarukhán, se reorganiza la estructura administrativa de la Coordinación de Difusión Cultural y se especifican las funciones de la Dirección General de Radio UNAM.

En abril 16 de 1991: El Lic. Fernando Escalante Sobrino sustituye como Director General de Radio UNAM al Mtro. Alberto Dallal Castillo, presentando un proyecto que involucra cambios substanciales en la programación de la emisora, así como una adecuación de su estructura técnico-administrativa que haga posible una cobertura más amplia en la difusión de la cultura y el quehacer universitarios.

Para junio 14 de 1992, se inaugura en la planta del Ajusco, un nuevo transmisor de FM con una potencia de 35,000Watts.

No es hasta 1994 ,en junio 14 el rector José Sarukhán y el director de Radio UNAM Eraclio Zepeda inauguran el equipamiento de la planta transmisora de ticoman consistiendo éste de un nuevo transmisor de 50,000 watts, antena de transmisión , equipo de enlace y procesamiento de audio. Noviembre, se reequipan los estudios de grabación y transmisión dando una nueva calidad de sonido a las transmisiones de radio UNAM.

Pero en1995 Se instala una nueva antena de transmisión en la planta del Ajusco, aumentando la cobertura de FM, y dando la posibilidad de aumentar la potencia aparente radiada hasta 100,000Watts.

En 1996 Se instala una antena de recepción vía satélite, captando señales originadas en Francia, Inglaterra y Holanda.

Pera 1997 Radio UNAM ingresa en sintonía al sistema electrónico de internet.

1999. Se comienza la remodelación de la fonoteca Alejandro Gómez Arias, reestructurando su modo de trabajo pasando de el registro de cintas de fichas bibliográficas a registro de base de datos por computadora , para una rápida y mejor bus queda; se pasa del almacenamiento de anaqueles fijos a, anaqueles movibles para un mayor almacenamiento de cintas por medio de un proyecto propuesto por a Lic. Malena Mijares, directora de Radio UNAM en ese momento

En 2000.El director Actual es Fernando Escalante Sobrino, del cual hablaremos de él mas adelante.

2.2. Base Legal de Radio UNAM

Toda dependencia de la UNAM esta sustentada en una base legal y Radio UNAM no puede ser la excepción, por lo consiguiente es primordial conocer estas disposiciones que rigen a Radio UNAM.

La base legal que rige a Radio UNAM: es una radiodifusora establecida por la Universidad Nacional Autónoma de México, que por acuerdo del Rector inicia sus transmisiones radiofónicas el 14 de junio de 1937, con sede en la Ciudad de México, Distrito Federal, y opera actualmente mediante permiso concedido por el Gobierno Constitucional de la República, con base en el artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el diario Oficial de la federación el año de 1960

2.2.1. Tipología de Radio UNAM

De acuerdo con la legislación vigente, las radiodifusoras pueden ser motivo de concesión o de permiso; las estaciones comerciales han menester de concesión; las permisionarias pueden inscribirse en cualquiera de estas categorías: **oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole** (Artículo 13) . De "cualquier otra índole" que no pueda ser , por lógica jurídica, sino la de aquellas que "que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios" .

¿ Dónde encaja Radio UNAM, veintitrés años anterior a la redacción de la ley? No podemos considerarla **oficial** dada a la naturaleza autónoma, autogestiva, del organismo que la sustenta.

¿**Cultural**? no, no exclusivamente, en virtud de que su programación, según la veremos luego, incluye otros objetivos estrictamente culturales. La "experimentación" documenta una parte , no la totalidad de sus tareas. Su condición indudable de escuela de cuadros técnicos, artísticos, informativos, etcétera, difiere la hipótesis que contempla, de manera expresa, la ley de: "extensión de la educación popular". No resta, pues más que la última categoría. Ajustada, por fortuna, a nuestro caso.

Defino : Radio UNAM es una radiodifusora permisionaria establecida por la Universidad Nacional Autónoma de México para el cumplimiento de sus fines y servicios. Dispone el artículo 1º. De la Ley Orgánica de la UNAM (1945):

“ La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública-organismo descentralizado del estado de plena capacidad jurídica, que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios o bien técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones o problemas nacionales, extendiendo con la mayor plenitud posible, los beneficios de la cultura”.⁴⁸

Cito, de nueva cuenta , la parte que aquí interesa:

“Extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura”

En este tercer fin se inscribe, desde su salida al aire la noche del 14 de junio de 1937, Radio UNAM. Aclara sin embargo que, a partir de 1977, la tercera tarea sustantiva de la Universidad Nacional se conceptúa de manera más dilatada y configurar un subsistema, el subsistema de Extensión Universitaria, cuyo objetivo recuento: **extensión de la cultura; extensión de la docencia ; extensión de la investigación; servicios intra y extramuros.**⁴⁹ A este tipo de programación , también se une las producciones de Escaparate Cultural, de Radio UNAM, cápsulas que tienen el fin de difundir eventos culturales de entretenimiento para el auditorio universitario y no universitario cómo: obras de teatro, exposiciones de libros, conciertos de música clásica, avisos de fechas de inscripción de interés universitario etc.

2.2.2. Atribuciones Legales de Radio UNAM

Radio UNAM, como dependencia de la Universidad Nacional, es una radiodifusora establecida para el cumplimiento de sus fines y servicios, de extender los beneficios de la cultural tal, como lo dispone el artículo 1ro., de la Ley Orgánica de la UNAM (1945):

El 2 de febrero de 1989 la Dirección General de Radio Universidad Nacional Autónoma de México, por acuerdo de reestructuración administrativa del Rector José Zarukhán, quedó adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural. Dicho acuerdo se complementó el 14 de septiembre del mismo año al aparecer publicado en la Gaceta UNAM el “Acuerdo que reorganiza la estructuración administrativa de Difusión Cultural”. Con respecto a la dirección de Radio UNAM, dicho acuerdo, en su Artículo Noveno especifica lo siguiente:

⁴⁸ Legislación México, UNAM, Dirección General de Estudios y Proyectos Legislativos. 1979

⁴⁹ Fernández Vera Cf. Jorge: Ponencia General. Primer Simposio internacional de Extensión Académica, agosto de 1980.

Serán funciones de la Dirección General de Radio:

- 1.- Producir como transmitir programas de difusión de la cultura, de extensión académica, informativos y de opinión;
- 2.- Divulgar e informar oportunamente las actividades de interés para la comunidad universitaria así como la sociedad en general, estableciendo los mecanismos de coordinación con las dependencias universitarias respectivas, también con las instituciones públicas y privadas que correspondan;
- 3.- Desarrollar el sistema de producción radiofónica con las diversas dependencias universitarias, así como promover la organización e impartición de cursos de formación y actualización de recursos humanos, relacionados con las distintas especialidades radiofónicas;
- 4.- Transmitir la programación en los horarios con formas que se establezca, de conformidad con las frecuencias con que cuenta Radio UNAM; Impulsar el sistema de transcripciones magnetofónicas e impresas de material radiofónico, con el fin de facilitar su acceso a emisoras análogas, instituciones culturales y público interesado;
- 5.- Desarrollar el sistema de control remoto y producción en vivo, así como de enlaces regionales y nacionales, procurando los medios que faciliten una cobertura radiofónica nacional e internacional;
- 6.- Clasificar y conservar los acervos magnetofónicos y fonográficos e impreso de la emisora prestando a la comunidad universitaria y a la sociedad en general los servicios de fonoteca, discoteca, librería, sala de actividades culturales, y
- 7.- Experimentar nuevas formas radiofónicas acordes a los objetivos de la Institución.

Analizar las funciones de una radiodifusora no es cosa fácil, más en la actualidad donde se compite por el radio escucha en general, la mayoría de las radiodifusoras adolecen de creatividad en la programación, también existe la radio hablada que en su forma es buena, pero balanceada, como es el caso de Radio UNAM, que su función primordial es transmitir programas culturales, de carácter escolar, informativos y de entretenimiento con un fin no comercial, con el fin de ayudar a proporcionar otra alternativa de radiodifusora que haga la diferencia en el cuadrante.

2.3. Estructura y Organización en Radio UNAM

En el siguiente cuadro presentaremos los departamentos que conforman la estructura de Radio UNAM y sus titulares a si como sus puestos de cada uno de ellos.

Dirección General de Radio

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DEMÉXICO

Lic. Fernando Escalante Sobrino fes@servidor.unam.mx	Director General
Lic. Indira Gaxiola Felix indira@correo.unam.mx	Auxiliar de la Dirección

SUBDIRECCIÓN DE PLANEACIÓN

Lic. Fernando Chamizo Guerrero fchamizo@servidor.unam.mx	Subdirector
Lic. Nashrú López Rascón nashru@correo.unam.mx	Jefe de Programación
Yolanda Medina Delgado yolamedina@correo.unam.mx	Jefe de Discoteca
Lic. Verónica Olgún Vígil fonoteca@correo.unam.mx	Jefe de Fonoteca

SUBDIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

Lic. Antonio Morales Cortes <u>morcoran@servidor.unam.mx</u>	Subdirector
Lic. Cutberto Domínguez Rodríguez <u>cutbertod@correo.unam.mx</u>	Jefe de Información
Ing. Armando Trujillo Pantoja <u>armandot@servidor.unam.mx</u>	Jefe de Cómputo y Sistemas

SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN

Lic. Manuel Estrada Maldonado <u>mem@servidor.unam.mx</u>	Subdirector
Lic. Javier Platas Jaramillo	Jefe de Producción
Ing. Manuel Garro García	Jefe de Grabaciones

SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS CULTURALES

Prof. Carlos Narro Robles <u>carlosnarro@correo.unam.mx</u>	Subdirector
Laura Roque Orduña <u>laura.roque@correo.unam.mx</u>	Jefe de Serv. Culturales

SUBDIRECCIÓN DE INGENIERÍA

Ing. Gustavo Carreño López guscar@servidor.unam.mx	Subdirector
Ing. J. Carmen Ramírez G.	Jefe de Ingeniería
Cayetano Meléndez Cerda	Jefe de Planta Transmisora Ticomán(AM)
Lic. Jaime Moreno Bernal	Jefe de Planta Transmisora Ajusco(FM)

UNIDAD ADMINISTRATIVA

Lic. Rodolfo Consuegra Reyes rconsueg@servidor.unam.mx	Jefe de Unidad
Lic. Alejandro Pérez Fernández	Jefe de Personal
C.P. Gilberto Benavides Maya	Jefe de Recursos Financieros
Lic. Angélica Aguilar Navarrete auna@correo.unam.mx	Jefe de Servicios Generales

CABINA DE TRANSMISIÓN

Transmisión AM	.
Transmisión FM	.

2.4. Radio UNAM y su programación.

El diseño de la programación es una labor sumamente importante, que amerita investigación, reflexión, discusión y acuerdo dentro de un equipo programador. Esta tarea, previa a la promoción y puesta al aire de todas las programaciones, debe tomar en cuenta todas las variables que están en juego, cuando de atender a su función se trata:

"La función de la programación está centrada en prestar un servicio diverso, respetuoso y dinámico a un público que ya no se conforma con la música de fondo y los programas pasivos que se originaron en la primera época de la frecuencia modulada. El reto de la radio consiste en que un director de programas sea capaz de centrar su interés en el mundo del espectáculo y el de la información, que propicie nuevas alternativas de servicio a la sociedad y abra nuevos horizontes en el servicio al aire. Por ello no debe pasar inadvertido que el producto de una empresa radiofónica puede ser tan bueno como el hombre que propicia, supervisa y mejora constantemente su desarrollo y crecimiento programático"⁵⁰

" Pero la programación es un ser vivo, se mueve. Los programas nacen, crecen, se reproducen (o te los copia la competencia) y mueren. O mejor, son matados. Una vez que la gente se acostumbra, resulta molesto andar moviendo el horario de un programa".⁵¹

Durante varios lapsos de su ya histórica existencia, Radio UNAM ha sido un modelo de radiodifusora de servicio universitario con una eficiencia en la difusión de la cultura. Basta recordar la imagen que Radio UNAM tiene, sucesivas y ya numerosas generaciones de universitarios para percatarnos que ha sido elemento de inmediata divulgación cultural; medio idóneo para mostrar la expansión de la cultura, desarrollando la comprobación de las excelencias de la naturaleza de nuestra Universidad.

⁵⁰ Figueroa, Romeo: "¡Qué onda con la radio!". Alhambra Mexicana. México, 1997. p. 536. II reimpresión.

⁵¹ López Vigil, José Ignacio: "Radialistas apasionados". Artes Gráficas Silva. Quito, 1997. p. 550.

Durante su trayectoria profesional, además, Radio UNAM jamás ha perdido esta noble y evidente "personalidad" de tipo universitario que bien puede mostrarse a la comunidad local y al público nacional como garante de la universalidad a que convocan todas las actividades de la UNAM.

Pero ¿de qué habla una Radio Universitaria! La contestación fácil es de todo. De todo lo que se hace en la Universidad y de todo lo que le interesa. Una universidad enseña, investiga y difunde todos los campos de interés del ser humano, desde la astronomía hasta la zootecnia, desde la arqueología hasta el Zen, desde la artesanía hasta la zarzuela.



Cabina de AM

Para Radio UNAM, 1996 fue también favorable a pesar de su apretado presupuesto. Con la llegada de su exdirector, Felipe López Veneroni, en enero de 1995, la institución logró diversificar aún más su programación y dar mayor espacio al propio quehacer universitario. De acuerdo con un documento interno de Radio UNAM, la representación de dependencias universitarias en la programación de sus emisoras pasó de ocho en enero de 1995 a cerca de 30 en diciembre de 1996, lo cual "ha facilitado la interacción de investigadores, catedráticos, creadores o de los responsables de las políticas administrativas de prácticamente todas las áreas de la Universidad con el público escucha".⁵²

⁵² Diagnóstico de Radio Universidad Nacional y su relación con la comunidad universitaria desde el ámbito de difusión cultural de la UNAM", mimeo, enero de 1997.

En la oferta programática, Radio UNAM definió con mayor cuidado los contenidos de sus estaciones en AM y FM. En vez de repetir una misma programación en dos frecuencias, utilizó cada señal en función de la calidad de su transmisión: "la Amplitud Modulada fundamentalmente para los programas hablados (de análisis y de debate, o bien de divulgación e interés juvenil) como; Goya deportiva, Hola Luis, Domingo 7, Trovando con los niños por mencionar algunos, la Frecuencia Modulada para la música clásica, los programas especializados de crítica y análisis cultural" como; Plaza Publica, Rocha en Radio UNAM, Música por entrega, Debates en la Ciencia.⁵³ Pero uno de los aspectos más novedosos impulsados por la actual administración, fue la firma de convenios internacionales con emisoras extranjeras.

Desde septiembre de 1996, Radio UNAM transmite una hora semanal del Servicio Mundial de la BBC de Londres; desde finales de octubre, ocho horas y media semanales de Radio Francia Internacional; y próximamente entrará en vigor un convenio con Radio Canadá Internacional.

En sus trabajos la programación recientes en el 2002, la radiodifusora, adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural, ha aprovechado al máximo sus recursos ha elevado el profesionalismo de sus investigaciones, sus labores de organización interna junto con sus relaciones. Ciclos de mesas redondas, cursos específicos relativos a las especialidades de la radiodifusión, así como otro tipo de actividades culturales, han completado entusiastamente esa labor ininterrumpida que Radio UNAM ejerce para los universitarios y para el país.

Radio Universidad Nacional Autónoma de México inició sus transmisiones el 14 de junio de 1937. Desde hace más de 64 años ha cumplido fielmente con su vocación universitaria . Sus programas, sus actividades técnicas y culturales, sus iniciativas se han significado principalmente porque han constituido relaciones de enlace, de información, de apoyo, de expresión de las más notables con profundas actividades universitarias. Entre los compromisos que asume Radio UNAM se cuenta la difusión del conocimiento universitario, el mantener al tanto de los hechos, acontecimientos y circunstancias que necesita saber el público radioescucha.

⁵³ Ibidem. p.2



Cabina FM

De hecho, la emisora sigue tres líneas básicas de programas: de **análisis** y de **reflexión** de la realidad; de **divulgación** cultural y del conocimiento y de **servicio** y **orientación** universitaria.

Más que otra cosa, Radio UNAM busca ser diferente y, al mismo tiempo, distinta. La anima no tanto el deseo de ganar la mayor audiencia, cuando una filosofía de apertura a todas las corrientes del pensamiento, de servicio y de respeto a la inteligencia y la sensibilidad de los radio escuchas.

Miguel Angel Granados Chapa. Locutor del programa Plaza Pública en Radio Universidad. Entrevistado con el motivo de conocer ¿Cuál es la importancia de Radio Universidad en la actualidad y en que ha sobresalido? Nos menciona lo siguiente.

Son tres planos en los que sobresale radio universidad en estos últimos años. Primero fue pionera en el ámbito de la radio difusión cultural, si bien no fue primera del género, por que ya estaba Radio Educación, fue la primera en contar con una definición en la programación, de asumir una clara postura ante el auditorio. Estableció un claro respeto entre los radio escuchas, en momentos en que empezaba a surgir la radiodifusión comercial, que se ha caracterizado por mutilar a los oyentes, a los que considera mercancía.

En segunda plano ha propiciado la difusión de diferentes géneros musicales y de debates, que estuvieron ausentes en el cuadrante de la radiodifusión. Radio UNAM llegó a ser, en largos periodos de su historia, el único asiento, la única sede de este tipo de programas. Para una población de gran sensibilidad, una población creadora, resulta ofensivo que la radio comercial se empeñe en imponerle tonadas insulsas; que le niegue las posibilidades estéticas u su buen gusto. Radio Universidad ha contribuido a

probar que en México hay apetito por la calidad de programas que transmite. En tercer lugar Radio Universidad no ha practicado el egoísmo, un egoísmo que la vincule a sí misma, sino que se ha vinculado con otras radiodifusoras, ha propiciado el diálogo sin pretender imponer un sello propio. La prueba es que existen ya diferentes subgéneros de estaciones culturales que amplían el espacio.

Pareja a esta programación radiofónica , hay una serie de funciones, la mayoría de ellas tendientes a reforzar la presencia de Radio UNAM en el ámbito metropolitano, Nacional e Internacional. Las menciono:

- 1º. Diseñar y producir la programación y servicio de radio Universidad de acuerdo con los objetivos de la emisora;
- 2º Trasmistir la programación en los horarios y formas que se establezca, de conformidad con la naturaleza de cada una de las tres frecuencias con que cuenta Radio Universidad (AM. FM.,onda Corta);
- 3º Desarrollar el sistema de control remoto y de producción en vivo; este es uno de los sistemas que ya están en función en el programa de Chiapas Expediente Abierto, de Granados Chiapa el cual se transmite en Radio UNAM y la señal llega a Chiapas vía satélite.
- 4º Desarrollar el sistema de enlaces regionales y nacionales;
- 5º Procurar los medios que posibiliten una cobertura radiofónica nacional e internacional;
- 6º Establecer el sistema de transcripciones magnetofónicas e impresas de materiales radiofónicos, con el objeto de facilitar su acceso a emisoras a fines, instituciones culturales y público interesado;
- 7º Desarrollar el sistema de coproducción radiofónica con las diferentes dependencias de Radio UNAM ;
- 8º Promover y publicar los programas y servicios de Radio Universidad a través de folletos, revistas, carteleras, boletines de prensa y otros medios idóneos;
- 9º Conservar y Clasificar el acervo magnetofónico, discográfico e impreso de la emisora;

10º Ofrecer al público Universitario y general los servicios de la fonoteca, discoteca y librería "A gusto Novaro";

11º Experimentar nuevas formas radiofónicas acordes con los objetivos de la emisora.⁵⁴

Los nuevos objetivos con el desarrollo de la emisora se mejoraron y se pretende extender con amplitud la labor radiofónica y los beneficios de la cultura artística, humanística y científica, tanto nacional como extranjera.

1.- Transmitir programas de extensión académica colaborando con las diversas dependencias universitarias que tengan a su cargo esta función.

2.- Informar y promover las actividades que realiza la UNAM y otra institución a fines.

3.- Coadyuvar al esfuerzo que realiza la universidad para análisis de las manifestaciones artísticas, científicas y humanísticas, tanto nacionales como extranjeras.

4.- Funciones: Las funciones Básicas de la estación son las de Diseñar y producir la programación y servicios de Radio UNAM de acuerdo a los objetivos de la emisora.

5.- Transmitir la programación en los horarios y formas que se establezcan de conformidad con la naturaleza de cada una de las tres bandas de frecuencia con que cuenta Radio UNAM, AM, FM y onda corta.

6.- Desarrollar el sistema de control remoto y producción en vivo.

7.- Desarrollar el sistema de enlaces regionales y nacionales.

8.- Procurar los medios que posibiliten una cobertura radiofónica nacional e internacional.

9.- Establecer el sistema de transcripciones magnetofónicas e impresas de material radiofónico, con el objeto de facilitar su acceso a emisoras afines, instituciones culturales y al público interesado.

⁵⁴ Acuerdo Número 3 de la Coordinación de Extensión Universitaria. *Gaceta UNAM*, Cuarta Época, Volumen II, número 24, página 4.

10.- Desarrollará el sistema de coproducción radiofónica con las diversas dependencias de la UNAM.

11.- Promover y publicar los programas y servicios de radio UNAM a través de folletos, revistas, carteleras, boletines de prensa y otros medios idóneos.

Actualmente Retoma la dirección Fernando Escalante Sobrino después de 17 años. **En entrevista con el Director de radio UNAM**, el Lic. Fernando Escalante Sobrino se pudo conocer mas sobre los planes que tiene para radio UNAM, lo cual nos menciona lo siguiente:

1.- ¿ **En qué condiciones recibe a radio UNAM.?**

Cuando llego ha radio Universidad en octubre del 2000 hay una gran molestia, por que el director anterior el Maestro Francisco Prieto avía presentado un proyecto de un cambio grande y fuerte en la programación afectando a muchos programas. El problema fue que no se negoció.

Aquí en radio UNAM hay programas que tienen muchos años al aire , que es muy difícil sacarlos del aire o removerlos de horario, sólo esto se puede con platicas y formas ojala pudiéramos funcionar como una estación de radio privada en donde cae el reitin y cortas el programa, aquí es más complicado es una radio universitaria, tienes que jugar con ciertas formas.

Entonces el anterior director presento rápido el nuevo programa de una semana para otra, entonces hubo muchas molestias de los colaboradores y salen cosas que no vienen al caso. Pero era un proyecto bueno. Pero la estructura que tiene radio Universidad ,es sólida, anquilosada , ante una propuesta agresiva de muchos cambios pero bien intencionada , chocaron.

Entonces llego yo, me en cuento con la gente muy molesta, como ya havia tenido la oportunidad de ser director de radio Universidad ase 10 años, conozco ha alguna de las gentes que trabajan aquí y comenzó a tranquilizarla, los cambios vendrán pero poco a poco.

2.-¿ **Hay proyectos para nuevos programas.?**

Por el momento j no j por que, queremos irnos a una estructura de base. Donde se buscaran formatos más cortos y más ágiles, con una continuidad mucho mas rapida, que la de cambias programas de una hora y poner programas de una hora .

3.-Se dice que radio UNAM esta encajonada en sí es Cultural, o es Universitaria.

¿ usted como define a radio UNAM .?

Es una pregunta muy complicada, por que a mi no me gusta colocarla en ninguna radio pública o privada. Yo creo que si somos una radio universitaria, por que si hay un factor que nos identifica, una es la autonomía, es un valor que solo lo tienen las universitarias el otro es, la experimentación que no se si las culturales la tienen, este principio de buscar nuevos formatos del quehacer radiofónico, como principio y como obligación. El experimentar es lo que nos hace diferente.

4.-Usted mencionó que fue director de radio UNAM ase 10 años , ha notado cambios hasta este momento.

¡ No ¡ ninguno ; Solamente que radio UNAM esta en internet y la digitalización de las cintas en la fonoteca así como su remodelación.. Lo que sigue siendo lo mismo es lo que sale al aire , la programación.

5.-¿ Qué limitaciones enfrenta radio UNAM ?

Siempre será el presupuesto ; Pero si todos los trabajadores de radio UNAM, trabajáramos más, radio UNAM se iría para arriba.

6.- ¿Qué planes tiene para radio UNAM ?

Crear un consejo que defina los principios de radio Universidad, entonces entrar en una serie de modificaciones de contenido y tratar de darle una vuelta a la programación pero eso va a tardar toda vía. Mientras estamos comprando tecnología , y vamos a tratar de vender este edificio que ya es muy obsoleto, para hacer uno en Ciudad Universitaria (CU) más funcional.

***Con la entrada del nuevo Director de Radio Universidad el Lic. Fernando Escalante Sobrino en el 2000 los PRINCIPIOS DE RADIO UNAM son los siguientes.**

a) PRESPECTIVA UNIVERSITARIA. La radio universitaria no se limita a la difusión de actividades universitarias ni culturales, es ante todo una voz crítica y libre. Su compromiso es transmitir el quehacer de los universitarios (académicos, investigadores estudiantes) y su pensamiento critico con pluralidad calidad y libertad de expresión.

Nuestra emisora es un canal de comunicación entre universitarios y sobretodo de la universidad con la sociedad. Los Universitarios tenemos en Radio UNAM el espacio de la reflexión, de la divulgación del conocimiento y de las artes.

b) **DIVERSIDAD:** Para contribuir a la construcción de una sociedad más justa, la radio universidad debe de ser profundamente respetuosa de las diferencias que existen entre los seres humanos. No existe ningún tipo de discriminación en el perfil de Radio UNAM.

c) **PLURALIDAD:** El encuentro de opiniones diversas es esencia y razón de ser de la Universidad. Ninguna idea será censurada en nuestra frecuencia.

d) **CREATIVIDAD:** Buscar de manera permanente formatos y lenguajes para mantener la calidad de nuestro contenido.

e) **CALIDAD:** Evaluar periódicamente los elementos radiofónicos que transmitimos para mantener la calidad de nuestro contenido.

f) **RENOVACIÓN CONSTANTE :** Es obligación de Radio UNAM estar actualizada en contenidos y conceptos radiofónicos. Nuestros contenidos tendrán que ir cambiando para ir de acuerdo con las necesidades de la comunidad universitaria y la sociedad contemporánea.

g) **DE CARÁCTER NACIONAL:** La UNAM, como institución cultural más importante del país, puede llevar su voz a todo el territorio nacional a través de nuestra señal, para lo cual buscamos los mecanismos idóneos para hacer llegar su contenido a toda la nación.

h) **PROFESIONALISMO:** Quienes colaboran en Radio UNAM deberán tener un gran compromiso social y calidad como comunicadores radiofónicos.

i) **ACADÉMICA:** Radio UNAM estará remanentemente formado cuadro profesionales en cualquier rubro del quehacer radiofónico. Seremos un lugar de formación para las nuevas generaciones interesadas en el medio.

J) **AUTO SUFICIENTE:** La emisora buscará siempre los mecanismos legales para poder tener recursos económicos que le permitan continuar con su proyecto radiofónico.

PROGRAMACIÓN TOTAL DE RADIO UNAM EN EL 2001

Género	Horas Semanales	Horas Mensuales	Horas Agosto20del 01	Horas al año	Porcentaje total
Programación de la cultura	39:30	157:20	1257	1886	23.20%
Programas Musicales	88:20	358	3864	4298	52.80%
	127.5	515.2	4121	6184	76%
Extensión de la docencia	14:20	56	454	682	8.4%
Informativos	14:50	58	464	696	8.6%
Promoción	4:55	18:20	145	219	2.7%
Análisis	7:25	29	232	348	4.3%
Total	168 Horas	677 Horas	5416 Horas	8130Horas	100%

Una vez que se realizó este capítulo es necesario señalar el funcionamiento de radio UNAM a sí como su compromiso con el público en general, el cual es dar a conocer todos y cada uno de los eventos culturales que se realizan en la Ciudad de México, proporcionándoles difusión sin comercializar con ellos, dar al público entretenimiento para niños con su programa de Hola Luis, también programas juveniles como Goya Deportiva, por mencionar algunos de los muchos programas que produce y transmite. Esto ha hecho que el público tenga una alternativa diferente de radio, para que Radio UNAM siga con su funcionamiento y su mecanismo de trabajo.

Capítulo III

EL ANÁLISIS

3. Análisis radiofónico, descriptivo estructural del discurso de las cápsulas informativas de escaparate cultural de radio UNAM. Del 1 de julio al 27 de septiembre durante el 2002

La razón de ser fundamental las cápsulas de escaparate Cultural, producidas por Radio UNAM es importante: es la primera y la única radiodifusora que por medio de estas cápsulas difunde las noticias de interés académico, cultural de nuestra Universidad recibidas en la emisora.

Diariamente llegan a las instalaciones de Radio UNAM gran número de materiales informativos, libros de reciente aparición, revistas especializadas como de divulgación escolar que sirven a estudiantes universitarios invitaciones a conferencias, actividades musicales, relación de actos y acontecimientos académicos. Cada año, en los distintos centros, facultades escuelas e institutos universitarios tienen infinidad de actividades, hallazgos científicos que florecen en igual proporción de obras teatrales, a si como literarias que justifican plenamente la existencia de la universidad.

Toda esta información es de utilidad para estudiantes, investigadores, artistas, profesores a si como al un público que busca mantenerse al tanto de las novedades y rumbos del devenir universitario - cultural. De inmediato, gracias a las características de la potencialidades del medio radiofónico –y, creemos, su empleo acertado–, estos materiales se difunden a través de las cápsulas informativas de Escaparate Cultural es uno de los pocos espacios en donde se les da divulgación a estos eventos de índole cultural en las frecuencias universitarias por Amplitud Modulada 860 khz y por Frecuencia Modulada 96.1 mhz.

Pero una cápsula informativa, no es más que un pequeño programa que dura entre 5 y 10 minutos, el cual es utilizado para una finalidad, la información de eventos importantes de carácter escolar, esta cápsula tiene todos los elementos de un programa de radio, guión, texto, voz, música, ruidos y silencios. No sólo por ser un pequeño programa de tan poca duración, se pueda creer que no tiene todos estos complementos del discurso radiofónico, sino al contrario puede tener muchos más elementos radiofónicos. Más adelante ilustraremos los pasos que sigue la productora de Escaparate Cultural, para demostrar que, este programa no se produce de la nada, cómo los programas de las radio comerciales que sólo necesitan de pura música y comentarios.

3.1. Bases del Departamento de Difusión cultural, para la elaboración de las Cápsulas.

Escaparate Cultural nace un 18 de julio de 1998, su nombre original en aquel año era (paradoja Cultural), el proyecto periodístico pedido por la coordinación de periodismo cultural fue con el fin de presentar a las radioescuchas un panorama de la cultura mexicana, la Coordinación de Periodismo Cultural de Radio UNAM les pide a Abel Mora y Liliana Cruz hacer un proyecto acerca de una cartelera cultural, la cual contenga varios temas de promoción. En el transcurso de un mes se realiza un programa piloto con una duración de una hora con el nombre de Paradoja Cultural, el cual contenía varias secciones como; Información de carácter universitario principalmente, obras de teatro, exposiciones de pintura, muestras de cine, entrevistas con escritores en la feria del libro, reportajes sobre la divulgación de la ciencia por dar algunas ejemplos.

Después por diferentes dificultades económicas, de organización, planeación, programación y de horario estas cápsulas no salieron al aire pero Manuel Estrada antes jefe de programación en su lucha por dar a conocer este proyecto consigue un espacio en los noticiarios de AM y FM con una duración de 3 minutos.

Hoy después de cuatro años, Escaparate cultural tiene un horario fijo en Amplitud Modulada (AM) de 13:45 pm a 14:00 pm. Su base principal es la producción de pequeños programas en los cuales informan a la comunidad universitaria de los acontecimientos de carácter escolar, como fechas de inscripción, inicio y terminación del periodo escolar, dudas sobre problemas escolares etc. A los alumnos de nuevo ingreso se les orienta en los pasos para realizar su inscripción a la UNAM, así como dónde se deben de presentar y cómo llegar a los planteles que les correspondan. Estos programas son realizados con la participación de personal de Servicios Escolares de Ciudad Universitaria, que son invitados para su transmisión en vivo en las fechas de inscripción para que los alumnos, ex alumnos y nuevos alumnos tengan una orientación sobre sus dudas al realizar un trámite en la UNAM. Más adelante conoceremos otros temas que Escaparate Cultural aborda en sus emisiones ya que lo expuesto es la base de la creación de Escaparate Cultural.

3.2. Selección de los temas, abordados en las Cápsulas de Escaparate Cultural

Como lo vimos anteriormente uno de los temas que Escaparate Cultural divulga en sus transmisiones es de carácter universitario en fechas específicas de inicio y terminación del ciclo escolar.

Otro de los temas que aborda principalmente este pequeño programa es la divulgación de eventos Universitarios como conferencias, cursos, concursos de comunicación, derecho, ingeniería, arquitectura, sicología y medicina por mencionar algunas de las carreras de la universidad. Con el fin de conocer las fechas, lugar de inscripción, costo, temas que se abordaran principalmente, para que los alumnos complementen sus conocimientos de las aulas con la de los expertos que dan estas conferencias y cursos. En el caso de los concursos los alumnos ponen en práctica sus conocimientos obtenidos en las aulas, en los cuales se podrán dar cuenta de sus errores así como de sus aciertos.

Pero no todo es de carácter universitario Escaparate Cultural también se preocupa por el entretenimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad en general, dándoles a conocer eventos cómo muestras de cine en la Cine Teca Nacional, en donde la misma Cine Teca Nacional proporciona boletos gratuitos al programa para regalarlos. Exposiciones de libros en la Feria del libro en cargándose Escaparate Cultural de difundir el lugar y fechas de duración de las exposiciones.

Para conocer un poco más de los temas que aborda el programa de Escaparate Cultural aquí tenemos lo que nos dijo **Silvia Cruz Jiménez**; Encargada de las cápsulas de Escaparate Cultural en entrevista..

¿ Cómo son seleccionados los temas que trata Escaparate Cultural?.

“No se tiene un gran criterio en la selección de los temas, como lo habrás notado en tu monitoreo de los programas, un día hablamos de literatura , otro de teatro y otro de hechos relevantes , Al principio se recolectaba información de los diarios, información que se les hacía llegar para las fuentes culturales, de esa información se realizaban las cápsulas .

Hoy es diferente, nos invitan a obras de teatro , presentaciones de libros, puestas de cine de: Cine Manía o la Cineteca que nos piden nuestra ayuda para la difusión de algunos eventos culturales. La selección se va dando por si sola.”

“Las Características es informar al auditoria de eventos culturales que se presentan en distintos lugares, como lo que se presenta en Bellas Artes , se busca la información, y se realiza la cápsula informando cuando se

presenta, de que se trata, quien la dirige y su importancia, prácticamente algunas cápsulas son pura información”

Seleccionaremos principalmente un programa el cual tomaremos en consideración para realizar este trabajo del análisis radiofónico y estructural del discurso de tesis que se expondrá más adelante es la promoción de las obras de teatro universitario, las cuales el programa Escaparate Cultural se encarga de realizar de las obras de teatro, una pequeña adaptación a radio novela de algunas partes de la obra, para que el auditorio tenga noción del tema y les motive para ir a verla.

También se da la promoción de a los eventos de la Orquesta Filarmónica de la Universidad Nacional Autónoma de México (OFUNAM) y otros muchos temas más, que en el siguiente capítulo conoceremos los objetivos que persiguen para la promoción de estos temas..

3.3. Objetivo de difundir las Cápsulas

Como lo vimos anteriormente los temas que se abordan en Escaparate Cultural son de carácter universitario, pero de interés universal para toda la sociedad, el objetivo de difundir estos temas por Escaparate Cultural, es el de dar a conocer los eventos de entretenimiento de carácter cultural que no tiene difusión en ningún otro lado, ya que no son de carácter comercial ni son financiados por empresas que tengan algún interés económico en ellas. Otro de los objetivos de la difusión de las cápsulas es que estos eventos tengan audiencia para que se sigan realizando y no se pierdan, pero al contrario se sigan impulsando para que se realicen muchos más, para que la sociedad tenga conocimiento de que hay otra alternativa de entretenimiento no comercial pero de mucha calidad. Para lograr estos objetivos Escaparate Cultural debe de echar mano de todos los elementos radiofónicos disponibles en la radio para que su producto **las Cápsulas Informativas Escaparate Cultural** cumpla su cometido, el de difundir los eventos culturales que la Universidad Autónoma de México presenta, todos los elementos radiofónicos utilizados por Escaparate Cultural serán desarrollados con la ayuda de diferentes autores que han hecho investigaciones y escrito acerca de ellos más adelante.

3.4. Elementos sonoros en la elaboración de las Cápsulas de Escaparate Cultural.

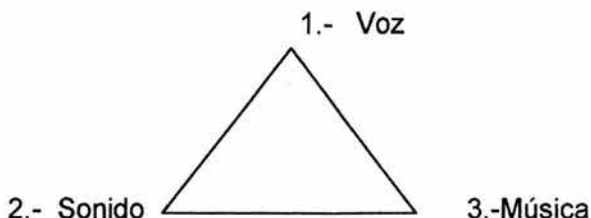
Como lo mencioné anteriormente tomaremos como referencia un programa de escaparate cultural en donde se le realiza una promoción a una obra de teatro llamada Las Ocupaciones nocturnas, espectáculo de Ignacio Escárcega sobre *Point Lendemain* de Vivant Denon para conocer los elementos sonoros

Pero antes deberemos definir ¿que son? los elementos sonoros: el mensaje sonoro en la radio es conocido como una sucesión ordenada, significativa y continua de ruidos elaborados por personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificados según los códigos del lenguaje radiofónico.

Al principio la radio fue una sucesión de palabras y música en vivo. Ese era el universo de sonidos radiofónicos. Después los artistas comenzaron a desarrollar paisajes sonoros con el advenimiento de tecnología de sonido, permitiendo desarrollar un contexto perceptivo, imaginativo, que determinó una manera distinta de escuchar la radio.

Así se configuró un lenguaje radiofónico, que se caracteriza por su estabilidad de códigos, repertorios y el surgimiento de géneros radiofónicos propios.

Abraham Moles clasifica al sistema sonoro en tres:



1. **Voz**: el proceso secuencial del **discurso hablado**, basado en imágenes acústicas: Los objetos sonoros de la fonética.
2. **Sonido**: los **sistemas acústicos**, que producen una imagen concreta del desarrollo sonoro de un acontecimiento.
3. La **música**, que se representa como un acto particular de comunicación "no figurativa", constituida por elementos abstractos.

A continuación veremos un ejemplo de la teoría de Abraham Moies en donde encontraremos los tres puntos que él define, en un guión de Escaparate Cultural.

Transcripción de Guión

SERIE.: ESCAPARATE CULTURAL

TEMA: TEATRO

CÁPSULA: LAS OCUPACIONES NOCTURNAS.

01.OP ENTRE MÚSICA DE LA SERIE

02. Guillermo "Esta noche estoy contento con la dulce música
03. (Recitando con La voz de Bianca que , cuando habla, encanta
04. profundamente el ambiente y hace que la tierra se quede
05. seductora) inmóvil o fije su cielo alrededor de su belleza."

06. MARGARITA (VOZ BAJA) Psss, psss, Guillermo que haces
07.(sobre texto de (SUBE VOLUMEN) PS, Guillermo...
08.Guillermo)

09.Guillermo Mhrr, mhrr. Estoy... estoy leyendo un seductor texto

10.Margarita ¿Te gusta Seducir?

11.Guillermo Seducir y que me seduzcan...¿ A ti no?

12.Margarita Me atrae el arte de la seducción y para que aprendas
13 sobre la seducción femenina, te voy a invitar a ver. **Las**
14 **Ocupaciones Nocturnas.**

15 OP ENTRA PUENTE MÚSICAL

En el guión anterior podemos encontrar en la numeración del 2 al 5, el ejemplo de la teoría de Abraham Moles que nos habla del proceso secuencial del **discurso hablado**, basado en imágenes acústicas: Los objetos sonoros de la fonética. El cómo se debe de leer y con que ritmo dando como sugerencia, recitando y con voz seductora.

El segundo ejemplo de la teoría de Moles lo podemos encontrar en la numeración del 6 al 7 y el 9 en el texto de los locutores en donde Los **sistemas acústicos**, que producen una imagen concreta del desarrollo sonoro de un acontecimiento (sonidos). Cuando pronuncian Psss, psss y el Mhrr, mhrr.

Y por último la música que es el factor principal en un guión el cual no se puede pasar desapercibido, es la que describe el lugar o paisaje dándole la armonía a lo narrado por el locutor en el guión y complementa el sierre de una primera escena.

La naturaleza estructural del mensaje de Escaparate Cultural tiene tres sistemas expresivos muy concretos: PALABRA-MUSICA-RUIDOS O EFECTOS SONOROS, los cuales el guión del programa de "Las Ocupaciones nocturnas", espectáculo de Ignacio Escárcega sobre *Point Lendemain* de Vivant Denon contiene los puntos centrales que Abraham Moles clasificaba al sistema sonoro antes mencionado.

En los guiones de Escaparate Cultural se puede agregar un cuarto punto: El SILENCIO: que es simplemente la ausencia de sonido o pausa en la palabra. Este silencio transmite información y tiene suficiente significado como para asignarle una categoría dentro del lenguaje de la radio.

Recordar la teoría de GESTALT (la totalidad es superior a la suma de las partes), nos permite comprender la complejidad del mensaje sonoro de la radio, cuyos sistemas expresivos, las palabras, la música, los efectos y el silencio, constituyen un lenguaje superior a la suma de los componentes expresivos. La función expresiva de la radio nace de la codificación de un lenguaje nuevo, resultante pero distinto de cada uno de los elementos que la componen.

Después de haber expuesto el ejemplo anterior de algunos de los elementos sonoros utilizados en el guión de las Ocupaciones Nocturnas de Escaparate Cultural, podemos dar una primera aproximación del lenguaje sonoro utilizado en las cápsulas de Escaparate Cultura:

Esta aproximación **del lenguaje sonoro** utilizado en Escaparate Cultural : desde mi punto de análisis es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de recursos técnicos expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativa-visual de los oyentes en este caso los receptores, que es el fin que se persigue al difundir las cápsulas de teatro, que el público se imagine la puesta en escena de la obra y les impulse asistir a verla.

3.4.1. El lenguaje radiofónico

Este punto a desarrollar, siempre existe cuando Escaparate Cultural tiene contacto con el auditorio mediante un lenguaje Narrativo e informático que permite un cierto tipo de comunicación utilizando los siguientes puntos:

*Un CODIGO: repertorio de posibilidades para producir unos enunciados significantes.(Lenguaje)

*El MENSAJE: variaciones particulares sobre la base del código.(texto)

*Y el ASPECTO SOCIAL O CULTURAL: a este tercer aspecto lo incluyen la lingüística moderna entre el código y el mensaje.

El LENGUAJE en Escaparate Cultural es considerado desde mi punto de análisis como una forma sistemática general, que se puede comprender entre emisor y receptor

MENSAJE: es una agrupación acabada y ordenada de elementos concentrados en un repertorio, que constituyen una secuencia de signos según ciertas leyes. Esto es la Cápsula de Escaparate Cultural ya terminada con el fin de dar a conocer los eventos a difundir, con una finalidad la penetración al auditorio.

La comunicación solo es posible cuando el lenguaje del emisor y del receptor es el mismo. Debe haber un conocimiento previo del mismo lenguaje entre ambos para poder comprender el mensaje.

Los lenguajes modernos (cine, radio, etc.) son también complejos pero a través del hábito rutinario de consumir películas se aprende a leer las claves del repertorio que constituyen un mensaje y hacen posible su decodificación.

Cuanto más consensuadas estén las estrategias de producción de significados, de codificación - decodificación, más eficaz será la comunicación entre emisor - receptor.

La productora de los mensajes de Escaparate Cultural Silvia Cruz debe revisar constantemente los pactos que determinan los acuerdos en las variaciones particulares de los códigos comunicativos para la producción de las Cápsulas. La productora debe también incorporar los usos sociales y culturales del lenguaje en cada contexto en particular para obtener un mayor grado de eficacia comunicativa.

¿CUÁNDO HAY EFICACIA en las Cápsulas de Escaparate Cultural?

Cuando se cumple la intención del proceso comunicativo. Esto es cuando todos los eventos culturales promocionados por escaparate cultural se ven beneficiados con auditorio y la participación de la gente

*Otra síntesis dicotómica del mensaje lo constituye la integración de la forma y el contenido, como lo señala la Teoría de la Comunicación de Abraham Moles, lo semántico y lo estético.

* La Productora de Escaparate Cultural debe acercarse al proceso creativo conjugando equilibradamente la dialéctica **forma / contenido, información semántica / información estética**, para obtener un mejor producto de penetración en el público oyente y si es necesario, discriminando una cierta primacía de la forma por sobre el contenido.

Lo **SEMÁNTICO**: es la relación constante que todo signo mantiene con el objeto que sustituye. Los signos son siempre el equivalente de una cosa. La información semántica transmite el primer nivel de significación sobre el que se constituye el proceso comunicativo. El carácter estable del proceso de simbolización permite que el repertorio de signos de un lenguaje pueda ser reconocido y su dificultad, prevista y resuelta.

Lo **ESTÉTICO**: es el aspecto del lenguaje que trata la forma de la composición del lenguaje. Este es un segundo nivel de significación del mensaje, porque es connotativo, afectivo, con valores emocionales. Surge del repertorio de sensaciones y emociones que conforman un sustrato colectivo sensible. Esta información estética se fundamenta en la relación variable y afectiva que los sujetos mantienen con los signos-objetos. La información estética influye sobre la sensibilidad, mas que sobre el intelecto.

Para que las Cápsulas de Escaparate Cultural tengan **eficacia**: Se necesita el equilibrio entre información semántica (texto) y estética, (la vestidura de música, pausas, silencios y voz) porque ambas representan toda la producción de significados que ayudan a un mejor producto.

Entonces Definimos **al lenguaje radiofónico** como el conjunto de formas sonoras y no sonoras que permiten la existencia de las unidades programáticas radiofónicas, reconocibles como tales tanto para el emisor como para el receptor de las mismas. Al respecto, hacemos notar la existencia de dos niveles superpuestos en la organización de los elementos conformadores de ese lenguaje, siendo el primero de ellos el que se plasma

visualmente en un guión, formalizado a modo de escaleta, esquema o partitura, o una combinación de todos ellos, mientras que el segundo es la materialización sensible sonora de lo anterior.

A ello podemos añadir que nuestra experiencia empírica respecto del mundo sonoro que nos rodea ha conferido una función sígnica a los sonidos no musicales y que nuestra experiencia con el propio discurso del medio radio ha otorgado un valor tanto dramático como musical al silencio, más allá de su obvia acepción de *no-sonido*.

Por otro lado, aparece la necesaria referencia al discurso musical y, dentro de éste, a las unidades mínimas que lo conforman en la perspectiva amplia del arte sonoro, que no se detiene en la analógica identificación entre nota y fonema, sino que se abre a la noción de *objeto sonoro*, como verdadera unidad constituyente al nivel más elemental de los sistemas expresivo-sonoros que conforman el mensaje radiofónico.

Es evidente que la organización del discurso se efectúa de modo *secuencial* -es decir, *temporal e Intemporal*. La explicación de este punto nos la da Silvia Cruz encargada de la Producción de Escaparate Cultural en entrevista "En unos momentos mencionabas que repiten las cápsulas ¿cuántas beses las repiten y porqué".

"Hay dos formas base de Cápsulas: las Intemporales, son cápsulas que pueden transmitirse por diversos días o meses ya que no tienen fecha, como: Las obras de teatro que duran meses y se pueden repetir una o dos beses por semana o la recomendación de algún libro que se puede repetir una vez al mes.

Las temporales, son las que tienen que pasar el mismo momento como: Puestas de Cine en la Cineteca que solamente duran un solo día, se realiza la cápsula y sale al aire dos o tres días antes de la proyección de la cinta dando a conocer el día y la hora del evento."

Es bien sabido que la percepción de la dimensión espacial en un discurso sonoro ordenado se genera conforme a planos sonoros en los cuales resulta imprescindible -a diferencia de lo que ocurre en los "collages" citados por Dorfles- que los objetos sonoros que los forman puedan ser reconocibles distintamente. Así pues, las consideraciones *secuenciales* que vienen de la mano de un esquema sintagmático habrían de complementarse con las *espaciales*, que no pueden dejarse de lado en el mensaje sonoro radiofónico.

Pero también el mensaje sonoro radiofónico puede perder sus cualidades semánticas -nos referimos a la virtualidad de la voz como “portadora” de lenguaje verbal- en base a transformaciones realizadas con equipos electrónicos, o bien formar parte de una tupida polifonía en la que convive con secuencias sonoras de diversa procedencia. Comprobamos ya de entrada, y sin abandonar el presupuesto clásico tantas veces defendido de que en torno a la voz se articulan los demás elementos que configuran los mensajes en la radio, que hay una gran cantidad de manifestaciones sensibles del empleo de la voz en la radio que no se ponen al servicio de lo literario-textual.

3.4.2. La Voz

En el discurso radiofónico, la voz del locutor continúa siendo el principal medio de expresión del mensaje. Por tanto, del dominio de la locución depende que el discurso se transmita con la eficacia suficiente para garantizar la asimilación de los datos informativos por parte del oyente. La voz que se utiliza en Escaparate Cultural a consideración de Silvia Cruz la productora de Escaparate Cultural señala que, no se trata sólo de que el locutor posea unas extraordinarias cualidades vocales sino que, además, debe acompañarlas de un adecuado conocimiento y manejo de su voz, aplicado al tipo de mensaje que transmite.

Entonces, al buen locutor de informativos se le exigen ambas circunstancias: que posea un buen instrumento sonoro pero, asimismo, que conozca las técnicas vocales necesarias que le aseguren el dominio de la prosodia (entonación, acento y ritmo) y de la pronunciación, aplicadas siempre al discurso informativo radiofónico. Por eso, el estudio práctico que ahora se presenta contempló ambas facetas.

Se trató no sólo de averiguar cuál podría ser la voz más agradable para los locutores de Escaparate Cultural sino, además, cómo deberían de escogerse y adaptarse el manejo de esa voz a los programas de radio. Con este fin, **se realizó un monitoreo** de los programas de Escaparate Cultural para conocer las distintas voces que participan en las emisiones de los productos realizados, experimento práctico en el que los miembros que participan en la producción de escaparate Cultural se mostraron muy accesibles para conocer a los autores de las voces, tras escuchar unas grabaciones de ellos con entonaciones, acentos, ritmos y pronunciaciones se tuvieron que ordenarlas, según las consideraran más o menos

agradables para los programas informativos de Escaparate Cultural. En total, se realizaron cinco pruebas de las que, a continuación, se presentan los resultados.

La primera Locutora y la más utilizada en las cápsulas de Escaparate Cultural por su voz es Margarita Castillo.

Su voz es clasificada en **Segunda Triple**---La cual nos dice que debe de ser una mujer con el **barítono**, se aproxima al otoño de su existencia, pero exuberante a su vida y esplendor.

Otras de las voces utilizadas en Escaparate Cultural es la del locutor Esteban Escárcega, que fue clasificada como: **Barítono**----Un hombre que se aproxima al otoño de su vida, pero viril y fuerte.

La locutora Teresa Uribe, es una más de las voces utilizadas por el programa y su voz fue clasificada como: **Triple Dramática** --por su modulación de voz puede aparentar a una joven con toda su fuerza de su juventud y en pleno desarrollo de las pasiones.

Guillermo Genryk también participa con su voz en las cápsulas de Escaparate Cultural y su voz esta clasificada en las voces estentóricas o de trueno: fuerte y enérgica. Se utiliza para los personajes de tipo dominante (jefes, caudillos o tiranos).

Estos locutores (as) que participan en las cápsulas de escaparate Cultural tienen la cualidad de modificar, variar y modular sus voces para cualquier tipo de texto, esto es que la voz entendida aquí como "el aire expedido por los pulmones al hacer vibrar las cuerdas vocales" tiene cuatro cualidades fundamentales; tono, timbre, intensidad y cantidad. He aquí las definiciones que Cristina Romo propone.

El tono "es la mayor o menor elevación del sonido producido por la rapidez de la vibración de las cuerdas vocales. De la mayor rapidez de la vibración resulta un sonido más agudo. Según el tono de las voces pueden ser clasificadas en agudas, centrales o graves. En las voces femeninas, la voz aguda corresponde a la soprano y en los hombres al tenor. Las voces centrales son las mezzosoprano y el barítono. Las voces centrales en las mujeres son las contraltos y en los hombre los bajos"⁵⁵

⁵⁵ Gil, Romo, Cristina, *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*, coedición Fundación Manuel Buendía-Instituto Mexicano de la Radio, México, 1990, p. 198.

El timbre " Aun cuando las personas tengan un tono de voz igual a muchos más (sólo hay 6), las voces se diferencian por el timbre que es la personalidad del que la usa o la calidad diferenciadora del mismo. Para entender más claramente. No es la mismo un Do producido por un violín que por un piano. El timbre es producido por lo que se llama los "armonicos accesorios" que posee cada ser humano y que le permite tener una voz propia"⁵⁶

La intensidad " depende del volumen y de la cantidad de aire que se utiliza para difundir la voz"⁵⁷

La Cantidad " es la duración de un sonido emitido que propina la cantidad del mismo"⁵⁸

En el libro *El guión radiofónico*, Isidro Martín no sólo coincide con Romo, sino que además dicta la siguiente "clasificación y reglas" con base a la similitud que existe entre las escuelas de arte dramático y la radio.

Tenor Ligero----- A un joven que no pase de los 20 años.

Tenor Dramático— Un joven en completo desarrollo

Triple Ligera----- Una Joven, casi una niña.

Para dar una clasificación más amplia. Romo señala que gracias a los cuatro elementos de la voz (tono, timbre, intensidad y cantidad) es que podemos catalogar. Martín también ahonda más ya que, él opina su "clasificación y regla" antes citada, carece de sentido práctico. Este es el listado que , por la características de la voz, los locutores que participan en la producción de *Escaparate Cultural de Radio UNAM* fueron clasificados.

Voz Campanuda: severa, majestuosa, enérgica. Es empleada para aquéllos que reflejan seguridad de sí mismos (aventureros, mundanos y reinas)

Voz Argentina: clara y sonora. Se utiliza para los galanes y galanas , los chicos buenos de la historia.

Voz Cálida: agradable, melodiosa y sensual. Usualmente las mujeres frívolas, ardientes, y los hombres seductores tienen este tipo de voz.

⁵⁶ Ibidem. p. 198

⁵⁷ ibidem. p .198

⁵⁸ ibidem. p .198

Voz dulce: indica sumisión e ingenuidad. Es frecuentada para los “castos” mujeres abnegadas, profetas, santos).

Las voces de los locutores antes mencionados son importantes ya que gracias a su calidez, firmeza y decisión los contenidos de las cápsulas pueden ser digeribles por el auditorio, pero no todo depende de la voz, la música es otro factor importante en la producción ya que con ella fortaleza el mensaje del texto.

3.4.3. La música y su lenguaje

La música utilizada por la producción de Escaparate Cultural, sólo tiene que cumplir algunas reglas fundamentales: 1) Que no sea de índole comercial puesto que Radio UNAM no es una estación comercial como lo vimos en el capítulo II; 2) Que la música ayude a una mejor penetración del mensaje despertando sensaciones.

Pero la música como todo arte, es bella ¿por qué?, por que puede evocar imágenes que están dormidas en nosotros. La música siempre fue y sigue siendo un elemento sonoro de percepción real. Históricamente, el emisor - receptor ocupaban un mínimo espacio físico, compartían la misma presencia sonora con un volumen real.

La música utilizada por la producción de Escaparate Cultural, es **música radiofónica**, con un valor comunicativo y expresivo específicamente radiofónico. **En la música el mensaje semántico es reducido y la información estética constituye un universo significativo muy grande.** Esto hace posible la construcción de una relación afectiva entre el oyente y el mensaje musical, influida por la función comunicativa y expresiva de la música.

Las **Funciones de la música radiofónica** en las cápsulas de escaparate cultural son muy n variadas ya que las diferentes necesidades expresivas del lenguaje radiofónico y la narración radiofónica clasifican la información semántica de la música en distintos tipos de “inserciones musicales” como:

1. Rúbrica: Tema musical que identifica un programa radiofónico, sustituyendo algunas veces el propio enunciado verbal. La inteligibilidad de su información se basa en la familiaridad del radioyente con el programa y el programa (algunos programas mantienen invariables durante años sus rubricas). Hace también las veces de rubrica el breve tema musical o simple acorde que identifica una emisora y la distingue de las demás en el amplio

espectro de frecuencias del dial del receptor de radio. Esta inserción musical también es conocida con el nombre de indicativo o sintonía de la emisora.

2. Introducción: Tema musical que nos introduce en un determinado tema o espacio del programa. Por asociación convencional o arquetípica con una determinada idea o imagen, la música sitúa de inmediato al radioyente sobre una determinada propuesta semántica o "puesta en escena", instantes antes de que la palabra radiofónica asuma el protagonismo del relato.

3. Cierre musical: Si la sinfonía identifica el programa y señala su entrada o aparición en la "escena sonora", el cierre musical denota el fin del programa, o del tema o espacio que contiene un programa. Cuando el cierre musical utiliza para indicar el fin del programa, suele coincidir con el mismo tema musical de la sintonía, queriendo significar así la autonomía de esa unidad de acción y relato que es un programa, distinta a las otras unidades o segmentos que constituyen la programación de una emisora en un día, si la periodicidad de la emisión diaria.

4. Cortina musical: En el contexto de la escenografía teatral, las cortinas cumplen la función de ocultar al público una parte del escenario mientras se procede al cambio del decorado, en los periodos de transición de una escena a otra, de un acto al siguiente.

5. Puente Musical Igualmente, en el argot radiofónico, El puente musical es el tema musical que separa las secuencias, contenidos o bloques temáticos de un programa.

6. Ráfaga. Música breve que señala la transición en el tiempo y que desarrolla la función reflexiva a propósito del tema ya expresado o previsto. Generalmente, cumple también la función de cortina musical, separando contenidos o bloques temáticos de un programa, especialmente en los géneros radiofónicos no dramáticos, reservando así el concepto de cortina musical para los programas de género dramático o radiogramas. Colateralmente, la ráfaga desarrolla una función rítmica principal: la repetición periódica de esa música breve que señala la transición de un tema a otro, segmentando la continuidad temática radiofónica, defendiendo la duración de cada segmento, constituye un factor esencial del ritmo radiofónico.

7. Golpe musical: Música breve, de uno, dos o tres acordes, modulación tonal ascendente, con resolución del tema musical, que da énfasis a una determinada acción, connotando semánticamente un determinado enunciado verbal. La semejanza de su estructura musical con la de la ráfaga es a veces motivo de confusión. No obstante, ambas inserciones musicales concretan funciones diferentes, si bien, algunas veces, complementarias. (Esta complementariedad viene determinada por la acción del mensaje

- LOC2 La película del sueco, Roy Anderson: ***Canciones desde Segundo Piso*** se exhibe en la sala tres alas 16:30, 18:45 y 21 :00 horas.
- LOC 1 ***Lista de Espera***, película de Juan Carlos Tabio, se proyecta, hasta el domingo 24 de junio, en la sala dos a las 16:30, 18:45 y 21:00 horas.
- LOC2 El *Cine Debate del Consejo Mexicano de Psicoanálisis* proyecta la cinta de Kurt Gloor titulada: ***El Hombre sin Memoria***. La función es el sábado 23 de junio alas 11 :00 horas y se contara con la presencia de la Dra. Marisela Alcar
- LOC1 También de Scott Silver, se exhibirá ***Johns, El ultimo Cliente***, el martes 26 y miércoles 27 de junio alas 16:30, 18:45 y 21:00 horas.
- LOC2 ***Debajo de la Piel*** de Carnie Adler, se proyecta el jueves ..28 de junio, dentro de la sala 7 alas 16:30,18:45 y 21:00 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

- LOC 1 No lo olviden, La Cineteca Nacional se encuentra en la Avenida México Coyoacán # 389, Colonia Xoco.
- LOC2 Pero si tienen alguna duda sobre la programación de la Cineteca pueden consultar su pagina electrónica, la dirección es :
<http://cineteca.conaculta.aob.mx>

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

- LOC 1 Otra opción que les tenemos es la cartelera que nos trae Cinemania.
- LOC2 Así es, y para empezar les dejamos con lo que se exhibe en la sala uno de este cineclub.
- LOC 1 **SALSA** de Joyce Bufuel, se proyecta alas 17:15

LOC2 **El mundo de Sofia** de Erick Gustavson se exhibe alas 15:00 y 19:15 horas

LOC 1 También la cinta de Lars Van Trier, **Bailando en la Oscuridad** se presenta alas 21 : 15 horas.

LOC2 En la Sala dos de Cinemania se exhibe **Nunca te vallas sin decir te quiero** de Jeroen Krabbe. Las funciones son alas 17:20 y a las 21:25 horas

LOC 1 Para los niños y los no tan niños, dentro de la Matine Infantil se exhibe: **Las Locuras del Emperador** de Randy Fuller. No te pierdas de esta función el domingo 24 de junio alas 12:00 horas en la sala dos.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC2 La Cineteca Nacional presenta el ciclo: *Homenaje a Jean-Paul Rappeneau* que proyecta el martes 26 de junio: **Una salida al campo** de Jean Renoir y **Dulce** de Claude-Autant Lara, a las 16:30 y 19:30 horas.

LOC 1 También de Jean Cocteau se exhibe **La Bella y la Bestia**. La cita es el miércoles 27 de junio a las 16:30 y 19:00 horas, en la sala dos de la Cineteca

LOC 2 Por ultimo este ciclo presenta **Calle de la Estrapade** de Jacques Becker. La función es el próximo jueves 28 de junio alas 16:30 y 19:00 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 Dentro del ciclo *El Rey Cumple 100 anos* se proyectan los videos: **Sucedió una Noche** alas 17:00 horas y **Los Inadaptados** a las 19:00 horas. La cita es el sábado 23 y domingo 24 de junio en la sala cuatro.

- LOC 1 También dentro del ciclo *Historias de la Calle* que se presenta en la sala 7 de la Cineteca, se proyecta el viernes 22 de junio: ***Bernie, nacido en el basurero*** de Albert Duportel. Las funciones son a las 16:30, 18:45 y 21 :00 horas.
- LOC 2 ***Kids Return. El Regreso***, de Takeshi Kitano, se proyectara el sábado 23 y domingo 24 de junio a las 16:30,18:45 y 21:00 horas.
- LOC 1 La cinta de Tomas Gutierrez Alea y Juan Carlos Tabio: ***Guantanamera*** se proyectara a las 15:30 y alas 19:35 horas.
- LOC 2 En la sala tres de Cinemania se exhibe *Traffic* de Steven Soderbergh, a las 17:00 horas.
- LOC 1 Por ultimo la cinta de Tourn Lian ***Cuando las nubes mueven las estrellas*** se proyecta a las 15: 15 y 19:45 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

- LOC 2 Cinemania se encuentra en Rio Magdalena y avenida Revolución, dentro de Plaza Loreto.
- LOC 1 Ya lo saben, esta semana puedes disfrutar del mejor cine que la Cineteca y Cinemania nos trae.
- LOC 2 Y para no perder la costumbre que te parece si regalamos cinco pases dobles para que nuestros amigos disfruten de las” películas que ofrece esta semana Cinemania.
- LOC 1 Me parece muy bien, así que a ti que nos escuchas, solo corre al teléfono y marca el **55 39 86 86** y listo al cine gratis.

OP. SUBE MUSICA. SOSTIENE Y SE MEZCLA CON RUBRICA DE SALIDA

Esta tipología de las “inserciones musicales” define la función semántica de la música radiofónica en las cápsulas de Escaparate Cultural. Su valor de especificidad, sin embargo, aquello que hace que “la radio como arte acústico puro esta mas íntimamente unida a la música que a los otros artes

acústicos (cine, teatro), se desarrolla a través de su función estética. La estética acústica nos ayudara a definir mejor el simbolismo y el código imaginativo-visual de la música radiofónica, fuente de múltiples sensaciones y emociones en el proceso de comunicación con los radioyentes de las cápsulas.

La productora de Escaparate Cultural divide a la música en dos categorías: absoluta y descriptiva. **La música absoluta**: la información estética de la música absoluta esta constituida por los paisajes sonoros ideales que inspiran la imaginación del compositor; **la música descriptiva**, en cambio, es imitativa: el material sonoro procede de la realidad materialmente visual (el paisaje visual) que inspira la imaginación del compositor. Lo material y lo idealmente espacial se funden en un solo código de expresión musical. El código imaginativo-visual de la música radiofónica integrara también estas dos nociones: restitución de una realidad subjetiva e interior (el pensamiento, sensaciones, la emoción: movimiento afectivo). Más adelante conoceremos el silencio como otro de las complementos de la estética radiofónica.

3.4.4. El Silencio

Escaparate Cultural hace la utilización del silencio en sus discursos narrativos ya que con él mantiene una mejor narración y un mejor entendimiento y penetración, imaginemos como seria una narración de un guión radiofónico sin un silencio (pausa) , seria algo diferente aburrido, monótono. Ahora bien, la palabra no tendría significado si no pudiera ser expresada en medio de los silencios que la individualizan. Silencio-palabra-silencio- palabra.

El sonido y el silencio son independientes en el lenguaje verbal. El sonido verbal participa de un sistema semiótico. **El silencio es una forma no sonora y a veces se transforma en un signo.**

El silencio delimita núcleos narrativos, constituye un movimiento afectivo: el silencio es la lengua de todas las fuertes pasiones: amor cólera, sorpresa y miedo" dice Tomas Bruneau. Pues ocurre que hemos perdido el habito de utilizar el sonido y su codificación en la comunicación.

Vivimos en medio de una catarata de sensaciones acústicas, donde el silencio es calificado como insoportable. Hemos perdido el hábito de interpretar el silencio como elemento disparador que permita la reflexión, que obligue al receptor a asumir un papel más activo en la comunicación.

No se trata de que los silencios prolongados perturben la comunicación, sino de dosificar el silencio para que se codifique como un elemento más del lenguaje radiofónico, que beneficie al emisor y al receptor.

Hoy el silencio “es un ruido”, porque no forma parte de un sistema expresivo por falta de hábitos:

*el oyente no comprende la integración del silencio en el lenguaje radiofónico, porque no está familiarizado con sus códigos

*el oyente rechaza el silencio porque los hábitos culturales de nuestra sociedad audiovisual niegan al silencio un valor comunicativo alguno

TIPOLOGIA DE SILENCIOS

Existe un cierto código imaginativo-visual del silencio a partir de la tipología de Bruneau, que establece dos categorías:

1 - **silencio psicolingüístico**: es el silencio mental asociado al desarrollo del material lingüístico que expresamos con la palabra. Son vacilaciones, pausas para respirar, para reelaborar un concepto, búsqueda en la memoria de alguna idea, etc.⁵⁹

2 - **silencio interactivo**: son pausas en el diálogo o debate y está unido a relaciones afectivas. Durante estos silencios interactivos tiene lugar distintas opciones comunicativas: afectividad, conocimiento, opinión.⁶⁰

El silencio interactivo aumenta en duración y frecuencia a medida que disminuye la distancia física y psicológica entre dos personas. Pero el silencio, la música, la voz, el lenguaje y el texto no serían nada sin una temática y un guión radiofónico, el cual lo veremos en el siguiente punto.

⁵⁹ Armad Bal Sebre *El lenguaje radiofónico* de - Editorial CATEDRA - Madrid 1994. p.157

⁶⁰ *Ibidem*. p.157

3.5. Contenido Narrativo (temática)

La existencia de áreas temáticas en la producción de Escaparate Cultural se puede traducir en su organización por redacción, esto es: redacción dramática y juvenil, educacional-histórica, variado –humorística, musical y de apoyo informativo, los temas que se puedan tratar, en los contenidos narrativos en formatos de radio son prácticamente ilimitados. La temática es inagotable: temas de actualidad, literatura, música, publicaciones, pintura teatro, exposiciones, biografías de personas ilustres, reportajes sobre una región, sobre un plan de gobierno, etc.

Las características formales de las Cápsulas de escaparate Cultural varían según los contenidos de hecho no hay tema que no se pueda ser enfocado a través de la radio en un contenido narrativo.

3.6. El guión y su formato

El guión es el instrumento que sirve para planificar cualquier programa radiofónico y, especialmente, para prever todo el material sonoro que será necesario para su producción. En el guión se detallan, por tanto, todos los pasos a seguir y, en función del Programa al que nos vayamos a enfrentar, será más o menos exhaustivo. Además, el guión es la pieza clave para que locutores y técnicos de sonido se entiendan y sepan qué es lo que configura un espacio en cada momento⁶¹

¿cuál es el soporte del texto?

El guión radiofónico, ya que un programa de radio en este caso las cápsulas de Escaparate Cultural no serían nada sin un guión, en el cual contengan las indicaciones del locutor, así como lo que va a narrar (el texto escrito en el guión), en donde hacer silencios (pausas) y las indicaciones del operados del audio, en donde comienza, en donde inserta música y en donde termina.

El mensaje es el soporte del acto de comunicación radiofónica.

El **texto** es el soporte del mensaje.

⁶¹Mario Kaplun. Producción de Programas de Radio. El guión-la realización. Primera Edición. CIESPAL, Quito. Junio 1978

El guión Radiofónico es la transcripción verbal y esquemática del texto radiofónico. Desempeña un doble papel:

*es la materialización escrita de la imagen mental del emisor, y al mismo tiempo es

*la materialización escrita del texto sonoro que significa la imagen sonora.

El guión radiofónico es como un puente que atraviesa el creador de imágenes sonoras, uniendo la idea con los sonidos existentes.

La precisión de un guión radiofónico irá en relación al grado de fidelidad conseguida en la traducción de la realidad radiofónica que se quiera expresar. Los **aspectos significativos del guión** Representan el tiempo: el guión es una continuidad secuencial. *El carácter secuencial de la realidad radiofónica implica una jerarquización temporal. *La realidad es cronológica, jerárquica, aunque el lenguaje admite la yuxtaposición de planos paralelos. A continuación daremos unas definiciones de guión con ejemplos de 5 guiones de Escaparate Cultural .

El guionista concibe la totalidad de la secuencia sonora y no solamente los diálogos.

El guión tipo tiene:

*Un espacio para la descripción de las operaciones técnicas o de control de sonidos.

*Otro para la descripción de la palabra radiofónica.

No hay un código universal para el armado de guiones, pero el guión tipo con los dos espacios bien definidos es de utilización universal.

Los **Esquemas funcional** de los guiones de las Cápsulas de Escaparate Cultural son los siguientes:

1. mediante el guión el autor de la imagen sonora de la radio hace visible en el texto escrito "lo audible", su memoria auditiva.

Memoria auditivavisualización.....texto

2. el guionista hace sonora la visualización del texto escrito.

Texto.....sonorización.....imagen sonora

3. el guionista visualiza en la imaginación del oyente (imagen auditiva) el estímulo auditivo que genera la imagen sonora.

Imagen sonora.....visualización.....imagen auditiva

¿Entonces cómo lograr un programa educativo y cultural, sin ser aburrido?, Escaparate Cultural mediante sus guiones da a conocer, imágenes auditivas, utilizando música y sonidos, establece una comunicación afectiva mediante la charla, ofrecer al oyente elementos de identificación con entretenimiento.

Quizá nuestra dificultad para imaginar programas que respondan a esas características, provengan de que como ya se ha señalado, la mayoría del auditorio contempla o está acostumbrado a un modelo un tanto estereotipado y rutinario de radio educativa y cultural que la contemplan como "aburrida". En radio se puede establecer una tipología de guiones en función de tres variables: 1) la información que contienen; 2) las posibilidades de realizar modificaciones sobre ellos y 3) la forma en que se nos presentan.

Según la información que contienen Aquí mencionaremos otros de los formatos de guiones utilizados en radio: hablamos de guiones literarios, guiones técnicos y guiones técnico-literarios, siendo éstos últimos los más completos.

Guiones literarios: Son aquellos que dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los locutores. Excluyen las anotaciones técnicas relativas a planificación, figuras de montaje, etcétera, y en él solo se señalan, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros. Por otra parte, en el guión constan indicaciones para los radiofonistas, semejantes a éstas:

Locutora 1 (melancólica): "El estaba allí, sentado junto a mí"
Locutora 2 (riendo): "No digas eso. Jamás estuvo contigo"

Guiones técnicos: A diferencia del anterior, en este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso. De hecho, lo que van a decir los locutores se expresa en forma de ítems (*locutor 1: entrada noticia; locutor 2: cuerpo noticia, locutor 1: despedida, etcétera*), como si se tratase de una simple pauta. Este tipo de guión es el más usado en la radio actual, sobre todo en programas informativos y magazines.

Guiones técnico-literarios: Son los que toda la información posible. En ellos aparece el texto verbal completo, así como el conjunto de las indicaciones técnicas.

LOC 1 **Lista de Espera**, película de Juan Carlos Tabio, se proyecta, hasta el domingo 24 de junio, en la sala dos a las 16:30, 18:45 y 21:00 horas.

LOC2 El *Cine Debate del Consejo Mexicano de Psicoanálisis* proyecta la cinta de Kurt Gloor titulada: **El Hombre sin Memoria**. La función es el sábado 23 de junio alas 11 :00 horas y se contara con la presencia de la Dra. Marisela Alcara

LOC1 También de Scott Silver, se exhibirá **Johns, El ultimo Cliente**, el martes 26 y miércoles 27 de junio alas 16:30, 18:45 y 21:00 horas.

LOC2 **Debajo de la Piel** de Carnie Adler, se proyecta el jueves 28 de junio, dentro de la sala 7 alas 16:30,18:45 y 21:00 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 No lo olviden, La Cineteca Nacional se encuentra en la Avenida México Coyoacán # 389, Colonia Xoco.

LOC2 Pero si tienen alguna duda sobre la programación de la Cineteca pueden consultar su pagina electrónica, la dirección es :
<http://cineteca.conaculta.aob.mx>

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 Otra opción que les tenemos es la cartelera que nos trae Cinemania.

LOC2 Así es, y para empezar les dejamos con lo que se exhibe en la sala uno de este cineclub.

LOC 1 **SALSA** de Joyce Buñuel, se proyecta alas 17:15

LOC2 **El mundo de Sofia** de Erick Gustavson se exhibe alas 15:00 y 19:15 horas

LOC 1 También la cinta de Lars Van Trier, **Bailando en la Oscuridad** se presenta alas 21 : 15 horas.

LOC2 En la Sala dos de Cinemania se exhibe **Nunca te vallas sin decir te quiero** de Jeroen Krabbe. Las funciones son alas 17:20 y a las 21:25horas.

LOC 1 Para los niños y los no tan niños, dentro de la Matine Infantil se exhibe: **Las Locuras del Emperador** de Randy Fuller. No te pierdas de esta función el domingo 24 de junio alas 12:00 horas en la sala dos.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC2 La Cineteca Nacional presenta el ciclo: *Homenaje a Jean-Paul Rappeneau* que proyecta el martes 26 de junio: **Una salida al campo** de Jean Renoir y **Dulce** de Claude-Autant Lara, a las 16:30 y 19:30 horas.

LOC 1 También de Jean Cocteau se exhibe **La Bella y la Bestia**. La cita es el miércoles 27 de junio a las 16:30 y 19:00 horas, en la sala dos de la Cineteca

LOC 2 Por ultimo este ciclo presenta *Calle de la Estrapade* de Jacques Becker. La función es el próximo jueves 28 de junio alas 16:30 y 19:00 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 Dentro del ciclo *El Rey Cumple 100 anos* se proyectan los videos: **Sucedió una Noche** alas 17:00 horas y **Los Inadaptados** a las 19:00 horas. La cita es el sábado 23 y domingo 24 de junio en la sala cuatro.

LOC 1 También dentro del ciclo *Historias de la Calle* que se presenta en la sala 7 de la Cineteca, se proyecta el viernes 22 de junio: **Bernie, nacido en el basurero** de Albert Duportel. Las funciones son a las 16:30, 18:45 y 21 :00 horas.

- LOC 2 ***Kids Return. El Regreso***, de Takeshi Kitano, se proyectara el sábado 23 y domingo 24 de junio a las 16:30,18:45 y 21:00 horas.
- LOC 1 La cinta de Tomas Gutierrez Alea y Juan Carlos Tabio: ***Guantanamera*** se proyectara a las 15:30 y alas 19:35 horas.
- LOC 2- En la sala tres de Cinemania se exhibe ***Traffic*** de Steven Soderbergh, a las 17:00 horas.
- LOC 1 Por ultimo la cinta de Tourn Lian ***Cuando las nubes mueven las estrellas*** se proyecta a las 15: 15 y 19:45 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

- LOC 2 Cinemania se encuentra en Río Magdalena y avenida Revoluci6n, dentro de Plaza Loreto.
- LOC 1 Ya lo saben, esta semana puedes disfrutar del mejor cine que la Cineteca y Cinemania nos trae.
- LOC 2 Y para no perder la costumbre que te parece si regalamos cinco pases dobles para que nuestros amigos disfruten de las" películas que ofrece esta semana Cinemania.
- LOC 1 Me parece muy bien, así que a ti que nos escuchas, solo corre al teléfono y marca el **55 39 86 86** y listo al cine gratis.

OP. SUBE MUSICA. SOSTIENE Y SE MEZCLA CON RUBRICA DE SALIDA.

El ejemplo anterior nos ilustra de un formato de guión, pero por supuesto que para la radio, agregaríamos conocer el medio, y para escribir en la radio se necesita una: elección del tema, investigación, selección del género o formato a seguir, creación de los personajes, redacción y planeación del argumento y diagramación (diálogos y señalamientos técnicos). Esto se utiliza en la radionovela y también en los formatos del programa de Escaparate Cultural de Radio UNAM.

¿Qué razones invocan los productores-comunicadores para optar resueltamente por este formato?. “En el drama radiofónico la concentración del oyente se facilita más. No hay modo más eficiente de hacer uso de la sugestión del medio radiofónico que la producción de un drama. El dialogo es siempre más atractivo que el discurso, por que no dice las cosas directamente sino que las sugiere. Este género activa la fantasía y la inteligencia de los oyentes. Constituye una forma de comunicación.”

“Es preferible tomar el material de la charla, los datos educativos que se quieren transmitir, y hacer con ellos un radioteatro o, por lo menos, un dialogo bien preparado, vivo e interesante. Aunque la duración de un radioteatro o un dialogo sea muy superior a la de una charla o una conferencia, nunca será ni mucho menos, de la monotonía que habría tenido la charla o la conferencia sobre el tema”.

Podemos anotar, a favor del radio drama o radioteatro, algunas considerables cualidades:

1.-Atrae vivamente el interés del auditorio popular, asegura una mayor variedad, evitando la monotonía y la distracción.

2.-Moviliza la imaginación del receptor, la posibilidad de aprovechar los elementos de sugestión del medio y de ofrecer imágenes auditivas alcanza niveles óptimos

3.-Utiliza la totalidad de los recursos del medio ,música, efectos de sonido, facilitando la concentración y haciendo más expresivo el mensaje.

4.-Establece una comunicación cálida , personal, que llega a la esferas emocional y afectiva.

5.-Su mensaje es implícito. No dice directamente lo que el oyente tiene que pensar , sino que lo sugiere. No da las cosas “masticadas” y resueltas . De este modo, moviliza la inteligencia del receptor, que va viviendo el

proceso, participando de él, descubriendo por si mismo los elementos del juicio y sacando sus conclusiones.

6.-A través de los diálogos y de las situaciones, es más fácil reiterar los conceptos fundamentales sin que ello se advierta y sin caer en monotonía.⁶²

Hemos conformado aquí dos géneros uno estético (El guión listado), el otro dinámico (El guión Dramático), sin que ello impliquen que se postule al radioteatro como el único formato educativo ni como solución universal. Sin duda existen otros géneros radiofónicos interesantes y de ricas posibilidades educativas poco explorados. En la medida en que el productor y comunicador sean creativos, irán incorporando cada vez nuevos géneros, nuevos recursos, nuevas soluciones. Veamos aquí otro ejemplo del género dinámico utilizado por el programa de Escaparate Cultural de Radio UNAM.

Transcripción de Guión

SEREIE.: ESCAPARATE Cultural

TEMA: TEATRO

CÁPSULA: LAS OCUPACIONES NOCTURNAS.

01. OP ENTRE MÚSICA DE LA SERIE

- | | |
|--------------------|--|
| 02.Guillermo | “Esta noche estoy contento con la dulce |
| 03.(recitando con | música de la voz de Bianca, que, cuando habla |
| 04.profundamente | encanta el ambiente y hace que la tierra se |
| 05.seductora) | quede inmóvil o fije su cielo alrededor de su |
| 06. | belleza” |
| 07. MARGARITA | (VOZ BAJA) Psss, psss, Guillermo que haces |
| 08.(sobre texto de | (SUBE VOLUMEN) PS, Guillermo... |
| 09.Guillermo) | |
| 10.Guillermo | Mhrr, mhrr. Estoy... estoy leyendo un seductor |
| | texto |
| 11.Margarita | ¿Te gusta Seducir? |

⁶² Mario Kaplun. Producción de Programas de Radio. El guión-la realización. Primera Edición. CIESPAL, Quito. Junio 1978

12. Guillermo Seducir y que me seduzcan...¿ A ti no?
13. Margarita Me atrae el arte de la seducción y para que aprendas sobre la seducción femenina, te voy a invitar a ver. **Las Ocupaciones Nocturnas.**

15 OP ENTRA PUESTE Musical

16. MARGARITA Las ocupaciones nocturnas nace de un proyecto de investigación escénica sobre como armar un montaje a partir de talleres y de un tema específico, en este caso la seducción.
- 17.
- 18.
- 19.
20. Guillermo Ignacio Escárcega, director de la obra, tenía ganas de hacer un montaje femenino y a partir del texto Point de Lendemain, de Vivant Denon crea un espectáculo enriquecido con textos de las actrices participantes.
- 21.
- 22.
- 23.
- 24.
25. Margarita Al respecto María Sandoval, nos comenta.

26. OP ENTRA INSERT: "Para hacer el montaje hicimos un taller previo en donde se pidieron diferentes trabajos escénicos a cada una de nosotras, éramos cuatro actrices, finalmente terminamos tres. Y bueno el punta central era la seducción. Las tareas eran diferentes, como narrar una historia, el dialogo amante-amado, un striptease alternativo. Diferentes tareas, vera todas con la perspectiva de la seducción. Y fue a partir de ahí Que nosotros poco a poco de sopetón dependiendo de coda Quien. Nos apropiamos de esta necesidad que nos requería Ignacio Escárcega y finalmente fueron textos que nos pertenecen en forma muy personal y también de una forma que nosotros queremos manifestar, qué es lo que pensamos, opinamos y sentimos con respecto a la seducción, a las relaciones al amor." (60 segundos).

36. Guillermo La noche nos invita a soñar, nos sumerge en un
37. ambiente que permite explayarse y hacer gala de la
38. seducción. La noche nos abre un universo de
39. infinitas posibilidades

40. Margarita Vivant Denon es un escritor que tenía tesis
41. muy interesantes sobre la seducción por ejemplo:

42. Guillermo "Lo que nos permite tener momentos muy
43. (Citando) agradables en la vida es la discreción."

44. Margarita Las Ocupaciones nocturnas gira entorno a la
45. historia de un enredo amoroso entre una mujer de
46. sociedad y un muchachito, y se enriquece con
47. historias de mujeres contemporáneas.

48. Guillermo Maria Sandoval y Andrea Salmerón nos platican
49. sus percepciones acerca de Las Ocupaciones
50. nocturnas.

51. .O P ENTRA INSERT "No es una anécdota que se cuenta, si hav una anécdota, que es la de Denon, pero esto se va entremezclando con nuestras participaciones, con nuestros textos. Y es a nivel emotivo, le va a llegar a nivel emotivo o de sensaciones, lo que perciben, o lo que sería la imagen que tienen las mujeres en general de lo que es seducir a un hombre. Y también al mismo tiempo de lo que es una relación y como inicia una relación, que finalmente nos lleva a cuestionarnos, yo diría, en donde surge el amor. Finalmente en donde esta el espacio dentro de todo este juego de estrategia, de meditación, ventaja, para 'hacer que caiga alguien, donde queda el espacio para hablar de amor. Y díganos, lo que surge es un espectáculo con una estructura muy rara. La gente que vaya a entender Las Ocupaciones Nocturnas no va a entender. Hav que ir a sentirlo, yo creo que aquí lo interesante es que si la gente esta como receptiva va a poder identificarse con muchas cosas porque finalmente la seducción es un arte de inteligencia, de poder. Ósea, de manejo de inteligencia, de manejo de estrategias, etc. Y además toda la gente es seductora o ha seducido, o ha sido seducida. Y yo creo que es tema universal. Es un tema que no tiene ninguna diferencia de genero, ni de clase social. No, todo mundo sabe que es la seducción lo ha sabido en algún momento. Lo importante aquí es

que nos podemos identificar y decir a mi me paso, o conozco a alguien que le paso, o lo que sea. No es una obra para entenderse”(120 segundos).

OP ENTRE PUESTE MUSICAL

- Margarita Las Ocupaciones Nocturnas, espectáculo de Ignacio Escárcega sobre Point Lendemain de Vivant Denen.....
- Guillermo Con las actuaciones y los textos de Sandra Muñoz, Maria Sandoval y Andrea Salmerón, y la actuación De Jorge Núñez...
- Margarita Se presenta de viernes a domingo hasta el 10 de
Teatro Diciembre en el Foro del Centro Universitario de
Del Centro Cultural Universitario.
- Guillermo Las funciones son los viernes a las 20:00, sábados a
Las 19:00 y domingos a las 18:00 horas.
- Margarita El costo de la entrada es de 40 y 20 pesos.
- Guillermo Las ocupaciones nocturnas, no te la pierdas.
(seductivamente)

OP ENTRA RÚBLICA DE SALIDA

Estos guiones son algunos de los muchos ejemplo que se pueden encontrar en las cápsulas de escaparate cultural. Pero todo esto no serviría de nada sin un factor más en la producción radiofónica, el factor humano que lo desarrollaremos enseguida.

3.7. Equipo de Producción de las Cápsulas de Escaparate Cultural.

Por la función que desempeñan, estos son las personas que intervienen en una producción radiofónica de las cápsulas: Los cuales fueron mencionados por Silvia Cruz Jiménez ; Encargada de las cápsulas de escaparate cultural en entrevista esto fue lo que mencionó.

“Las personas que colaboran son prácticamente del servicio social que nos apoyan en la elaboración de entrevistas y guiones asesorados por mi, otros son Esteban Escarcega, Teresa Uribe, Margarita Castillo, Guillermo Genryk por mencionar algunos de las personas que nos ayudan con sus voces para la elaboración de las cápsulas, cuando son temas de carácter Universitario colaboran investigadores, científicos que son invitados a participar en las cápsulas; y no podía faltar en toque técnico, como el productor, el operador de la cabina de grabación y el operados de la cabina de transmisión de AM” .

De lo antes mencionado por Silvia Cruz, definiremos cada uno de estos puestos, daremos a conocer otros elementos que son utilizados por Escaparate Cultural que no fueron mencionados por Silvia Cruz.

Operador.- Es la persona que se encarga de manejar los controles técnicos en las grabaciones de las cápsulas ya sea en la pre-producción, producción o pos -producción.

Efectista, - Será el responsable de los efectos especiales “en vivo” que se requieren para la producción.

Locutor.- Es el encargado de presentar, despedir, leer, informar, improvisar y dramatizar ante el micrófono, en este caso nos referimos a las dos principales voces que intervienen en esta producción que son: Margarita Castilla y Guillermo Henry, sin descalificar a los demás locutores.

Guionista.- es la persona encargada de llevar a cabo la labor de estructurar, el guión de los programas de escaparate cultural, contenidos del guión, es la persona que buscara el formato radiofónico más apegado a los contenidos de las cápsulas.

Musicalizador .- Es la persona que tiene la tarea de seleccionar la musca apropiada para la realización.

Director/ realizador/ productor.- Nombre que se aplica indistintamente al responsable creativo del producto radiofónico. Huelga decir, que una misma persona puede asumir más de una función

3.8. **Apreciación del discurso radiofónico**

En los programas de Escaparate Cultural, la voz del locutor continúa siendo el principal medio de expresión del mensaje. Por tanto, del dominio de la locución depende que el discurso se transmita con la eficacia suficiente para garantizar la asimilación de los datos informativos por parte del oyente. Pero, no se trata sólo de que el locutor posea unas extraordinarias cualidades vocales sino que, además, debe acompañarlas de un adecuado conocimiento y manejo de su voz, aplicado al tipo de mensaje que transmite. Entonces, al buen locutor de programas radiofónicos Culturales como es el caso de **Escaparate Cultural** se le exigen ambas circunstancias: que posea un buen instrumento sonoro pero, asimismo, que conozca las técnicas vocales necesarias que le aseguren el dominio de la prosodia (entonación, acento y ritmo como lo explicamos en el punto 3.6)

Mediante las comparaciones de las grabaciones de los programas en el monitoreo y en los guiones , se pudieron encontrar los principales errores con los que se diseñó cada uno de los textos de las grabaciones. Por tanto, demos su capacidad de error ha la locución informativa , a consecuencia de un mal ordenamiento del texto en legión.

1.- En los programas de la muestra, percibimos que si la forma sonora incumplía sus funciones lingüísticas afectaba al mantenimiento de la atención sobre el contenido informativo. En el monitoreo se encontró que cuanto más se alejara la forma sonora de las funciones lingüísticas que debía cumplir, más sobresalía sobre el contenido y, por tanto, más dificultaba la comprensión de la información. Así, cuando la forma sonora era la correcta, pasaba desapercibida, ya que reforzaba y apoyaba este contenido. En cambio, cuando esa forma incumplía unas determinadas funciones, se provocaba una contradicción que distraía la atención de los datos del mensaje.

2.- En los programas de la muestra resolvieron que el tono más agradable para una voz informativa radiofónica era el grave en la voz Masculina y Femenina.. Tanto en un caso como en el otro, la muestra siempre prefirió las voces más graves de cuantas se presentaron. En cambio, las peor valoradas fueron siempre las voces más agudas para la producción de la cápsulas de Escaparate Cultural según Silvia Cruz productora de este programa.

3.- Para los locutores, el mejor timbre en una voz informativa radiofónica fue el resonante, brillante y claro. En los dos casos analizados, sean voces masculinas o femeninas, los timbres de las voces mejor valorados fueron los que poseían estas cualidades. Así pues, tan importante como el poseer una voz grave fue conseguir un timbre resonante, con fuerza y personalidad, brillante, es decir, armónico y agradable, y que se percibiera con claridad. En el polo opuesto, la muestra consideró las voces con timbres más apagados, menos resonantes y más oscuras como las menos agradables para los informativos radiofónicos.

Consideramos que los locutores de Escaparate Cultural debía seleccionar un nivel tonal acorde con el contenido del mensaje informativo. Esta recomendación puede ser de especial importancia para evitar que se produzcan tremendas contradicciones entre la forma y el contenido, que dificultaran la asimilación de este último. De hecho, este error resultó ser el más molesto para los receptores. Los modelos mantenidos en niveles medios- graves o agudos para la información transmitida fueron los peor valorados. Parece lógico que el nivel tonal se ajuste al contenido de la información para que pueda reforzarlo. Sin embargo, en estas grabaciones se percibía todo lo contrario. Por eso, la información del nivel grave les pareció tétrica mientras la del nivel agudo les resultó demasiado entusiasta para la lectura de una noticia. En todo caso, ante la elección entre estas dos opciones, encontramos más agradable la tendencia hacia el nivel agudo que hacia el grave. Por su monotonía, este último resultó ser entonces el más desagradable de cuantos se escucharon.

En el siguiente punto desarrollaremos los pasos más importantes para la producción de un programa de radio cultural, tomando como referencia todos los complementos antes mencionados que se utilizan en las Cápsulas informativas de Escaparate Cultural.

3.9. Un Programa de radio

Realizar un programa de radio significa no solamente cuándo y a qué hora deberá transmitirse, sino seleccionar el o los objetivos que se habrán de alcanzar; de terminar el contenido temático que será necesario para el logro de los objetivos; seleccionar la forma en que será manejado ese contenido; establecer la secuencia que resulte más pedagógica y señalar los indicadores que permitan expresar el éxito de la emisión. Cada una de estas tareas tiene su metodología específica y habrá que ajustarse a ella a fin de no incurrir en el error de, por ejemplo, escoger una forma de manejo del contenido que resulte inadecuada para los objetivos o que exceda los recursos disponibles. En una radio no comercial en este caso en las culturales se trata de un problema de imaginación más que de presupuesto.

Ya que la potencialidad de la radio como medio de comunicación social, la señalan diversos autores que a través de la experiencia y estudios consideran a la radio como un factor altamente determinante en la educación y comunicación de cualquier país.

El programa de una radio cultural se estructura con un carácter orgánico tomando como referencia el cuadro real de las necesidades docentes de nuestro país. Esa estructura comprende cinco grupos didácticos y formativos, claramente definidos:

- a) Programas complementarios de la enseñanza general básica.
- b) Programas complementarios de las enseñanzas medias y profesionales.
- c) Programas de nivel universitario
- d) Programas de educación permanente.
- e) Programas de participación.

En virtud de la amplitud del trabajo, se creó un flujo con las siguientes partes, tomando como referencia la Cápsula informativa de Escaparate Cultural de radio UNAM. Guión Nexo 1

Tema: Teatro

Cápsula: Las Ocupaciones Nocturnas

Pasos.

- 1.- Elaboración del contenido de la cápsula o programa (Entrevista, materiales en bruto)
- 2.-Determinación del formato (o Genero) de la serie.
- 3.-Elaboración del guión y musicalización en base al contenido
- 4.-Evaluación del guión (por el equipo de pre- producción)
- 5.-Reformulación del guión (cuando fuere necesario)
- 6.-Evaluación del guión (equipo de pre-producción)
- 7.-Mecanografía.
- 8.-Revisión (ortografía y estructura)
- 9.-Reproducción en hojas (prensa)
- 10.- Elección del equipo de presentación (Locutores)
- 11.- Convocatoria de este equipo
- 12.-. Grabación del texto.
- 13.- Regrabación de la(s) parte(s) indicada(s) (cuando fuera necesario)
- 14.- Remontáje de la(s) parte(s) indicada(s) (cuando fuera necesario)
- 15.- Evaluación del producto Final.
- 16.-Hechura de las contra-matrices
- 21.-Presentación al aire.

En seguida definiremos los puntos más importantes :

1.- Primero se realiza una entrevista con el director de la obra " Las ocupaciones nocturnas " el señor Ignacio Escárcega, Director de la obra de teatro. Así el material en bruto es preparado por un especialista (entrevistador o periodista), el cual entre sus preguntas se conocerá la problemática del montaje de la obra, su temática a sí como la participación de actores etc. (cuando se trata de un programa cultural informativo).

2.- Antes de la realización propiamente dicha, pero con el material en bruto, se produce la determinación del contenido - formato que tendrá el programa de la serie. En una mesa redonda, en la cual participan todos los involucrados directamente, se procura encontrar el formato ideal del programa para la nueva producción. Serán tomados en cuenta aspectos como el grado de complejidad de la materia trabajada, el público al que se destina el mensaje y los recursos humanos disponibles.

3.- La Selección del guión. Antes que nada vale apuntar (recaltar) que, sin importar el tipo de programa, resulta necesario poner en práctica nuestros tres elementos: "Música, palabra , efectos especiales o efectos sonoros. He aquí el mínimo que debe contener toda emisión radiofónica, indistintamente del género o subgénero. La elección del género es el empaque del producto sonoro llamamos formato o género a la forma de contar, a la urgencia de presentar adecuadamente un determinado tema. A pesar de que sólo los géneros más complicados necesitan del guión completo (nuestra preocupación), demos un vistazo a los formatos radiofónicos más comunes:

- a) Musicales
- b) Hablados
- c) Mixtos
- d) Periodísticos
- e) Publicitarios
- f) Dramatizados

En el aspecto de la producción, que no es más que la materialización del mensaje en una forma concreta, se debe considerar el formato que deberá tener el programa así como los métodos y enfoques pedagógicos.

a) Musical: más que un género propiamente dicho es la propuesta más apática y común del cuadrante radiofónico comercial. "La radio deja de ser en este género una opción. Porque en todas partes se (repiten) las canciones. Así este artefacto, antes llamado radio, ahora cumple las funciones de una rockola (¿radiatorockola de las complacencias?). Y usted. ¿ por cuál vota ?. Pero la radio cultural como Radio UNAM también tiene este genero pero con un fin muy distinto primero se transmite música que hace la diferencia como los conciertos de La OFUNAM, de Opera , La trova yucateca, series musicales de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias etc y segundo se hace un comentario de la música programada que es "muy difícil que se repita" en otras estaciones.

b) Las charlas o comentarios son un buen ejemplo de los formatos en donde solo participa la voz . En palabras de Kaplún , se trata de un discurso o monólogo, generalmente breve "se estima que una charla, para ser oída con atención, no debe excederse de cinco minutos.

c) Los formatos mixtos, según Curiel, recurren exclusivamente al binomio música – palabra. Ya sea que “ La música sirva de fondo a la palabra “ (o que) La música y la palabra se intercalen o por último, que la música y la palabra se yuxtapongan.

d) Al igual que en el medio impreso, el periodismo radiofónico comienza con la noticia. Como apunta Carlos Martín, la noticia es el hecho actual, de interés general y con determinado valor político ideológico (la noticia) es la materia prima del periodismo .

e) En la radio se llama spot (mancha) al comercial o anuncio. Éste puede tener una duración variada (10,20,30 ó 60 segundos, según el caso) A su vez las repeticiones diarias de un spot se denominan impactos.

No quiero terminar este inciso sin mencionar que agradecida o desagradecidamente, el publicitario es de los pocos géneros radiofónicos que por lo general utiliza los tres elementos (voz. Música y efectos)

Este género, el de la publicidad es uno de los más utilizados por la productora de Escaparate Cultural ya que el fin de las cápsulas son enfocadas a la promoción de obras de Teatro, exposiciones de libros, Puestas de Cine en la Cineteca, Conciertos de Ópera etc.

Más adelante, en el último capítulo se desarrollara, este género que es uno de los puntos centrales de nuestra investigación con respecto al tema.

F) Como bien lo señala Vilar, los formatos dramatizados surgen de dos artes fundamentales. “la del teatro y la de Novela. “ Los radiodramas, como Kaplún los distingue. Parte de la ficción y paradójicamente, son los que más se acercan a la realidad humana.

6.-Sería redundante afirmar que las emisiones de radio deben ser interesantes y atraer la atención del radio escucha. La clave principal para que el programa resulte interesante es que el mensaje transmitido sea verosímil y claro. Es mejor dedicar los recursos a la preparación de un guión adecuado con textos eficaces, que reemplazar los datos convincentes con trucos sonoros o efectos supuestamente artísticos. A un cuando se escogiera la conferencia como recurso didáctico, ésta requiere de una preparación minuciosa, diferente desde luego a la preparación de la misma conferencia para una aula de estudiantes.

10.-El grupo de producción se escogerán las personas que tengan voces más eficientes para el fin perseguido del programa, a sí mismo deberá formar un equipo verdadero que, además de realizar sus tareas , aporte elementos para el trabajo común con una retroalimentación continua a cada una de los procesos de producción. Generalmente la cooperación entre el profesional de radiocomunicación y el educador se limita a cuestiones puramente técnicas. Muchas veces, también un programa es preparado por el especialista en la materia con poco o ningún conocimiento pedagógico.

11.- Después de la selección de las personas que participaran en pre-producción, se les invita a una convocatoria de este equipo, en donde se les informa de su participación en el programa dándoles a conocer el guión, los cuales darán su punto de vista.

12.- Posteriormente pasaran a la cabina de grabación en donde se realizara la producción del programa. En este mismo se corrigen los posibles errores de producción, regrabación y remontaje de la (s) parte (s) indicada (s) cuando fueran necesario

13.- Posteriormente todo el grupo de producción escuchara y evaluará el producto final, dando su punto de vista y aprobación para la hechura de las matrices, para la presentación al aire.

Todos estos pasos a seguir son los principales para la elaboración de un programa cultural como lo es Escaparate Cultural, de esta forma comprobamos que los programas de las radiodifusoras culturales como es el caso de Radio UNAM , no son hechos de improviso o de la nada, que todos los elementos radiofónicos antes mencionados en esta tesis son utilizados por la producción de Escaparate Cultural. Es por ello que la estructura de un programa de radio siempre será importante, y mucho más importante será plasmarla en un guión ya que no hay programa sin un guión.

Conclusiones

1.- A nuestra radiodifusión Radio Universidad Autónoma de México corresponde la tarea de demostrar que la Cultura es vital . Que nuestra concepción del mundo y las acciones que dimanarían de esta concepción son útiles, necesarias, fundamentales. En materia de transmisión cultural, la acción institucional deberá orientarse cada vez con mayor vigor a ensanchar la comunicación a fin de hacer de esta actividad un instrumento de educación, de cultura y de auténtica proyección social.

2.- La programación universitaria, cultural, y educativa precisa apoyarse en un conocimiento lo más exacto posible de los auditorios a los que sirve . La planeación y la evaluación deben convertirse, por ende, en instrumentos de la política de la programación.

Si la tesis de la responsabilidad como "corrección autónoma de la libertad" es filosóficamente correcta, lo difícil es su instrumentación práctica. Un análisis radiofónico como este de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas. Permitirá también planteamientos en torno a los fines, métodos , instrumentos y colaboraciones para la transmisión equilibrada de la información y mensajes culturales , tendientes a alcanzar categorías verdaderas de comunicación para que dicha transmisión no se haga en un solo sentido.

3.-Es necesario distinguir claramente el lenguaje sonoro de la radio de los otros lenguajes, en especial del lenguaje escrito. En esto radica la efectividad del mensaje cultural o educativo.

4.-Conviene incrementar formas de colaboración internacional que incluyan el intercambio de experiencias y programas, la coproducción de series de interés general y el estudio de enlaces regionales o internacionales.

5.-Mi objeto es ilustrar que los programas de la Radio Cultural, como Radio UNAM no se producen en un vacío, con esto quiero decir que este tipo de programas requieren de una planeación así como de una producción completa para obtener un buen producto comunicativo que son las Cápsulas de Escaparate >>Cultural, a diferencia de la Radio

Comercial que si se produce en un vacío o de la nada, las cuales solamente utilizan música, comentarios, chistes y se burlan de la gente.

La radio es una actividad creadora que se vale de diferentes facetas de la personalidad de quien la ejerce; no solamente su genio inventivo, sino también su actitud frente a la vida, su escala de valores, su estado de ánimo, su modo de responder a distintas presiones, al impacto de otras personas y otra clase de estímulos. Todo influye en su trabajo puesto que su trabajo, la mayoría de la veces, es una expresión de su individualidad. Y más a en el tipo de radiodifusión que constituye la labor principal de los que trabajan en una radio cultural.

6.-El hombre de radio no trabaja en un vacío . Y al decir esto no me refiero al lugar que le corresponde dentro de cualquier estructura de responsabilidades jerárquicas me refiero a la naturaleza de su propio terreno creador.

Las técnicas profesionales adquiridas a lo largo de un período de entrenamiento y de experiencia ,lo capacitan para sacarle buen partido a su materia y para conquistar la atención de sus oyentes. Algunas de las técnicas se aprenden con relativa facilidad. Las reglas son pocas. Pero hay una que es inquebrantable, y es que cada programa , desde el más ambicioso drama épico hasta la breve charla a una sola voz, debe tener su director.

7.-Ahora bien, es evidente que la instalación de emisoras universitarias ni ha proliferado demasiado en el transcurso de los últimos quince años, es difícil determinar con certeza a qué obedece esta escasez de interés por incrementar la radiodifusión universitaria, ya sea a los propios dirigentes de las Casas de estudio, o la falta de apoyo de parte de los Gobiernos estatales. Hay opiniones mucho más severas que señalan que las radios universitarias "nadie" las escucha y que la radio Cultural con más de 60 años de historia es y ha sido irrelevante durante los mismos 60 años.

Fuentes Consultadas.

- 1.- Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e ideología, ed. El Caballito 200.
- 2.- Alvarez Lima José Antonio, Director de radio Educación México Primera Reunión Internacional de radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE), UNAM.1981,páginas 36y 37.
- 3.-Armad Bal Sebre El lenguaje radiofónico de - Editorial CATEDRA – Madrid 1994
- 4.- Acuerdo #21, Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de Noviembre de 1978.
- 5.- Baena Paz Guillermina, Instrumentos de Investigación, ed. Mexicanos Unidos, II edición 1980.
- 7.- Beatriz Solís, "Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana", en Revista Mexicana de Comunicación, número 42, noviembre de 1995-enero de 1996, p. 9-13.
- 8.-Becerra Acosta, et al, Prensa y Radio En México. Acuerdos UNAM. #1, centros de estudios de la comunicación FCPS.
- 9.- Bravo Acosta , La radiodifusión en México, S.A. México
- 10.- Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, La industria de la radio y la televisión en México, ed. CIRT, México, 1991, pp.
- 11.- Curiel Fernando: El método Hertz. Ponencia presentada en el Primer Simposio Internacional de Extensión Académica, agosto de 1980
- 12.- Curiel, Fernando. La telaraña Magnética. p. 37

- 13.- Curiel Fernando: La radio en México: testimonio (o confesión de parte). México: Cuaderno del Centro de Estudios de Comunicación; número I, 1980,p36, 37.
- 14.- Diagnóstico de Radio Universidad Nacional y su relación con la comunidad universitaria desde el ámbito de difusión cultural de la UNAM", mimeo, enero de 1997.
- 15.- Diario Oficial de la Federación el 22 de Noviembre de 1978.
- 16.- Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión. Dic 2000.[<http://www.sct.gob.com.mx>] (28 mayo.2002)
- 17.-*El Nacional*, 25 de marzo de 1996;
- 18.-*El Financiero*, 22 de marzo de 1996.
- 19.- Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, ed. Juan Pablos, México, 1982, p. 332.
- 20.- Fernández Vera Cf. Jorge: Ponencia General. Primer Simposio internacional de Extensión Académica, agosto de¹. Gaceta UNAM, Núm. 2410, 14 de septiembre de 1989. p. 7-8.
- 21.-FIGUEROA, Romeo: "¡Qué onda con la radio!". Alhambra Mexicana. México, 1997. p. 536. II reimpresión.
- 22.- Florence Toussaint, Critica de la Información de Masas, ed. Trillas,. p45.
- 23.- GASETA UNAM, Ciudad Universitaria, 11 de junio de 1987, Suplemento especial. P18
- 24.- González Ana María, Entre mas media te veas, ed CNCA, colección
- 25.- Gil, Romo María Cristina. Introducción al Conocimiento Práctico de la radio. p.30
- 26.-Gil, Romo, Cristina, La otra radio; voces débiles, voces de esperanza, coedición Fundación Manuel Buendía-Instituto Mexicano de la Radio, México, 1990, pp. 198.

- 27.- Kaplún Mario, Producción de programas de radio, CIESPAL 1978, colección Antillan.
- 28.- La radio mexicana: centro y regiones, ed. Juan Pablos, México, 1991, pp. 192.
- 29.- La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión clasifica la programación de sus afiliadas de acuerdo con el género musical que transmiten. Cf. Directorio 1979.
- 30.- Las actividades relevantes realizadas durante el periodo de enero a diciembre de 1996", mimeo, 19 de noviembre de 1996.
- 31.- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN. Titulo: 1 primero, principios fundamentales capitulo único.
- 32.- Legislación México, UNAM, Dirección General de Estudios y Proyectos Legislativos. 1979
- 33.-LÓPEZ VIGIL, José Ignacio: "Radialistas apasionados". Artes Gráficas Silva. Quito, 1997. p. 550.
- 34.-Mario Kaplun. Producción de Programas de Radio. El guión-la realización. Primera Edición. CIESPAL, Quito. Junio 1978
- 35.-Ortiz Brennan Benjamín. Análisis comparativo sobre ventajas y limitaciones de los medios de comunicación para la educación, CIESPAL, Quito Ecuador 1974
- 36.- Periodismo Cultural, México, 1994, pp. 218.
- 37.-Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (PRIRUCE). Primera Edición 1981.
- 38.-Tudesq André, Pierr Albert. Historia de la Radio Y la Televisión. p. 14.
- 39.-Teoría y práctica de la ideología, México: Nuestro Tiempo, 1979, p 174

Anexos

Entrevistas a participantes en la producción de las Cápsulas de Escaparate Cultural.

A continuación presenta la transcripción de la entrevista realizada a la productora de " Escaparate Cultural " **Silvia Cruz Jiménez** que se llevo a cabo el 20 de mayo del 2003 dentro de las instalaciones de Radio UNAM.

Entrevista

Silvia Cruz Jiménez ; Productora de las Cápsulas de Escaparate Cultural.

1.- ¿Cuándo inicia Escaparate Cultural.?

En la segunda mitad de 1997 , la Coordinación de Periodismo cultural nos pide ha Avel Mora y ha mí hacer un proyecto acerca de una cartelera cultural, nosotros nos dimos a la tarea de realizar el proyecto. Escaparate Cultural no es el nombre ni el formato que se utiliza actualmente. Originalmente el proyecto estaba hecho para una hora, y tenia varias secciones como; entrevistas, reportajes acerca de literatura, poesía , música, danza, fotografía, ciencias y muchos temas más. Se realizaron varios programas piloto, se tiene guardado todavía uno de estos programas, donde esta el formato original de una hora, y el nombre con el que se planeó era Paradoja Cultural.

Después por varios motivos nunca salió al aire, y Manuel Estrada ex jefe de planeación les consiguió un espacio en los noticiarios para que salieran al aire .

Se gravaba una cápsula para cada una de las emisiones, pero eran ya solamente de 3 minutos. La primera fue en Julio de 1998

2.-¿ Cómo son seleccionados los temas.?

No se tiene un gran criterio en la selección de los temas, como lo abras notado en tu monitoreo de los programas, un día hablamos de literatura , otro de teatro y otro de hechos relevantes , Al principio se recolectaba

información de los diarios, información que se les asía llegar para los fuentes culturales de esa información se realizaban las cápsulas .

Hoy es diferente, nos invitan a obras de teatro , presentaciones de libros, puestas de cine y algunas personas que son conocidas como: Cine Manía o la Cineteca que nos piden nuestra ayuda para la difusión de algunos eventos culturales. La selección se va dando por si sola.

3.-¿Cuáles son sus características.?

Las Características es informar al auditoria de eventos culturales que se presentan en distintos lugares, como lo que se presenta en Bellas Artes , se busca la información, y se realiza la cápsula informando cuando se presenta, de que se trata, quien la dirige y su importancia, prácticamente algunas cápsulas son pura información

4.- En unos momentos mencionabas que repiten las cápsulas cuántas veces las repiten y porqué.?

Hay dos formas base de Cápsulas:

Las Intemporales, son cápsulas que pueden transmitirse por diversos días o meses ya que no tienen fecha, como: Las Obras de teatro que duran meses y se pueden repetir una o dos veces por semana o la recomendación de algún libro que se puede repetir una vez al mes.

Las temporales, son las que tienen que pasar el mismo momento como: Puestas de Cineteca que solamente duran un solo día , se realiza la cápsula y sale al aire dos o tres días antes de la proyección de la cinta dando a conocer el día y la ora del evento.

5.-¿Cuánta gente participa en estas cápsulas.?

Las personas que colaboran son prácticamente del servicio social que nos apoyan en la elaboración de entrevistas y guiones asesorados por mí, otros son Esteban Escarcega, Teresa Uribe, Margarita Castillo por mencionar algunos de los personas que nos ayudan con sus voces para la elaboración de las cápsulas, cuando son temas de carácter Universitario colaboran investigadores, científicos que son invitados a participar en las cápsulas; y no podía faltar en toque técnico, como el productor, el operador de la cabina de grabación y el operados de la cabina de transmisión de AM .

Entrevista con:

Margarita Castillo. Voz participante en las Cápsulas de Escaparate Cultural, realizada el 12 de agosto del 2003, en Radio UNAM

1.- ¿Como son sus inicios en radio Universidad Nacional Autónoma de México.?

La manera en como me acerco a radio UNAM es vía radio teatros, y mostrando que avía conocimientos sobre textos literarios, se me invito a participar en la lectura de otro tipo de programas que no fueran especialmente dramatizaciones.

En lo personal me parece afortunadísimo haber tenido la cercanía o la oportunidad de estar aquí, ya que de principio soy de las personas que creen en la educación pública, entonces es muy afortunado estar en una radio que pertenece a nuestra misma universidad, que aun que no lo parezca, y que aun que reciba golpes de adentro y de afuera, sigue siendo un bastión de libertad, sigue siendo un lugar donde se ejerce la opinión sin que a una le cueste ni el trabajo, ni la vida, ni nada.

2.-¿Qué a pasado con las radio culturales, ¡hay muchas o pocas.?

Ese concepto que se sigue utilizando, o que se utiliza frecuentemente de la radio cultural es una falacia. Es algo que ya indudablemente no se debería utilizar, la gente torpe, semí inteligente dice a los demás, a la gente que considera así abajo que esa gente no es culta, y que solamente es él, el

Letrado es culto, es una estupidez, es una tontería, la cultura la tenemos todos, incluyendo gente, pueblos enteros que ni siquiera tiene escritura, pero tiene una cultura.

A mi me parece que cualquier estación de radio escuchada, indudablemente es una estación necesaria. Me provoca enojo que algunos compañeros les pueda parecer "Mira nada mas que estación tan ras cuacha" esto quiere decir que no saben de códigos de comunicación. Yo no puedo hablar con la gente si no conosco el nivel en que se encuentra

Entrevista con:

Lic. Fernando Escalante Sobrino; Actual Director de Radio UNAM realizada el 12 de agosto del 2003, en Radio UNAM.

1.- ¿ En qué condiciones recibe a radio UNAM .?

Cuando llego ha radio Universidad en octubre del 2000 hay una gran molestia, por que el director anterior el Maestro Francisco Prieto avía presentado un proyecto de un cambio grande y fuerte en la Universidad afectando a muchos programas. El problema fue que no se negoció.

Aquí en radio UNAM hay programas que tienen muchos años al aire , que es muy difícil moverlos y hay que moverlos con platicas, formas o jala pudiéramos funcionar como una estación de radio privada en donde cae el reitin y cortas el programa, aquí es más complicado es una radio universitaria, tienes que jugar con ciertas formas.

Entonces el anterior director presento muy rápido el nuevo programa de una semana para otra, entonces hubo muchas molestias de los colaboradores y salen cosas que no vienen al caso. Pero era un proyecto muy bueno. Pero la estructura que tiene radio Universidad , muy sólida, anquilosada , ante una propuesta muy agresiva de muchos cambios pero bien intencionada , chocaron.

Entonces llego yo, me en cuento con la gente muy molesta, como ya havia tenido la Universidad de ser director de radio Universidad ase 10 años, conozco ha alguna de las gentes que trabajan aquí y comenzó a tranquilizarla, los cambios vendrán pero poco a poco.

2.-¿ Hay proyectos para nuevos programas.?

Por el momento ; no ; por que, queremos irnos a una estructura de base. Donde se buscaran formatos más cortos y más ágiles, con una continuidad mucho mas rapida, que la de cambias programas de una hora y poner programas de una hora .

3.-Se dice que radio UNAM esta encajonada en sí es Cultural, o es Universitaria. ¿ usted como define a radio UNAM .?

Es una pregunta muy complicada, por que a mi no me gusta colocarla en ninguna radio pública o privada. Yo creo que si somos una radio universitaria, por que si hay un factor que nos identifica, una es la autonomía, es un valor que solo lo tienen las universidades el otro es, la experimentación que no se si las culturales la tienen, este principio de buscar nuevos formatos del quehacer radiofónico, como principio y como obligación. El experimentar es lo que nos hace diferente.

4.-Usted mencionó que fue director de radio UNAM ase 10 años , ha notado cambios hasta este momento.

¡ No ¡ ninguno ; Solamente que radio UNAM esta en internet y la digitalización de las cintas en la fonoteca así como su remodelación.. Lo que sigue siendo lo mismo es lo que sale al aire , la programación.

7.-¿ Qué limitaciones enfrenta radio UNAM .?

Siempre será el presupuesto ; Pero si todos los trabajadores de radio UNAM, trabajáramos más, radio UNAM se iría para arriba.

8.- ¿Qué planes tiene para radio UNAM.?

Crear un consejo que defina los principios de radio Universidad, entonces entrar en una serie de modificaciones de contenido y tratar de darle u7na vuelta a la programación pero eso va a tardar toda vía. Mientras estamos comprando tecnología , y vamos a tratar de vender este edificio que ya es muy obsoleto, para hacer uno en Ciudad Universitaria (CU) más funcionable.

Entrevista con:

Miguel Angel Granados Chapa. Locutor del programa Plaza Pública en Radio Universidad.

1.-¿Cuál es la importancia de Radio Universidad en la actualidad y en que ha sobresalido.?

Son tres planos en los que sobresale radio universidad en estos últimos años. Primero fue pionera en el ámbito de la radio difusión cultural, si bien no fue primera del género, por que ya estaba Radio Educación, fue la primera en contar con una definición en la programación, de asumir una clara postura ante el auditorio. Estableció un claro respeto entre los radio escuchas, en momentos en que empezaba a surgir la radiodifusión comercial, que se ha caracterizado por mutilar a los oyentes, a los que considera mercancía.

En segunda plano ha propiciado la difusión de diferentes géneros musicales y de debates, que estuvieron ausentes en el cuadrante de la radiodifusión. Radio UNAM llegó a ser, en largos periodos de su historia, el único asiento, la única sede de este tipo de programas. Para una población de gran sensibilidad, una población creadora, resulta ofensivo que la radio comercial se empeñe en imponerle tonadas insulsas; que le niegue las posibilidades estéticas u su buen gusto. Radio Universidad ha contribuido a probar que en México hay apetito por la calidad de programas que transmite. En tercer lugar Radio Universidad no ha practicado el egoísmo, un egoísmo que la vincule a sí misma, sino que se ha vinculado con otras radiodifusoras, ha propiciado el diálogo sin pretender imponer un sello propio. La prueba es que existen ya diferentes subgéneros de estaciones culturales que amplían el espacio.

**GUIONES DEL PROGRAMA DE ESCAPARATE
CULTURAL**

SERIE: ESCAPARATE CULTURAL.

TEMA: TEATRO.

CÁPSULA: LAS OCUPACIONES NOCTURNAS.

→ * * * * * →

01. OP ENTRA RÚBRICA DE LA SERIE.

T-1 (Textos Thielmanns! p. 9.)

02. GUILLERMO “Esta noche estoy contento con la dulce música de
03. (Recitando con la voz de Bianca, que, cuando habla, encanta el
04. profundamente ambiente y hace que la tierra se quede inmóvil o
05. seductora) fije su cielo alrededor de su belleza.”
06. MARGARITA (Sobre (VOZ BAJA) Psss, psss, Guillermo, qué haces.
07. texto de Guillermo) (SUBE VOLUMEN) Psss, Guillermo...
08. GUILLERMO Mhrr, mhrr. Estoy... estoy leyendo un seductor
09. texto...
10. MARGARITA ¿Te gusta seducir?
11. GUILLERMO Seducir y que me seduzcan... ¿A ti no?
12. MARGARITA Me atrae el arte de la seducción y para que
13. aprendas sobre la seducción femenina, te voy a
14. invitar a ver *Las Ocupaciones Nocturnas*.

15. OP ENTRA PUENTE MUSICAL.



48

16. MARGARITA *Las ocupaciones nocturnas* nace de un proyecto
17. de investigación escénica sobre como armar un
18. montaje a partir de talleres y de un tema específico,
19. en este caso la seducción.

01. GUILLERMO Ignacio Escárcega, director de la obra, tenía ganas
02. de hacer un montaje femenino y a partir del texto
03. *Point de lendemain*, de Vivant Denon crea un
04. espectáculo enriquecido con textos de las actrices
05. participantes.

06. MARGARITA Al respecto María Sandoval, nos comenta: 11211

07. OP ENTRA INSERT: "Para hacer el montaje hicimos un taller previo en
08. donde se pidieron diferentes trabajos escénicos a cada una de nosotras,
09. éramos cuatro actrices, finalmente terminamos tres. Y bueno el punto central
10. era la seducción. Las tareas eran diferentes, como narrar una historia, el
11. diálogo amante-amado, un striptease alternativo. Diferentes tareas, pero todas
12. con la perspectiva de la seducción. Y fue a partir de ahí que nosotros poco a
13. poco o de sopetón dependiendo de cada quien. Nos apropiamos de esta
14. necesidad que nos requería Ignacio Escárcega y finalmente fueron textos que
15. nos pertenecen en forma muy personal y también de una forma que nosotros
16. queremos manifestar, qué es lo que pensamos, opinamos y sentimos con
17. respecto a la seducción, a las relaciones al amor." (60 segundos).

18. OP ENTRA PUENTE MUSICAL.

T-2 Hengne. Musique
Tzigane

19. GUILLERMO La noche nos invita a soñar, nos sumerge en un
20. ambiente que permite explayarse y hacer gala de la
21. seducción. La noche nos abre un universo de
22. infinitas posibilidades. /

23. MARGARITA Vivant Denon es un escritor que tenía tesis
24. muy interesantes sobre la seducción por ejemplo:

25. GUILLERMO "Lo que nos permite tener momentos muy
26. (Citando) agradables en la vida es la discreción"

dos

01. MARGARITA *Las Ocupaciones Nocturnas* gira entorno a la
02. historia de un enredo amoroso entre una mujer de
03. sociedad y un muchachito, y se enriquece con
04. historias de mujeres contemporáneas.

05. GUILLERMO Maria Sandoval y Andrea Salmerón nos platican
06. sus percepciones acerca de *Las Ocupaciones*
07. *Nocturnas*:

08. OP ENTRA INSERT "No es una anécdota que se cuenta, si hay una
09. anécdota, que es la de Denon, pero esto se va entremezclando con nuestras
10. participaciones, con nuestros textos. Y es a nivel emotivo, le va a llegar a nivel
11. emotivo o de sensaciones, lo que perciben, o lo que sería la imagen que tienen
12. las mujeres en general de lo que es seducir a un hombre. y también al mismo
13. tiempo de lo que es una relación y cómo inicia una relación, que finalmente
14. nos lleva a cuestionarnos, yo diría, en dónde surge el amor. Finalmente en
15. dónde esta el espacio dentro de todo este juego de estrategia, de meditación,
16. ventaja, para hacer que caiga alguien, dónde queda el espacio para hablar de
17. amor. Y digamos, lo que surge es un espectáculo con una estructura muy
18. rara. La gente que vaya a entender *Las Ocupaciones Nocturnas* no va a
19. entender. Hay que ir a sentirlo, yo creo que aquí lo interesante es que si la
20. gente esta como receptiva va a poder identificarse con muchas cosas porque
21. finalmente la seducción es un arte de inteligencia, de poder. Ósea, de manejo
22. de inteligencia, de manejo de estrategias, etc. Y además toda la gente es
23. seductora o ha seducido, o ha sido seducida. Y yo creo que es tema universal.
24. Es un tema que no tiene ninguna diferencia de género, ni de clase social. No,
25. todo mundo sabe que es la seducción o lo ha sabido en algún momento. Lo
26. importante aquí es que nos podemos identificar y decir: a mí me pasó, o
27. conozco a alguien que le pasó, o lo que sea. No es una obra para entenderse"
28. (120 segundos).

29. OP ENTRA PUENTE MUSICAL.

tres

T-13 Cinema
Paradiso
P174

01. MARGARITA *Las Ocupaciones Nocturnas*, espectáculo de
02. Ignacio Escárcega sobre *Point lendemain* de
03. Vivant Denon....
04. GUILLERMO Con las actuaciones y los textos de Sandra Muñoz,
05. María Sandoval y Andrea Salmerón, y la actuación
06. de Jorge Nuñez...
07. MARGARITA Se presenta de viernes a domingo hasta el 10 de
08. diciembre en el Foro del Centro Universitario de
09. Teatro, del Centro Cultural Universitario.
10. GUILLERMO Las funciones son los viernes a las 20:00, sábados a
11. las 19:00 y domingos a las 18:00 horas.
12. MARGARITA El costo de la entrada es de 40 y 20 pesos.
13. GUILLERMO (SEDUCTIVAMENTE) *Las ocupaciones nocturnas*, no te la
14. pierdas.
15. OP ENTRA RÚBRICA DE SALIDA.

236

LOC 1 También de Scott Silver, se exhibirá **Johns, El ultimo Cliente**, el martes 26 y miércoles 27 de junio a las 16:30, 18:45 y 21:00 horas.

LOC 2 **Debajo de la Piel** de Carnie Adler, se proyecta el jueves 28 de junio, dentro de la sala 7 a las 16:30, 18:45 y 21:00 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 No lo olviden, La Cineteca Nacional se encuentra en la Avenida México Coyoacán # 389, Colonia Xoco.

LOC 2 Pero si tienen alguna duda sobre la programación de la Cineteca pueden consultar su página electrónica, la dirección es :
<http://cineteca.conaculta.gob.mx>

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 Otra opción que les tenemos es la cartelera que nos trae Cinemanía.

LOC 2 Así es, y para empezar les dejamos con lo que se exhibe en la sala uno de este cineclub.

LOC 1 **SALSA** de Joyce Buñuel, se proyecta a las 17:15

LOC 2 **El mundo de Sofia** de Erick Gustavson se exhibe a las 15:00 y 19:15 horas.

LOC 1 También la cinta de Lars Von Trier, **Bailando en la Oscuridad** se presenta a las 21:15 horas.

LOC 2 En la Sala dos de Cinemanía se exhibe **Nunca te vallas sin decir te quiero** de Jeroen Krabbe. Las funciones son a las 17:20 y a las 21:25 horas.

dos

LOC 1 Para los niños y los no tan niños, dentro de la Matiné Infantil se exhibe: **Las Locuras del Emperador** de Randy Fuller. No te pierdas de esta función el domingo 24 de junio a las 12:00 horas en la sala dos.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL.

1:16"
T-2A

LOC 2 La Cineteca Nacional presenta el ciclo: *Homenaje a Jean-Paul Rappeneau* que proyecta el martes 26 de junio: **Una salida al campo** de Jean Renoir y **Dulce** de Claude-Autant Lara, a las 16:30 y 19:30 horas.

LOC 1 También de Jean Cocteau se exhibe **La Bella y la Bestia**. La cita es el miércoles 27 de junio a las 16:30 y 19:00 horas, en la sala dos de la Cineteca.

LOC 2 Por ultimo este ciclo presenta **Calle de la Estrapade** de Jacques Becker. La función es el próximo jueves 28 de junio a las 16:30 y 19:00 horas.

1:52"
T-3

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

LOC 1 Dentro del ciclo *El Rey Cumple 100 años* se proyectan los videos: **Sucedió una Noche** a las 17:00 horas y **Los Inadaptados** a las 19:00 horas. La cita es el sábado 23 y domingo 24 de junio en la sala cuatro.

LOC 1 También dentro del ciclo *Historias de la Calle* que se presenta en la sala 7 de la Cineteca, se proyecta el viernes 22 de junio: **Bernie, nacido en el basurero** de Albert Duportel. Las funciones son a las 16:30, 18:45 y 21:00 horas.

LOC 2 **Kids Return. El Regreso**, de Takeshi Kitano, se proyectará el sábado 23 y domingo 24 de junio a las 16:30, 18:45 y 21:00 horas.

LOC 1 La cinta de Tomas Gutiérrez Alea y Juan Carlos Tabío: **Guantanamera** se proyectará a las 15:30 y a las 19:35 horas.

LOC 2 En la sala tres de Cinemanía se exhibe **Traffic** de Steven Soderbergh, a las 17:00 horas.

LOC 1 Por último la cinta de Tourn Lian **Cuando las nubes mueven las estrellas** se proyecta a las 15:15 y 19:45 horas.

OP. ENTRA PUENTE MUSICAL

T=6 → 4/23/11

LOC 2 Cinemanía se encuentra en Río Magdalena y avenida Revolución, dentro de Plaza Loreto.

LOC 1 Ya lo saben, esta semana puedes disfrutar del mejor cine que la Cineteca y Cinemanía nos trae.

LOC 2 Y para no perder la costumbre que te parece si regalamos cinco pases dobles para que nuestros amigos disfruten de las películas que ofrece esta semana Cinemanía.

LOC 1 Me parece muy bien, así que a ti que nos escuchas, solo corre al teléfono y marca el **55 39 86 86** y listo al cine gratis.

4/23/11

OP. SUBE MUSICA, SOSTIENE Y SE MEZCLA CON RUBRICA DE SALIDA.

coatio
res

AD Jaztlán
Track
9

01. OP. ENTRA RÚBRICA Y ENLAZA CON MÚSICA DE FONDO.
02. LOC. 1. Un taller de improvisación...
03. LOC. 2. gran creatividad musical...
04. LOC. 1. y enorme tradición jazzística...
05. LOC. 2. Son características que definen al
06. grupo mexicano Jazztlán.

5 años
3

07. OP. ENTRA CHISPA MUSICAL.
07. LOC. 1. Jazztlán, es una agrupación que inicia su
08. carrera musical como taller de
09. improvisación y al paso del tiempo,
10. aunado al trabajo constante de sus
11. integrantes logra consolidarse como una
12. estupenda propuesta dentro del ámbito
13. jazzístico.
14. LOC. 2. Es en 1989 cuando Alfredo Landa
15. bajista y líder del grupo, decide,
16. después hacer un largo recorrido en
17. distintas agrupaciones del jazz y el rock
18. como, el cuarteto del vibrafonista Rudy
19. Carpela o el grupo Round Midnight al
20. lado del pianista Freddy Marichal,
21. formar su propia agrupación.
22. LOC. 1. Jazztlán surge como un cuarteto de
23. músicos que intentan abrir espacios para
24. la expresión de su propuesta jazzística.
25. LOC. 2. Es el mismo Alfredo Landa quien
26. platica como ha sido la evolución del
27. grupo:

(1110) Folio 29
Track 5

01. OP. ENTRA INSERT 1 “Desde el 89 forme un trío con ese
02. nombre...HASTA... el año pasado se integró también Jorge
03. Cristian que es el saxofonista”. EDITAR. “Jazztlán empezó
04. en un lobbie en lobbies de hoteles...HASTA...la explosión de
05. Jazztlán o sea realmente quedó integrado así.” MÚSICA.

06. LOC. 1. Actualmente, Jazztlán es un sexteto
07. musical transformado en una sólida
08. unidad, con matices y sonoridad propia.

09. LOC. 2. Conformado por Carlos Gallegos en
11. el piano...

12. LOC 1 El vibrafonista Ricardo Ramos...

13. LOC 2 El percusionista Rafael Saenz...

14. LOC 1 En la guitarra Alberto Medina...

15. LOC 2 En el saxofón Jorge Cristian...

16. LOC 1 Y en el bajo su fundador Alfredo Landa.

17. LOC 2 Jazztlán se consolida ya como una
18. opción más para todos los gustosos del
19. jazz.

20. OP ENTRA CHISPA MUSICAL.

21. LOC. 1. En su búsqueda por romper con las
22. limitaciones musicales y en la
23. incansable exploración con otros
24. tintes sonoros, Jazztlán propone
25. desarrollar aun más la creatividad
26. musical que existe en nuestro país.

27. LOC. 2. Mezclando el sonido tradicional del jazz
28. con música brasileña, salsa o funk, el
29. sexteto realiza en la primavera de 1999
30. su primera producción homónima
31. *Jazztlán.*

01. LOC. 1. Este material compuesto por un
02. abanico de estilos, producto de las
03. diferentes influencias e inclinaciones
04. de sus integrantes, abre nuevos cauces
05. dentro de un concepto musical más
06. amplio, fresco y original.
07. LOC. 2. Y sobre esta producción nos comenta un
08. poco más Alfredo Landa:
09. OP. ENTRA INSERT 2 “Lo que hacemos es fusión de ritmos
10. con el jazz....HASTA...se prestan otro tipo de instrumentos,
11. electrónicos casi todos” EDITAR “ Jazztlán esta tratando de
12. encontrar un sonido.. HASTA.. con instrumentos prehispánicos
13. pedras, ollas, jocarinas, en fin.” ENTRA MÚSICA.
14. LOC. 2. Te invitamos a que disfrutes de esta
15. sensacional propuesta que te ofrece
16. el jazz mexicano: Jazztlán.
17. LOC. 1. Un esplendido recital de la cultura
18. jazzística fresca y original que invita
19. al deleite sonoro del magistral ritmo
20. negro.
21. LOC. 2. Si quieres saber más sobre Jazztlán
22. puedes visitar su página en internet:
23. www.jaztlan.com, donde encontraras
24. fotografías, agenda de presentaciones y
25. hasta clips de audio.
26. OP. ENTRA RÚBRICA DE SALIDA.

191000
(110)
1.4.2000

6

2140"

SERIE: "ESCAPARATE CULTURAL".

TEMA: LITERATURA.

CÁPSULA: ¿Y QUIÉN ES ESE SEÑOR? ANTOLOGÍA ILUSTRADA DE UN GRILLO FABULISTA Y CANTADOR.

01. OP ENTRA RÚBRICA DE LA SERIE Y SE MEZCLA CON EL TEMA DE CRI-CRI.

D-1
T-1.
mezcla
c/
T-5
D-4.

02. MARGARITA

Oye, ¿Sabes quién es Cri- Cri?

03.

¿Síiiii?

04. GUILLERMO

Pues te tenemos muy buenas noticias.

05. MARGARITA

Gracias a la co-edición del gobierno del Estado de

06.

Veracruz y el Consejo Nacional para la Cultura y las

07.

Artes, que se unen al programa *Alas y raíces a*

08.

los Niños, ha salido a la venta el libro titulado:

09. GUILLERMO

*¿Y quién es ese señor? Antología ilustrada de un
grillo fabulista y cantador.*

10.

11. MARGARITA

En este libro podrás encontrar las letras de algunas

12.

canciones de Gabilondo Soler, Cri - Cri. Además de

13.

una serie de dibujos realizados especialmente para

14.

ilustrar esta antología.

15. GUILLERMO

Rodolfo, Fonseca, coordinador de "Alas y raíces a los

16.

niños" nos habló del trabajo que significó la

17.

publicación de éste ejemplar.

52"

18. OP. ENTRA INSERT. Fue un trabajo muy largo, fue un trabajo de más de 2 años y medio.

19. Yo creo que valió la cómo pensar el libro. Tú lo ves, o la gente lo puede ver si lo adquieren,

20. es un trabajo donde de alguna manera fuimos invitando a los ilustradores a participar.

T-17.
40"

01. Hay muchos ilustradores aquí en el libro que son de la gente que ha trabajado desde hace
02. muchos años, en cuanto ilustraciones infantiles no están todos, pero sí hay muchos. Está el
03. setenta por ciento de los ilustradores, que creo han tenido un trabajo permanente
04. profesional, no solamente en este libro sino en otros que han participado. Aquí puede
05. encontrar ilustradores que han ganado premios internacionales como por ejemplo Fabrizio
06. Vanden Broeck, Mauricio Gómez, Isaac Hernández... En fin, hay mucha gente que creo
07. ha tenido un trabajo desde hace años en lo que es la ilustración infantil. ENTRA
08. PUENTE MUSICAL..

D. 4
T-9

08. MARGARITA ¿Qué canción era la que más te gustaba
09. de Cri-cri, Guillermo?

10. GUILLERMO (MENCIONAS CUÁL Y HACES ALGÚN
11. COMENTARIO AL RESPECTO)

12. MARGARITA A mí me gustan todas y a mis hijas también.

13. GUILLERMO ¿Te has dado cuenta de la tradición “oral” por la
14. que hemos transmitido a nuestro hijos el gusto
15. por la música de Cri-cri?

16. MARGARITA No sólo nosotros, también nuestros padres, ¿es
17. una muy buena tradición.

18. GUILLERMO A cerca de esto, Rodolfo Fonseca, también nos
19. comentó:

126''

20. OP ENTRA INSERT “Además te digo que hay permanencia, una prolongación por decirlo
21. así, de alguna manera, en nuestros inconscientes en colectivo que vamos diciendo, que
22. vamos trasmitiendo, no se cómo, pero que se va transmitiendo y por otro lado,
23. especialmente me gusta la visión que tiene Cri - Cri sobre la infancia. Yo creo
24. que a los niños los mira no de una manera ñoña sino de una manera más humana donde
25. les habla de frente con todo el respeto que puede haber desde las edades. ENTRA PUENTE
26. MUSICAL.

33''

01. MARGARITA La antología se divide en cuatro parte: Mares,
 02. playas y recuerdos; Países que no aparecen en
 03. los mapas; Un gatito me decía: “yo soy de
 04. barrio”; y Saltando libres y locas.
05. GUILLERMO Contiene, además, una presentación de Susana
 06. Ríos Szalay, textos de Elisa Ramírez, el prólogo
 07. de Emilio Carballido, una biografía escrita por
 08. Tiburcio Gabilondo Gallegos, además de un
 09. práctico “*palabrarío*” que permitirá a los niños
 10. y a los no tan niños, consultar directamente los
 11. términos que desconozcan.
12. MARGARITA Pero lo más importante es que Francisco
 13. Gabilondo Soler ha pasado de generación en
 14. generación en el gusto de chicos y grandes,
 15. siendo parte de las tradiciones mexicanas y
 16. gozando de una gran popularidad.
17. GUILLERMO Sin embargo, no existía un texto en particular
 18. que nos presentara lo que nos ofrece esta
 19. Antología.
20. MARGARITA Acerca de la necesidad por crear un libro de esta
 21. índole, Rodolfo Fonseca nos comentó: 2'28^{ci}
22. *OP ENTRA INSERT Nosotros encontramos dos cancioneros, has o menos de 1940-*
 23. *1950, y los hizo ‘Aceite de ricino’ y algún otro tipo de esas que apoyaban ese tipo de*
 24. *trabajos. Y no existía, básicamente, dónde se editaran las canciones de Cri- Cri, y creo que*
 25. *fue una cosa muy importante hacerlo. Como tú dices, estás canciones se la saben nuestros*
 26. *abuelitos, nuestros padres, nuestros tíos, varias generaciones, sabemos algo de Cri - Cri.*
 27. *También de repente me sorprende que hay niños que empiezan a cantar a decir una frase,*
 28. *un verso, a platicar de un personaje. yo creo que Cri - Cri, de alguna manera, está en un*

01. imaginario colectivo de lo que nosotros somos, ¿no?, nos acompaña. Yo creo que nosotros
02. teníamos una deuda, en primero con toda la población infantil, de volver a reeditar,
03. perdón, a Cri -Cri, y por otro lado tener una memoria de lo que ha sido Cri - Cri en ese
04. sentido, aquí solamente vamos a encontrar 70 canciones impresas y 260 que tiene
05. aproximadamente. ENTRA PUENTE MUSICAL.

06. GUILLERMO *¿Y quién es ese señor? Antología ilustrada de*
07. *un grillo fabulista y cantador, esta disponible*
08. *en la Red de Librerías EDUCAL, "Libros y arte*
09. *de CONACULTA y EDUSAT.*

10. MARGARITA Es una compilación que muestra 78
11. ilustraciones de 33 artistas plásticos
12. mexicanos, así como una selección de 70
13. canciones que contribuirán para que Francisco
14. Gabilondo Soler permanezca siempre en
15. nuestra memoria colectiva.

16. OP ENTRA RÚBRICA DE SALIDA.

3'00''

SERIE: "ESCAPARATE CULTURAL"
TEMA: PUBLICACIONES.
CÁPSULA: COMUNICARTE.

01. OP ENTRA RÚBRICA DE LA SERIE.

P 212
frack 09

02. COLLAGE Ante la represión, una esperanza / *Los equívocos de*
03. *los medios / Llamada telefónica / Dicha y pena de TV*
04. *UNAM / Editorial / La nueva comunicación política /*
05. *Sin tí / Una charla con los macheteros / Relación*
06. *Prensa-Estado... el golpe a Excélsior / Cartelera /*
07 *Violencia en los medios / Qué sí, qué no / Entrevista*
08. *con Florance Toussaint / ¿Por qué internet?*

09. GUILLERMO (ENFATICO) "Comunicarte" Expresión sin
10. interferencia.

11. OP ENTRA PUENTE MUSICAL.

P212
Track 1
seg 14

12. LOC 1 Pocas veces, los esfuerzos y los sueños de los
13. estudiantes se ven concretados, a veces por falta de
14. interés, otras tantas por falta de apoyo.

15. LOC 2 Pero toda regla tiene su excepción... Y para muestra un
16. botón... o una revista...

17. LOC 1 La revista "Comunicarte" nace del imperativo de
18. llevar los esfuerzos y las inquietudes de los Alumnos
19. de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de
20. Ciencias de la Políticas y Sociales en pos del opulento
21. caudal en materia técnica, conceptual, formativa,
22. laboral, artística, etcétera.

uno

01. LOC 2 Pero dejemos que sea la Profesora Luz Elena Pereyra,
 02. Coordinadora del proyecto, quien abunde acerca del
 03. objetivo, de cómo nace y por qué nace “Comunicarte”:
04. OP ENTRA INSERT DESDE “Mira concretamente en el taller de edición de originales... HASTA... a reconocerse como portadores de trabajo y como productores como gente productiva del conocimiento”. ENTRA PUENTE MUSICAL. P 270
Track 3
05. LOC 1 Es muy satisfactorio para un estudiante obtener el
 06. reconocimiento de un profesor o el reconocimiento a
 07. su esfuerzo plasmado en una calificación.
08. LOC 2 Pero ¿qué lo motiva a llegar más allá, a hacer
 09. realidad una utopía?
10. LOC 1 Gabriel Romero, integrante del equipo de
 11. “Comunicarte”, nos platica acerca de esto:
12. OP ENTRA INSERT DESDE “Bueno nos motivo, que estamos a punto de terminar... HASTA... Sobre todo después de ver que el primero nos quedo como nos quedo, nos quedo excelente” ENTRA PUENTE MUSICAL.
13. LOC 1 Este “espacio ganado”, como lo califica el profesor
 14. Rafael Resendiz Coordinador del área de
 15. Comunicación, promueve la iniciativa de los
 16. estudiantes de comunicación y se convierte en un foro
 17. de expresión, en una simiente que las generaciones
 18. Venideras tendrán que cultivar.

Dos.

01. LOC 2 Pero el sueño va más allá y es el mismo Gabriel
 02. Romero quien habla acerca de las metas de este
 03. proyecto:
04. OP ENTRA INSERT DESDE “Mira, no hay en la facultad una revista que hable de comunicación... HASTA... Podemos aprender de lo que se publica en la revista y podemos aprender a publicar una revista.
05. LOC 1 La ambición de sus creadores, como ya escuchamos,
 06. es convertir a “Comunicarte” en la revista de
 07. Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y
 08. Sociales.
09. LOC 2 ¿Pero, qué sigue para esta publicación cuando sus
 10. formadores egresen?
11. LOC 1 Es nuevamente la profesora Pereyra quien habla acerca
 12. de esto:
13. OP ENTRA INSERT DESDE “Por supuesto hay que enriquecer la publicación... HASTA... la idea es no dejar morir proyectos o intenciones o sueños o utopías de esta naturaleza ¿no? Empezamos así como un sueño. ENTRA PUENTE MUSICAL.
14. LOC 2 La invitación esta abierta, si eres estudiante de la
 15. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM
 16. y te interesa expresarte y poner en práctica tus
 17. conocimientos...
18. LOC 1 ¿Qué esperas? Unete al equipo de “Comunicarte”.

p 212
 Track 11
 11 seg 17

tres

01. LOC 2 Has gala de tus dotes periodísticos y “caza” a tus
02. compañeros o a Luz Elena Pereyra, Coordinadora del
03. proyecto.
04. LOC 1 ¡Córrele! ¿Qué esperas?
05. OP ENTRA RÚBRICA DE SALIDA.

"6'30"

cuatro

- *****
01. OP. ENTRA RÚBRICA Y ENLAZA CON PUENTE MUSICAL. p14
Track 7
02. LOC. 1. Luz y color...
03. LOC. 2. Magia y sensualidad....
04. LOC. 1. Son sólo algunos de los aspectos
05. reflejados en la obra del pintor
06. mexicano: **Adrián Gutiérrez.**
07. OP. ENTRA CHISPA MUSICAL. Track 2
08. LOC. 2. Adrián Gutiérrez es un joven pintor
09. nacido en la Ciudad de México que
10. inicia su carrera profesional dentro del
11. ámbito de la publicidad y el diseño
12. gráfico.
13. LOC. 1. Realizando estudios de Desarrollo
14. Humano, paralelamente a su trabajo
15. como diseñador, Adrián comienza a
16. incluir en su vida un enfoque espiritual,
17. que le dará la pauta para cambiar el
18. mundo de la computadora por el mundo
19. de los lienzos.
20. LOC. 2. Pero dejemos que sea Adrián Gutiérrez
21. quien abunde más sobre su trayectoria y
22. sobre ésta singular transición: D 42
23. OP. ENTRA INSERT 1. "Yo estudié la carrera de
24. diseño... HASTA ...porque firmo Adrián nada más." EDITAR
25. PREGUNTA "...y dejar y romper con todo esto fue fuerte; pero por otra
26. parte fue muy liberador...HASTA...esas dos partes: lo fuerte y lo
27. liberador".

01. LOC. 1. El talento que Adrián Gutiérrez expresa
02. en su obra es reconocido por maestros
03. de la pintura como Armando Romero y
04. Santiago Carbonel, quienes han quedado
05. gratamente impresionados por la calidad
06. del artista.
07. LOC. 2. Pintor de nuestro tiempo, que sabe
08. combinar perfectamente el equilibrio de
09. la técnica y la espiritualidad...
10. LOC. 1. Adrián es capaz de inspirar con su obra
11. no sólo belleza, sino también armonía
12. con un efecto artístico que alimenta al
13. espíritu de una forma más profunda.
14. LOC. 2. Autodenominando a su obra como parte
15. de la corriente llamada *Realismo*
16. *Mágico*, Adrián nos explica: "¡ ¡ ¡ ¡"
17. OP. ENTRA INSERT 2 "Muchos pueden decir que es surrealista
18. ...HASTA...la misma palabra una descripción de mi obra." EDITAR
19. PREGUNTA "lendo sobre lo que yo hago...HASTA...trabajo interior de
20. alguna manera."
21. LOC. 1. Autodidacta del lienzo y "plasmando
22. con el alma" como él mismo afirma,
23. Adrián Gutiérrez realiza todas sus
24. pinturas con el único sustento teórico
25. que ha tenido hasta ahora como
26. diseñador gráfico.
28. LOC. 2. De 1997 a la fecha, su obra ha
29. participado en un sinnúmero de
30. exposiciones, tales como: **Exposición**
31. **y Subasta Casa Hogar (1997),**
32. **Exposición y Subasta en beneficio del**
33. **Instituto Nacional de Pediatría,**
34. **(1998)...**

01. LOC. 1. Exposición individual Estudio
 02. Marco Beteta (1999), Exposición
 03. Colectiva en Galería Flores Puerto
 04. Vallarta, Jal. (2000), entre muchas
 05. otras.
06. LOC. 2. Asimismo y luego de que su muestra
 07. fuera elegida entre muchas otras como
 08. mejor obra latinoamericana, Adrián
 09. Gutiérrez ganó la oportunidad de
 10. participar en la exposición
 11. **Ventana Internacional del Artista**
 12. **Latinoamericano** celebrada este año en
 13. **Florenca, Italia.**
14. OP. ENTRA CHISPA MUSICAL. "2'11" p 28
 Track 4
15. LOC. 1. Si quieres conocer la obra pictórica de
 16. Adrián Gutiérrez te invitamos a que
 17. visites la exposición individual titulada
 18. "Sueños de un Artista".
18. LOC. 2. "Sueños de un Artista" se exhibe desde
 19. el 14 de septiembre y hasta el 2 de
 20. octubre en el edificio de la Lotería
 21. Nacional para la
 22. Asistencia Pública.
23. LOC. 1. Esto es en la Plaza de la
 24. Reforma, Col. Tabacalera.
25. LOC. 2. Asiste y conoce los singulares lienzos de
 26. un joven creador: Adrián Gutiérrez.
27. OP. SUBE MÚSICA Y ENTRA RÚBRICA.

Montecelo

6'18"

tres

01. LOC 2 Resulta una novela de gran actualidad en donde
 02. se exaltan, se critican o se ponen en evidencia
 03. los defectos o las virtudes de una criatura que
 04. somos todos.
05. LOC 1 Juliana Faesler y Clarissa Malheiros, creadoras
 06. de la puesta en escena **Frankenstein o el**
 07. **moderno Prometeo**, que se presenta en el
 08. teatro Santa Catarina, platicaron con
 09. Escaparate Cultural.
10. LOC 2 Acerca de la adaptación y la elección de la
 11. obra, Juliana Faesler, directora de la misma
 12. comentó:
12. OP ENTRA INSERT "Pues hace ya un buen rato, hace como tres años,
 13. Clarissa y yo que siempre trabajamos juntas, ella es actriz y yo soy
 14. directora de teatro, queríamos hacer algo que hablara un poco de la
 15. bioética, que es un tema muy actual. Uno de los temas más actuales y
 16. que se va a discutir mucho más en el futuro es la bioética, queríamos
 17. hablar sobre eso. Estuvimos buscando muchas cosas, finalmente se nos
 18. puso Frankentein enfrente y dijimos "claro este es el cuento que
 19. queremos contar, que tiene que ver con todo esto de lo que queremos
 20. hablar y además es una historia muy humana, el monstruo
 21. Frankentein, la criatura es parte, es un mito contemporáneo.
 22. ENTRA PUENTE MUSICAL.
23. LOC 1 **Frankenstein o el moderno Prometeo**, intenta
 24. recuperar, desde el titulo original, la novela de
 25. Mary Shelley y hacerle un homenaje ya que
 26. este año se cumplen 150 años de su muerte.
 dos

T-3
50

01. LOC 2 La idea era contar el cuento exactamente como
 02. lo contaba Mary Shelley y retomar, también, un
 03. punto de vista femenino, ya que todas las
 04. historias de Frankenstein, contadas por la
 05. filmografía, además de alterar la historia, son
 06. recontadas con un punto de vista masculino.
07. LOC 1 Lo que Juliana y Clarissa hacen con su
 08. adaptación, es retomar a la idea del cuento de
 09. una mujer, que es el cuento de la creación
 10. de Frankenstein.
11. LOC 2 Sobre esto, Clarissa Malheiros, quien
 12. personifica a la criatura agregó: 1:50"
13. OP ENTRA INSERT "Lo que distingue la novela de casi toda la
 14. filmografía de Frankenstein es justamente las razones que los cineastas
 15. encontraron par que la criatura acabara siendo un asesino, en todos los
 16. filmes hay una justificativa expresa de la maldad, porque el monstruo
 17. acaba por vengarse del doctor. En la novela de Mary Shelley no hay tal
 18. justificativa, el monstruo si es un ser bueno y los crímenes que suceden
 19. en su historia son crímenes llevados por la propia pasión humana,
 20. totalmente injustificados como es el propio impulso del ser humano de
 21. hacer guerras o matar a alguien o secuestrar o esta violencia que vive
 22. uno hoy en día. Entonces la novela de Mary Shelley es bastante más
 23. cruda, más realista en este sentido, que nos causa una sensación de
 24. espanto real, en el momento en que piensas que el monstruo no es un
 25. ser un absolutamente normal y bueno, entonces si te preguntas que lleva
 26. a un ser humano a devenir en un asesino un serie killer, como acaba
 27. siendo el monstruo. ENTRA PUENTE MUSICAL. tres
- T-9
30
1:20"

01. LOC 1 **Frankentein o el moderno Prometeo** es un
02. espectáculo visual, con pocos elementos, donde
03. la imaginación navega por varios espacios,
04. acompañada de un audiovisual que forma parte
05. de la narrativa.
06. LOC 2 **Frankenstein o el moderno Prometeo** es la
07. historia de Rousseau, “el hombre es
08. naturalmente bueno y la sociedad lo corrompe”,
09. esa era la preocupación de Mary Shelley, quien
10. escribió la novela a los 19 años.
11. LOC 1 En **Frankentein o el moderno Prometeo** la
12. búsqueda de identidad, la soledad, el rechazo y
13. el ser diferente constituyen parte fundamental
14. de la criatura, que en la búsqueda de un amigo
15. encuentra el rechazo, como un espejo.
16. LOC 2 Bajo la dirección de Juliana Faesler, actúan
17. Clarissa Malheiros, Liliana Flores y Jerildy
18. Bosch.
19. LOC 1 **Frankenstein o el moderno Prometeo**, se
20. presenta en el Teatro Santa Catarina, de
21. miércoles a viernes a las 20 horas, los sábados
22. a las 19:00 y los domingos a las 18:00 horas.
23. LOC 2 La entrada general es de 60 pesos y 30 a
24. estudiantes con credencial actualizada.
25. OPENTRA RÚBRICA DE SALIDA. *cuatro*

ESCAPARATE CULTURAL
TEMA: TEATRO
CÁPSULA: CONDOMINIO

01. OP. ENTRA RÚBRICA Y ENLAZA CON PUENTE MUSICAL

02. LOC. 1. Imagínate un ambiente de color,
03. fiesta, disfraces, alegría y creación
04. artística.

05. LOC. 2. Imagínate dos horas de recreo con
06. mojigangas, zanqueros y música de
07. viento afuera de tu departamento.

08. LOC. 1. (PAUSA) Pues, no imagines más porque la
09. Coordinación Nacional de
10. Animación y Cultura del
11. CONACULTA, en colaboración con el
12. Instituto Mexicano del Seguro
13. Social, lo han hecho realidad
14. para ti.

15. OP. ENTRA CHISPA MUSICAL

16. LOC. 2. Con el objetivo de difundir,
17. enriquecer y preservar las
18. tradiciones y la cultura nacional,
19. se ha reunido un grupo de artistas
20. escénicos que trasladan toda esta
21. fiesta, magia y sentimiento
22. a las unidades habitacionales.

23. LOC. 1. El espectáculo, conocido como:
24. Con-dominio del Arte, es
25. una verdadera verbena popular con
26. artistas destacadísimos y una
27. singular forma de mostrar su
28. capacidad creativa sin igual.

uno

01. LOC. 2. Jaime Vázquez, coordinador de
02. este evento, nos platica
03. como surge esta maravillosa idea.
04. OP. BAJA PUENTE MUSICAL QUE ENLAZA CON INSERT 1 desde
05. (la idea surge como algo necesario) hasta (en un sábado por la mañana)
06. LOC. 1. La fiesta surge con la intención de
07. mostrar algo fuera de lo común,
08. pero la idea parte de la tradición de los
09. carnavales de Semana Santa que se da
10. en los países de América Latina.
11. LOC. 2. Claro, agregándoles el alma ciudadina con
12. la intención de que en las marchas y
13. procesiones todo el pueblo participe.
14. OP. BAJA FONDO Y ENLAZA CON INSERT 2 desde (las bandas van
15. tocando música de pueblo...) hasta (que nos ayuden a las personas que
16. ahí asisten a consumir actividad cultural)
17. LOC. 1. Los artistas se han presentado ya en
18. algunas Unidades Habitacionales, pero
19. cómo fue la respuesta de la gente:
20. OP. BAJA FONDO Y ENLAZA CON INSERT 3 desde (una de las
21. reacciones más frecuentes es...) hasta (...los niños llevan a los papás y
22. nos acompañan en este carnaval)
23. LOC. 2. La última presentación será este 9
24. de septiembre en el Centro Cultural
25. Fausto Vega de la delegación Iztapalapa
26. con la participación del grupo Urbanda.
27. LOC. 1. El carnaval empiezan a
28. las 10 de la mañana y ésta es la última
29. presentación. Así que no te las pierdas...
30. es un espectáculo maravilloso.
31. OP. BAJA FONDO Y ENTRA RÚBRICA.

dos

01. LOC. 2 Porque para ellos la muerte es la
 02. inactividad, la no creación, temas que se
 03. expresan en su última creación discográfica
 04. *Miedo a Morir* 46
05. OP. ENTRA INSERT 2 desde () hasta () T-5
06. LOC. 1 Miedo a morir se presento hace unas
 07. semanas en la ciudad de México como un
 08. proyecto multimedia interactivo, que
 09. combina la música e imágenes que
 10. cierran el circulo del proyecto artístico de
 11. esta agrupación.
12. LOC. 1 El disco ya esta a la venta y lo puedes
 13. adquirir en el Tianguis Cultural del Chopo o
 14. directamente a los teléfonos de la compañía
 15. Orden Cister.
16. LOC. 2 El numero es 57-94-65-14. O envíales un
 17. e-mail, la dirección es
 18. *cister@rockmexicano.org.mx* Todo junto y
 19. con minúsculas.
20. LOC. 1 O comunicarte directamente con Alejandra
 21. y Daniel al 57-89-79-67, anota bien
 22. 57 89 79 67.
23. LOC 2 Mientras tanto les damos una probadita de
 24. su música. 136
25. OP: ENTRA RUBRICA. T-3 tres

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	MIÉRCOLES	VIERNES	VIERNES
6:55 a 7:00			Rúbrica			6:55 a 7:00
7:00 a 7:30			♪ ♪ ♪			7:00 a 7:30
7:30 a 8:00			Noticiero de Radio Francia Internacional			7:30 a 8:00
8:00 a 8:30			Radio UNAM		Informa	8:00 a 8:30
8:30 a 9:30			Plaza pública			8:30 a 9:30
9:30 a 10:30	Espacio Universitario en vivo					9:30 a 10:30
10:30 a 13:00			Música por entregas			10:25 a 13:00
13:00 a 15:00			Rocha en Radio UNAM			13:00 a 15:00
15:00 a 15:10			Corte Informativo de Radio UNAM			15:00 a 15:10
15:10 a 15:40			Revista informativa y cultural europea de Radio Francia Internacional			15:10 a 15:40
15:40 a 15:50			Escaparate Cultural			15:40 a 15:50
15:50 a 17:45			Música por entregas			15:45 a 19:00
17:45 a 18:00	Por el poder de los libros	Música sin fronteras				
18:00 a 19:00	Magacine en vivo	En el Espacio en vivo	En el Tiempo en vivo			
19:00 a 20:00			Panorama del Jazz			19:00 a 20:00
20:00 a 20:05			Corte Informativo de Radio UNAM			20:00 a 20:05
20:05 a 21:00	Debates en la Ciencia	Discrepancias con J. M. Valero y Miguel Velázquez en vivo	Discrepancias con Salvador Mtz. de la Roca en vivo			20:00 a 20:05
21:00 a 22:00	La Guitarra en el mundo	Tiempo de análisis en vivo	Clérigos, juglares y trovadores	Melomania	Pensamiento musical en la historia	20:30 a 21:30
22:00 a 23:00	Mundo sinfónico	Música perdida		Música perdida	Este programa en la OFUNAM	21:30 a 21:40
					Música abierta	21:40 a 22:30
					Este programa en la OFUNAM	22:20 a 22:30
23:00 a 1:00		Sentido Contrario en vivo	Música por entregas			22:30 a 1:00
1:00			HIMNO NACIONAL		Fin de transmisión	1:00

ABRIL 2002








* retransmisión



Programación Co-ordenada con AM y Onda corta

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgscs.unam.mx

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	Rúbrica		7:00 a 7:07
7:07 a 8:00			7:07 a 8:25
8:00 a 9:00	en vivo Goya deportivo	Esta semana en la OFUNAM	8:25 a 8:35
		Espacio de música para niños	8:35 a 8:55
		Cartelera de actividades musicales	8:55 a 9:00
9:00 a 11:00	Series musicales de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias	en vivo Hola Luis	9:00 a 10:00
		en vivo Domingo 7	10:00 a 12:00
11:00 a 12:00	Trovando para los niños		
12:00 a 12:05		Concierto OFUNAM 	12:00 a 14:30
12:05 a 13:00			
13:00 a 14:00			
14:00 a 14:50			
14:50 a 15:00	Esta semana en la OFUNAM		14:30 a 15:30
15:00 a 16:00	Sonidos de la Tierra	Concierto de la OFUNAM	15:30 a 16:30
16:00 a 17:00	El blues armonía	Concierto de la OFUNAM	16:30 a 17:30
17:00 a 18:00	Panorama del jazz	Concierto de la OFUNAM	17:30 a 18:30
18:00 a 19:00	Radio Etiopía	Concierto de la OFUNAM	18:30 a 19:30
19:00 a 20:00	Experimento	Concierto de la OFUNAM	19:30 a 20:30
20:00 a 20:10	Esta semana en la OFUNAM	Concierto de la OFUNAM	20:30 a 20:30
20:10 a 1:00	 OPERA	 LA HORA NACIONAL	20:30 a 22:00
			22:00 a 23:00
			23:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL.	Fin de transmisión	1:00


 Programación Cooperativa
con AM y Ondas cortas

<http://www.unam.mx/radiounam/>


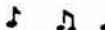







 Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsc.unam.mx

 Programación exclusiva
de FM

<http://www.unam.mx/radiounam/>

HORA	LUNES	MARTES			HORA
6:55 a 7:00			Rúbrica		6:55 a 7:00
7:00 a 7:30			♪ ♪ ♪		7:00 a 7:30
7:30 a 8:00			Noticiario de Radio Francia Internacional		7:30 a 8:00
8:00 a 8:30			Radio UNAM  Informa		8:00 a 8:30
8:30 a 9:30			Plaza pública		8:30 a 9:30
9:30 a 10:30	Espacio universitario en vivo	[Grayscale area]			9:30 a 10:30
10:30 a 11:30					10:30 a 10:40
11:30 a 12:00					10:40 a 12:00
12:00 a 13:00					12:00 a 13:00
13:00 a 15:00			Rocha en Radio UNAM		13:00 a 15:00
15:00 a 15:10			Corte Informativo de Radio UNAM		15:00 a 15:10
15:10 a 15:40			Revista informativa y cultural europea de Radio Francia Internacional		15:10 a 15:40
15:40 a 15:50			Escaparate Cultural		15:40 a 15:50
15:50 a 16:05			Cartelera de actividades musicales		15:50 a 15:55
16:05 a 16:30			[Grayscale area]		15:55 a 16:30
16:30 a 17:00	La Tinta de los Jueces	16:30 a 17:30			
17:00 a 17:30	Al pie de la letra	17:30 a 18:30			
18:00 a 19:00	El Mercurio	18:30 a 19:45			
19:00 a 20:00			Deslinda		19:00 a 20:00
20:00 a 20:05			Corte Informativo de Radio UNAM		20:00 a 20:05
20:05 a 21:00	Debates en la Ciencia	Discrepancias en vivo con J. M. Valero y Miguel Velázquez	Discrepancias en vivo con Salvador Mz. de la Roca	♪ ♪ ♪	20:05 a 20:30
21:00 a 22:00	La Guitarra en el mundo	Tiempo de análisis en vivo	Clerigos, juglares y trovadores	Melomania	Pensamiento musical en la historia
22:00 a 23:00	Mundo sinfónico	Música perdida	Música por entregas	Música perdida	Música abierta
23:00 a 1:00	♪ ♪	Sentido Contrario en vivo		♪	Esta semana en la OFUNAM
1:00			HIMNO NACIONAL		1:00
					Fin de transmisión

ABRIL 2002

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	Rúbrica		7:00 a 7:07
7:07 a 8:00			7:07 a 8:26
8:00 a 9:00	en vivo Goya deportivo	Esta semana en la OFUNAM	8:25 a 8:35
		Espacio de música para niños	8:35 a 8:55
		Cartelera de Actividades musicales	8:55 a 9:00
9:00 a 11:00	Series musicales de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias	en vivo Hola Luis	9:00 a 10:00
11:00 a 12:00	en vivo Trovando para los niños	en vivo Domingo 7	10:00 a 12:00
12:00 a 12:05		Concierto OFUNAM 	12:00 a 14:30
12:05 a 13:00			
13:00 a 14:00			
14:00 a 15:00	El musical	El musical	14:30 a 15:30
15:00 a 15:30	Peñón de	Peñón de	
15:30 a 16:00	Música popular alternativo	Temas de la trova yucateca	15:30 a 16:30
16:00 a 17:00			
17:00 a 18:00	Conexiones y fundaciones	Geminis y otros italianos	16:30 a 18:00
18:00 a 18:10	Esta semana en la OFUNAM		
18:10 a 1:00			18:00 a 21:30
			21:30 a 22:00
		LA HORA NACIONAL	22:00 a 23:00
		Alma de concreto	23:00 a 24:00
			24:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL		1:00

Programa en Concerto con Fidel

ABRIL 2002

*retransmisión

Programa en Concerto con Fidel