



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

“LOS USOS Y GRATIFICACIONES  
DE LA AUDIENCIA DEL PROGRAMA  
DE RADIO MUSICAL:  
“EL CLUB DE LOS BEATLES”  
(ESTUDIO DE RECEPCIÓN)”

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN (PRODUCCIÓN)  
PRESENTA:

OCTAVIO ORTEGA OJEDA



**ASESORA**  
MTRA. FRANCISCA ROBLES

MÉXICO, D.F. CD. UNIVERSITARIA 2005.



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.

*Dedicatorias:*

*“Para mi bisabuela y abuela:  
Eustaquia Luis y Amalia Gómez, respectivamente,  
que lamentablemente ya no están con nosotros,  
pero siempre las recordaré.”*

*“Principalmente para aquel ser inigualable, insustituible,  
aquella alma divina que ha luchado contra todo.  
Quien ha dedicado de su tiempo y sacrificio, y sobre todo,  
que no bastó con darme la vida, sino su amor,  
y que ha sido, para mí,  
la primordial causa de vivir y estar con ella a su lado:  
mi madre, la Sra. Alberta Ojeda Gómez.  
Gracias por todo. Este logro es más tuyo que mío.  
Te quiero.”*

*“Y para el Sr. Ladislao Ojeda: mi abuelo,  
aunque siempre lo he considerado más como un gran amigo y  
como un padre.”*

*"Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado.  
Un esfuerzo total es una victoria completa."  
**Mahatma Gandhi.***

*"Solamente aquel que construye el futuro tiene derecho a juzgar el pasado."  
**Friedrich Nietzsche.***

*"El sabio no se sienta para lamentarse, sino que se pone alegremente a su tarea de  
reparar el daño hecho."  
**William Shakespeare.***

*"El triunfo no está en vencer siempre, sino en nunca desanimarse."  
**Napoleón.***

*"De niño quería volar, de adolescente quería ser futbolista, hoy, de adulto, titularme,  
y de viejo, volver a vivir para de nuevo soñar."  
**Tavo Ojeda.***

# ÍNDICE

	Pág.
<b>PRÓLOGO</b>	6
<b>INTRODUCCIÓN</b>	11
<b>1. LA RADIO MUSICAL</b>	16
1.1. Relación entre la música y la radio	16
1.2. Elementos del lenguaje radiofónico	20
1.2.1. El sonido	21
1.2.2. Funciones y usos de la música dentro de la radio	24
1.2.3. Tipos de usos de la música en radio	26
1.3. Función y estructura de la radio musical	30
1.3.1. La programación musical	34
1.3.2. Emisoras o programas musicales	38
1.4. El perfil del radioescucha en una emisión musical	42
1.5. Recursos dentro de la radio musical	43
1.5.1. Recursos técnicos	43
1.5.2. Recursos humanos	48
1.6. El papel de la radio en México (reseña introductora a “El Club de los Beatles”)	52
<b>2. EL VIAJE MÁGICO Y MISTERIOSO DE “EL CLUB DE LOS BEATLES”</b>	61
2.1. El gran submarino que ha transportado a “El Club de los Beatles”	61
2.1.1. Radio Éxitos	65
2.1.2. Universal Stereo	67
2.2. El largo y sinuoso camino	69
2.3. El propósito	76
2.3.1. Entretener	77
2.3.2. Informar	78
2.4. La producción	80
2.5. Los protagonistas	84
2.5.1. Adolfo Fernández Cepeda (la voz universal)	85
2.5.2. Manuel Guerrero Magaña	87
2.5.3. Enrique Rojas	88
2.6. El perfil del programa	89
2.7. Interacción con el público radioescucha (usos y gratificaciones)	91
<b>3. MODELO TEÓRICO DE LOS “USOS Y GRATIFICACIONES”</b>	96
3.1. Aspectos teóricos de los “usos y gratificaciones”	97
3.2. Usos: entretener e informar	115
3.3. Gratificaciones: recordar y atraer	123

	Pág.
<b>4. EL RADIOESCUCHA Y SU INTERACCIÓN CON “EL CLUB DE LOS BEATLES”</b>	129
4.1. Esquema metodológico	130
4.1.1. Modelo de entrevista con base en “El Club de los Beatles”	134
4.1.2. Manual de códigos	136
4.1.3. Manual de variables	140
4.2. El perfil del radioescucha	142
4.3. Determinación de resultados	151
4.4. Observaciones finales	157
4.5. Estructura final de los principales “usos y gratificaciones” del público radioescucha hacia “El Club de los Beatles”	160
 <b>CONCLUSIONES</b>	 162
 <b>ANEXOS</b>	 166
Anexo I (recursos técnicos)	167
Anexo II (cuadro de rangos de los radioescuchas)	175
Anexo III (fotografías con Manuel Guerrero y Enrique Rojas)	183
 <b>GLOSARIO</b>	 186
 <b>FUENTES DE CONSULTA</b>	 191

## PRÓLOGO

(*One... two... three... four...*) es así como comienza la primera canción del primer álbum oficial del grupo musical más famoso de la época contemporánea: los Beatles, y que también fuera por mucho tiempo, la melodía, utilizada como rúbrica, que diera inicio a la emisión del programa radiofónico musical: "El Club de los Beatles", y a su vez, además, de muchos programas o documentales acerca del grupo. Por lo tanto, también sería idóneo que este trabajo de investigación empezara de la misma forma, aunque esta vez, de manera escrita.

Todo comenzó en agosto de 1996, mes que ingresé a la *prepa*, cuando por casualidad, sintonizaba, una por una, estaciones de radio de todo el cuadrante radiofónico. En aquel instante, al escuchar unos segundos una de aquellas estaciones, llamó mi atención, ahora, por dicha razón, la escucho siempre, desde esa fecha hasta hoy en día.

El motivo principal de esta explicación, fue el haber escuchado solamente una de las canciones de aquel grupo musical dentro de su emisión exclusiva perteneciente a su emisora que lo difunde: "El Club de los Beatles" y Universal Stereo, respectivamente.

Con base en dicha causa, poco a poco con el paso del tiempo, fue mi interés por el programa de radio, sobre todo en su soporte musical, el cual es el que más llama su atención, aunque por otro lado, no se excluyen los otros contenidos abordados: noticias, información, datos, etc.

Asimismo, de manera personal, como una inquietud, me ha permitido saber y averiguar la historia, trayectoria musical, biografía de cada integrante, etc., de los Beatles, considerando que hay muchas fuentes de información acerca de ellos, y entre éstas, se encuentra precisamente, el programa de radio.

Por otro lado, al estar interesado en todo lo relacionado con los Beatles y ser un apasionado de ellos, así como conocer más de su música e interpretarlas, asistir eventos, como el acudir a uno de los conciertos de Paul McCartney cuando vino a México en el año 2002, nunca imaginé, que el programa de radio contara con más de cuarenta años en haberse difundido por primera vez.

Al saber esta información, mi gusto por el programa, mi fascinación a la música de los Beatles, entre otros puntos relacionados, tuve posteriormente el interés e inquietud de realizar un trabajo que se relacionara con el grupo musical. No sabía cuál y cómo hacerlo. Más adelante, se presentó una gran posibilidad en un gran momento, con la realización de un trabajo de investigación para la titulación en licenciado en Ciencias de la Comunicación: la tesis profesional.

Fue así, la causa primordial, de llevar a cabo en este preciso momento, dicho trabajo de investigación en relación con los Beatles, y a su vez, los involucrara detalladamente en cada día, emisión, horario, etc. Con ello, me refiero precisamente al programa radiofónico: "El Club de los Beatles".

Debido al tiempo de transmisión del programa, historia, fundamento, contenido, etc., que lo daré a conocer más adelante, provocó en mí la aspiración de realizar una investigación relacionada con toda su estructura, la cual, haya llamado la atención del público radioescucha, y éste, demuestre su agradecimiento en informarse y entretenerse con base en los Beatles. Por tal motivo, y al considerarme un radioescucha más del programa, elaboré un estudio de recepción del mismo: a su público radioescucha que lo sintoniza.

Dentro de esta última cuestión, quiero señalar el fenómeno causado por el programa hacia el público radioescucha, de seguir todavía escuchando al grupo musical, el cual lleva, más de treinta años de separación, y lo más impresionante, que parte de este público, sean jóvenes y niños.



Dichas razones ya mencionadas, fueron la inquietud y propósito de efectuar el desarrollo de esta indagación, la cual me permitió saber muchas cosas desconocidas y a la vez interesantes, y así, considerarlas dentro del repertorio personal hacia los Beatles.

Por lo tanto, voy a explicar y dar a conocer, en su momento, la información relacionada con el tema principal de esta tesis profesional, donde las distintas fuentes de información fueron de mucha utilidad para el desarrollo de esta investigación y permitieron concluir los objetivos principales en dicho trabajo.

Todo esto no fue tan fácil, pero con mucha paciencia, entrega, dedicación, sacrificio, y sobre todo, gusto, se pudo llegar hasta su culminación. Por otro lado también, no se puede concluir un trabajo como este cuando no hay apoyo de la gente, y en esta labor, fue necesario la participación de personas que contribuyeron en él, y por lo tanto, merecen un reconocimiento y agradecimiento por su participación.

Ante el apoyo incondicional para el desarrollo y conclusión de esta tesis, quiero agradecer principalmente al Sr. Manuel Guerrero, conductor de "El Club de los Beatles", por haberme ofrecido su tiempo para proporcionarme la información relacionada con el programa de radio y darlo a conocer en este trabajo de investigación.

De igual forma, agradezco al Sr. Adolfo Fernández Cepeda (la voz universal) por concederme algunos datos importantes, a través de su correo electrónico, acerca de la historia del programa de radio.

A Enrique Rojas, también conductor del programa, por otorgarme información de apoyo en relación con el espacio radiofónico de los Beatles. A Luis Gerardo

Zavala, locutor del IMER, por informarme acerca de los inicios de difusión de los Beatles en la radiodifusión mexicana.

Aunado a ello, quiero agradecer al profesor Luis Carrasco García por haber participado en este trabajo con base en la información proporcionada acerca de la producción radiofónica de la radio musical, y además, por brindarme su apoyo académico durante mi formación profesional.

Asimismo, agradezco la participación de mi compañera y más que amiga Diana Neri, principalmente, por estar a mi lado en todo momento de la carrera y por haberme ayudado en la realización de los cuestionarios que el público radioescucha contestó, así como también a ellos por su participación e información personal sobre el programa, y así, poder llevar a cabo el procedimiento de esta investigación.

En cuanto a la revisión y asesoría de este trabajo, también es indispensable agradecer al jurado por haber colaborado en él, y mostrando su interés para que finalmente su procedimiento sea propicio: al profesor Seymour Espinosa, a la profesora Amparo Ruiz Del Castillo, a la profesora Rocío Avendaño Sandoval, al profesor Rubén Santamaría, así como también, a la Mtra. Francisca Robles, mi asesora de tesis.

Además, quiero agradecer a todas aquellas personas que confiaron en mí para la realización de este proyecto, como en este caso, a mi gran amigo Mario Alberto Jiménez (el "Rostro") que, gracias a su gusto por los Beatles, nos volvimos inseparables, y por otra parte, también me brindó su tiempo para la conclusión de este trabajo.

A mi madre, la Sra. Alberta Ojeda Gómez, que al no dudar en mí, no bastó con darme la vida, sino también haber permitido formarme académicamente en la escuela y dar todo de su sacrificio para alcanzar mis objetivos y metas principales.

De la misma manera, no puedo dejar de lado la importancia y preocupación puesta en mí por parte de cada integrante de mi familia, en este caso, mis tíos, los hermanos de mi madre: Concepción, Isabel, Elena, Adrián y José, como además, a mi abuelo, abuela y bisabuela de quienes aún guardo en mente sus consejos y, uno que otro, jalón de oreja.

A la UNAM, que desde el bachillerato en la preparatoria #8 hasta la licenciatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, me dio la gran oportunidad, de contar con una buena formación académica y culta, y de conocer gente, entre los cuales hay compañeros y amigos que todavía conservo y frecuento: Diana Neri, Lizeth Rosas, Paola Garduño, Fernando Rosales, Juan Carlos Nava, Mario Alberto Jiménez, Fernando Hernández, Jorge Arturo Sánchez, entre otros, sin excepción.

Para finalizar toda esta explicación, no sin antes de dar inicio a esta tesis, quiero mencionar algo importante: "si los Beatles, mucho antes de que yo naciera, fue el grupo sensación del momento, y hoy en día lo es para mí, no habrá, ahora, otro grupo musical que lo supere, a menos de que pase mucho tiempo, después de haber yo existido".

## INTRODUCCIÓN

La radio es un medio de comunicación muy importante para la sociedad, ya que su uso, su necesidad, su fortaleza de alcance, entre otros elementos, le permiten contar con un gran número de preferencia del público, sin importar su clase social, condición económica, nivel de escolaridad, edad, entre otros aspectos.

Por lo tanto, dentro de una transmisión de radio podemos hallar una gran variedad de espacios radiofónicos donde se abordan muchos temas en específico, los cuales van de información en general hasta el entretenimiento. De acuerdo con el género informativo o musical de la emisora, los espacios se van estructurando por programas de radio en los que se tratan temas específicos de contenido, ya sea de un programa hablado o musical.

De alguna forma, son dos los principales géneros empleados en la radio: el hablado y musical, el primero se divide en subgéneros debido al número de temas variados y que son abordados, ya que van en relación con los géneros periodísticos: entrevista, nota informativa, reportaje, etc. En cuanto al género musical, como su nombre lo indica, se compone principalmente de la música, y en ella, el uso de la palabra es reducida.

En muchas ocasiones, en relación con el género musical, se realizan programas exclusivos del intérprete o de un grupo, donde se informa y da a conocer su biografía, obra, información de actualidad, el contenido apropiado, entre otros. A este tipo de emisiones se le denomina programas especiales.

Con base en esta breve explicación, dentro de los usos de la radio en informar y entretener al público radioescucha, éste último, al interactuar con un espacio, emisión, programa, estación, etc., se encontrará comprometido en sintonizar el

espacio radiofónico de su preferencia por sus principales servicios ofrecidos en él. Aquello, sin importar el programa o espacio abordado: musical o hablado.

Asimismo, en muchas ocasiones, dependiendo de la demanda de los radioescuchas por un programa de radio, éste permanecerá por mucho tiempo al aire, debido a su contenido, el cual se vuelve una necesidad personal para los receptores.

Ante esta breve explicación, han sido fuentes de investigación: estudiosos e investigadores dentro la gama de la comunicación que han estudiado, explicado y mostrado los resultados con procedimientos metodológicos, y que han permitido dar a conocer trabajos sobre este medio de comunicación, la radio.

En México, no es la excepción que sectores del público radioescucha muestren preferencia a un programa, emisora o espacio radiofónico de su primordial atención y preferencia.

Dependiendo de la estructura total en los espacios radiofónicos, ya sea musical o hablado, influirá en su duración, la cual puede ser de mucha trascendencia o de corta vida, pues, el público radioescucha llamará o perderá su atención con sus comentarios, opiniones, o simplemente, en dejarlo escuchar.

Por lo tanto, hay un claro ejemplo dentro de la difusión de programas radiofónicos en todo el Valle de México, que ha marcado época e importancia por radiodifusores y radioescuchas, sobre todo, con muchos años de transmisión. Se trata del programa de radio musical: "El Club de los Beatles", con más de cuarenta años de haber surgido, ha llamado la atención de su público, fan de los Beatles, y que a su vez, ha generado nuevos fanáticos del grupo musical.

Con ello, al adentrarme en la explicación de los objetivos de este trabajo, y ser una inquietud personal en esta investigación, fue el estudiar a la audiencia del programa de radio, a la que se le realizó un estudio de recepción con la respectiva explicación de los resultados obtenidos.

Ante este hecho, el estudio de recepción o de la audiencia de "El Club de los Beatles", programa transmitido por la emisora del Grupo Radio Centro, Universal Stereo, es el tema principal de esta tesis, lo que en este caso, corresponde a estudiar solamente el procedimiento final de la interacción dentro del estudio de la comunicación, el receptor (el público radioescucha).

Debido a esto, considero que es un factor muy importante saber y explicar el porqué el público radioescucha del programa se encuentra ávido de seguir escuchando la música de los Beatles en un espacio radiofónico, si después de mucho tiempo, dicho grupo ha desaparecido, aunque es significativo mencionar que surgió y tuvo su trascendencia en la década de los sesenta.

Aunado a ello, el objetivo de este trabajo está en coincidir principalmente en la hipótesis del mismo, la cual, finalmente, tuvo relación con los resultados obtenidos, estudiados y explicados de la audiencia del programa: "El público radioescucha que sintoniza el programa "El Club de los Beatles" no dejará de escucharlo porque se sienten atraídos por la vida y obra de los Beatles, que de alguna manera, les permite recordar épocas pasadas, y al mismo tiempo, atrae a las nuevas generaciones, teniendo en cuenta que dicho programa, es fuente de entretenimiento y de información acerca del grupo".

Asimismo, en el desarrollo de este trabajo, se tomó en cuenta el uso de una metodología que, de acuerdo con su procedimiento, logró su fin y señaló las principales necesidades mostradas por la audiencia de "El Club de los Beatles", y así, estuviera relacionada con el estudio de los medios de comunicación masiva,

establecida y utilizada en este trabajo de investigación: la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios.

Además, se dispuso de la realización de cuestionarios en relación con el programa para que los radioescuchas del mismo lo respondieran, y así, comprobara la hipótesis y resolviera el estudio de este trabajo de investigación. El número de cuestionarios realizados fueron 443.

De acuerdo con los lineamientos tomados en cuenta para el desarrollo de esta tesis, se dispuso de la utilización de cuatro capítulos, los cuales, se desarrollan y explican con base en el tema principal, así como también, aspectos fundamentales en relación con el programa de radio, y que a continuación mencionaré.

Para dar a conocer, principalmente, a un programa de radio como “El Club de los Beatles”, donde en él se refleje su interés por parte del público, fue necesario abordar un capítulo el cual tratara de la radio de manera musical, y en él, se mencionen los elementos, funciones y recursos disponibles incorporados en la radio musical y se encuentren dentro del programa radiofónico de los Beatles.

Claro que en este capítulo, el primero, se abordará la música y la radio, y además, se explicarán los elementos incorporados en el lenguaje radiofónico dentro de la radio musical, sus usos y sus funciones. También se hará mención de una programación musical: objetivos y estructura, y de algún modo, se explicarán los recursos técnicos y humanos hallados en una emisora o programa musical como “El Club de los Beatles”.

En el segundo capítulo se explica, de manera general, al programa de radio “El Club de los Beatles”, tomando en cuenta un antecedente histórico de las dos emisoras de radio que lo han difundido, así como también, el grupo radiofónico al que pertenece. Esta información fue proporcionada por el Sr. Manuel Guerrero,

conductor de la primera emisión del programa y que lleva aproximadamente diez años elaborando en aquel espacio.

De igual forma, en el mismo capítulo, se explican los elementos que estructuran al programa de radio, como: el propósito de su emisión, el empleo de su producción y de cómo se componen, así como también mencionar a sus principales protagonistas (conductores) que han utilizado el micrófono del programa.

Para el tercer capítulo, se toma en cuenta el desarrollo de la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios. Esta teoría, será abordada para relacionar su estudio con el programa y su audiencia, y que se atribuya metodológicamente con el objeto de estudio de todo el trabajo.

Por último, el capítulo cuatro está distribuido, a través de una metodología, por los resultados obtenidos por el público radioescucha del programa al ser entrevistado, donde cada pregunta se representa mediante gráficas y éstas permiten su explicación.

Asimismo, los resultados conseguidos por medio de los radioescuchas se relacionan, dentro de este mismo capítulo, con el desarrollo de la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios, considerando también las observaciones finales presentadas en cada gráfica correspondiente a los principales usos y necesidades del radioescucha al programa de radio.

Es así, como se conforma la estructura de este trabajo de investigación, lo que permite cumplir sus objetivos basados fundamentalmente en la hipótesis y aprobara su validez, y con ello, dé a conocer la importancia de un programa de radio que ha perdurado gracias a su público, buscando en él, la información y el entretenimiento, para recordar y atraer la música y vida de los Beatles.



## CAPÍTULO 1. LA RADIO MUSICAL

La importancia de abordar este capítulo consiste en dar a conocer un panorama amplio de los elementos, funciones y recursos con que cuenta la radio musical donde se puedan ver su estructura y su composición que influyen, tanto en una emisora o programa musical, como en una emisora solamente hablada.

Por lo tanto, considero la importancia de este capítulo, así como también su funcionalidad, sus objetivos, desarrollo, etc., que se involucren en la realización de un programa musical de radio, como el de "El Club de los Beatles", y sea atractivo para el público radioescucha.

### 1.1. Relación entre la música y la radio

La relación entre la música y la radio es fundamental, ya que en éste último, siempre se requiere en sus producciones y realizaciones<sup>1</sup> del empleo de la música, y de ésta, su uso es indispensable porque ambienta, recrea, etc., a la producción radiofónica y al receptor.

Por lo tanto, es de gran interés el armado musical de un programa de radio, ya que la música desempeña una función muy importante en las emisiones radiofónicas: ejecuta clima y carácter, así como además: comentario, diálogo, descripción, sugerencia, imágenes auditivas, entre otros recursos.<sup>2</sup>

Entonces, la percepción de las formas sonoras musicales establece un gran número de sensaciones como una base creadora de imágenes auditivas, que

---

<sup>1</sup> En radio, la producción se refiere a la idea dentro de un proyecto radiofónico y la realización, se refiere a la ejecución de esa misma idea en una grabación o transmisión radiofónica.

<sup>2</sup> Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. El guión-la realización. CIESPAL. Quito, 1994, pág. 411.

dentro del simbolismo de la música, halla en la radio, su auténtica caja de resonancia y su auténtico ámbito perceptivo.<sup>3</sup>

Por eso mismo, a la música se le considera como la más pura personificación de la radio, y este medio electrónico, ha sido el más beneficiado de las influencias: soporte y medios de reproducción que da a un nuevo lenguaje musical<sup>4</sup>. Por lo tanto, ante lo antes mencionado es conveniente hablar un poco de la música y de la radio por sí solos.

De alguna forma, la música ha jugado un papel muy importante a lo largo de la historia de la humanidad, siendo que ésta misma se haya dividido en una gran cantidad de estilos para diferenciar ritmos, épocas y sobre todo, caracterizar regiones del mundo.

De acuerdo con Rafael Beltrán, en su libro titulado *Ambientación musical*, la música como un medio expresivo de ambientación, se divide en tres características: música objetiva, música subjetiva y música descriptiva.<sup>5</sup>

- *Música objetiva*: es aquella que participa en la acción de forma real y sin posibilidad de exclusión. Cualquier elemento reproductor de música puede aparecer en la narración en vivo y tiene que sonar tal como es, con un sonido y características propias. Estilo, época, timbre, etc.
- *Música subjetiva*, también sugestiva: es la que expresa o apoya una situación emocional concreta, creando el ambiente anímico que no es posible reproducir por medio de la imagen y la palabra.

---

<sup>3</sup> Balsebre, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra. España, 1994, pág. 89.

<sup>4</sup> *Ibidem*, pág. 92.

<sup>5</sup> Beltrán, Rafael. *Ambientación musical*. Instituto Oficial de Radiotelevisión Española. Madrid, 1991, pág. 31.

- *Música descriptiva*: es aquella que por su forma de composición y sus características tímbricas nos proporciona la sensación de un efecto o situación natural.

Más adelante, se desarrolla un apartado relacionado con estas explicaciones de la música y su vínculo con la radio que permite ambientar, escenificar, crear, etc., un producto radiofónico.

Por su parte, la radio, aquel medio de comunicación que conocemos, y mediante el cual podemos escuchar un sin fin de programas de todo tipo, tiene tres funciones que cumplir: informar, educar y entretener, y por ende, sus programaciones deben de agruparse en tres tipos, informativos, educativos – culturales y de entretenimiento.<sup>6</sup>

De alguna manera, la radio, aquel aparato receptor, lo podemos sintonizar en cualquier parte donde nos encontremos, ya que además de ser muy barato, su recepción llega muy rápida y al mismo tiempo a mucha gente, demostrando así, una ventaja que ningún otro medio de comunicación puede ofrecer.<sup>7</sup>

La única desventaja que puede diferenciar la radio de otro medio de comunicación electrónico es que su mensaje es unisensorial. Solamente podemos percibir su comunicado a través del sonido, o sea, al oírlo o escucharlo mediante el oído.

Queda claro, que la materia prima de la radio y su único soporte comunicativo es el sonido, del cual, el requerimiento de difundir los mensajes llega precisamente por la vía auditiva<sup>8</sup>, y por lo tanto, de alguna forma, la radio, evoca imágenes.

---

<sup>6</sup> Kaplún, Mario. *Op.Cit.*, pág. 19.

<sup>7</sup> *Ibidem.*, pág. 25.

<sup>8</sup> Marchamalo, Jesús y Miguel A. Ortiz. *Técnicas de comunicación en radio*. Paidós. España, 1994, pág. 23.

El público radioescucha que sintoniza la radio, dependiendo de su atención a un espacio radiofónico, se le denomina una persona activa o pasiva, pues en la primera, consiste en centrar toda su atención y concentración hacia el mensaje, y en la segunda, en todo lo contrario.

La radio, entonces, es un instrumento muy importante que nos beneficia en lo absoluto, sobre todo al informarnos de cualquier hecho o acontecimiento, y también sirve para entretenernos, y de nosotros sólo corresponde conocerlo y usarlo bien. Según Mario Kaplún, a la radio se le denomina un arte y una técnica.<sup>9</sup>

Por lo tanto, a pesar de que la radio informa y comunica un gran número de temas, también no sólo se compone de la palabra, sino además, de la música y de otro tipo de sonidos.<sup>10</sup>

A esto, si se le agrega a la radio un buen empleo del lenguaje musical, abre caminos insospechadamente exuberantes hacia el procedimiento de la comunicación radiofónica que, dentro este medio, enriquece dicho lenguaje.<sup>11</sup>

Igualmente, debido a su antigüedad, su bajo costo y lo demás ya mencionado acerca este medio, permite al público radioescucha continuar, probablemente, sobrepasar más su uso que de los otros medios de comunicación, permitiendo así, un gran alcance a muchas comunidades y sociedades.<sup>12</sup>

Al considerar todo lo que se ha mencionado con base en la música y la radio de manera individual, la música radiofónica no se superpone a la imagen, sino que la suplanta. "La música es imagen en la radio".<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Kaplún, Mario. *Op. Cit.*, pp. 49-50.

<sup>10</sup> *Ibidem*, pág. 62.

<sup>11</sup> *Ibidem*, pág. 63.

<sup>12</sup> Alva de la Selva, Alma Rosa; María Antonieta Rebeil e Ignacio Rodríguez. *Perfiles del cuadrante*. Trillas. México, 1991, pág. 15.

<sup>13</sup> Balsebre, Armand. *Op. Cit.*, pág. 105.

En cualquier momento, al sintonizar la radio, podemos percibir que en cada fragmento de un programa musical, de debate, de opinión, noticiario o incluso en un *spot*<sup>14</sup>, el uso de la música siempre se encuentra incluida, permitiendo generar un ambiente de creatividad y de atención al receptor.

En cualquier programa de radio se debe de tomar muy en cuenta el uso de la música. En el desarrollo de la producción radiofónica, la música es una vital herramienta, y sobre todo, es un elemento creativo que le va dar interés a su emisión.

## 1.2. Elementos del lenguaje radiofónico

Antes de pasar directamente con los elementos que constituyen al lenguaje radiofónico, es fundamental establecer, primero, lo que este lenguaje significa y de cómo se compone.

El lenguaje radiofónico se compone principalmente de: la voz (palabra), efectos sonoros y de la música que, entre sí, son aplicados a través del resultado de un determinado número de normas y transformaciones entre los que se encuentran códigos pertenecientes dentro de los estudios de la lingüística.<sup>15</sup> Para tener un panorama más claro acerca del lenguaje radiofónico, Armand Balsebre, menciona una definición precisa de dicho lenguaje:

“El lenguaje radiofónico 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 determinado por el conjunto de recursos técnico-expresivo de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioescuchas.”<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> *Spot* significa un anuncio o comercial difundido en radio.

<sup>15</sup> *Ibidem*, pp. 24-26.

<sup>16</sup> *Ibidem*, pág. 27.

Por otro lado, el lenguaje radiofónico no solamente se basa en la expresión de sonidos (música, efecto y voz). Dicho lenguaje es el instrumento que posibilita la difusión, por ejemplo, de noticias con mayor rapidez o una radionovela con gran dramatismo.<sup>17</sup>

Al considerar lo antes mencionado, se puede establecer que el lenguaje radiofónico es el soporte primordial dentro de la radio, demostrándose así, un auténtico instrumento de comunicación y expresión que le da soporte a la producción radiofónica mediante el sonido.

### 1.2.1. El sonido

El sonido es la materia prima de toda la radio en general<sup>18</sup>, y por lo tanto, por medio de él, al transmitir sensaciones, conceptos o representaciones, nosotros, como receptores, codificamos una serie de signos y generamos imágenes establecidas o situaciones<sup>19</sup>, y los distintos niveles de percepción e interpretación son presentados por aquel código comunicativo.

El sonido, en términos físicos, es una sensación que perjudica al órgano de la audición, o sea, el oído. Es producido por el movimiento ondulatorio o vibratorio de la materia entre 16 mil y 20 mil vibraciones por segundo, y se extiende por medio de: el aire o el agua. Por lo tanto, para que el sonido se desarrolle, éste necesita de un recurso.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, pág. 29.

<sup>18</sup> De Anda, Francisco. *La radio*. El despertar del gigante. Trillas, México, 1997, pág. 363.

<sup>19</sup> Marchamalo, Jesús y Miguel A. Ortiz. *Op. Cit.*, pág. 67.

<sup>20</sup> De Anda, Francisco. *Op. Cit.*, pág. 363.

Al ser el sonido un creador de sensaciones como es con la música, sus vibraciones de ésta estimulan un establecido tipo de sensaciones anímicas, que se demuestran comúnmente en la práctica de los receptores.<sup>21</sup>

De acuerdo con el lenguaje radiofónico, antes explicado, se compone de tres elementos en relación con el sonido: sonido voz, sonido música y sonido efecto, que a continuación se describen.

- *Sonido voz*

También se le conoce como el lenguaje de la voz, porque además de la palabra, lo que cuenta es la intención de quien emite la voz a través de la dicción y el matiz. Además, se encuentra la multiplicación de posibilidades expresivas por medio de sonidos no articulados en palabras que, en el contexto cultural del individuo, poseen significación concreta.

- *Sonido efecto-ruído*

Es el que desagrade al oído, principalmente el ruido, lo arremete y lo estima, permitiendo así a dicho ruido articular la realidad auditiva del sonido con la imagen o idea del individuo y objeto emisor. También puede aclararse, en conjunto, que el sonido efecto-ruído es la síntesis de un nuevo lenguaje en la radio.

- *Sonido música*

El sonido música es la expresión subjetiva del hombre a través de la ordenación de sonidos articulados, que sirve para crear el lenguaje musical.

---

<sup>21</sup> Dentro de las técnicas de reproducción sonora en la radio, debido a las transmisiones en vivo o las transmisiones grabadas, el sonido representa dos tipos del mismo en la radio: el instantáneo y el grabado. *El sonido de la radio*. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. UAM, IMER, Plaza y Janés. México. 1988, pág. 35.

Para desarrollar un correcto manejo del lenguaje musical dentro de una producción radiofónica, es importante conocer que la música está integrada por cuatro elementos: ritmo, melodía, armonía y timbre, y a continuación explico.

- *Ritmo*: es el elemento primario de la música y se recrea de la percusión, marcando el tiempo musical y el compás. Le da forma a la melodía y a la armonía que une las partes en un todo. Físicamente los sentidos se pueden medir y pueden responder con el movimiento del cuerpo.
- *Melodía*: es el segundo elemento constitutivo de la música, siendo la que atrae de manera más amplia. Es la línea musical que guía nuestro oído por medio de su composición.

Es el hilo conductor de una historia que se cuenta, puede ser rápida o lenta y fuerte o suave. Su utilización en los medios, además de sus posibilidades ambientales y características, se encuentra en sus cadencias o frases musicales que son los puntos de reposo de la melodía.

Estas frases no sólo permiten una separación gramatical, sino la posibilidad de la utilización estética de la música, al eliminar los cortes bruscos. La melodía no funciona de manera independiente.

- *Armonía*: se le denomina la estructura de la música, la organización total de tonos, de forma que se traduzca en orden y unidad. Además, es la profundidad de la música e introduce la impresión del espacio musical.
- *Timbre*: es el último elemento de la música, a través del cual, podemos reconocer al agente emisor del sonido, permitiendo también, diferenciar la voz humana, así como al género masculino.



Sin embargo, después de explicar los tres elementos que conforman el sonido dentro del lenguaje radiofónico, se podría integrar otro cuarto elemento: el silencio, el cual se le considera como la ausencia predeterminada del sonido, y puede determinar al oyente una marcación de expectación o inquietud de una tensión dramática, aportando significados concretos a la secuencia sonora.<sup>22</sup>

### 1.2.2. Funciones y usos de la música dentro de la radio

Después de haber explicado, de manera específica, los elementos que conforman el lenguaje radiofónico y los que en él se encuentran, tanto el sonido como la música, es momento de describir la funcionalidad y los usos que compone precisamente la música.

A partir de los elementos conformados en la música: ritmo, melodía, armonía y timbre, podemos generar en aquélla, una función específica que, al combinarse entre sí dichos elementos, de alguna forma particular e inconsciente, nos crea una gama de imágenes sonoras. Las funciones que a continuación se van tratar son las siguientes: gramatical, expresiva, descriptiva, reflexiva y ambiental.<sup>23</sup>

- *Función gramatical*

A esta función se le considera también, en términos gramaticales de un escrito, como un signo de puntuación. Por ejemplo, en programas de noticias o hablados, dicha función sirve para separar secciones o bloques que en ellos se manejan.

Asimismo, la función gramatical puede señalar la finalización de un tema y obliga a pasar a otro, como el dar o hacer un “respiro”, tanto al emisor (conductor o locutor), como al oyente.

---

<sup>22</sup> Marchamalo, Jesús y Miguel A. Ortiz. *Op. Cit.*, pág. 73.

<sup>23</sup> Kaplún, Mario. *Op. Cit.*, pp. 167-173.

En los programas de dramatización radiofónica, dicha función musical ayuda a separar escenas, y además, puede indicar una transición de tiempo o cambiar de lugar.

De alguna forma, la función gramatical es el punto y aparte, la cual, marca las distintas divisiones en que se encuentra compuesta la emisión y sirve también para diferenciar la división de una emisión a otra. Todo esto funciona para separar ideas, conceptos, párrafos, entre otros elementos.

- *Función expresiva*

Como su nombre lo indica, expresa las emociones del ambiente llevadas a cabo. La función suscita un clima emocional para provocar en el oyente una determinación que identifica una emoción o un estado de ánimo.

Es decir, por ejemplo, en una radionovela cuando en una escena se trata de evocar la añoranza, la función expresiva de la música se manifiesta con un fondo musical melancólico.

- *Función descriptiva*

El papel primordial de la función descriptiva, dentro de la música, es la descripción de paisajes en el interior de un lugar que los haga engalanar o lo vista, siempre y cuando se refiera a un lugar en específico o a una época determinada.

Por ejemplo, si queremos evocarnos a una época pasada, utilizaremos dicha función con una música de aquella época. Si queremos trasladarnos a un lugar de cualquier país, podemos emplear una música típica de aquella región.

- *Función reflexiva*

Esta función musical, sólo sirve para que el oyente reflexione acerca de lo que acaba de escuchar dentro de una radionovela o de un reportaje, permitiendo hacer esta acción antes de continuar la exposición o la historia. De tal forma, los fragmentos musicales pueden ser largos y lentos con la intención de hacer llegar al punto de reflexión de lo que se está tratando.

- *Función ambiental*

Esta función, como su nombre lo indica, sirve para ambientar una escena, la cual en una radionovela, por ejemplo, la música ubica la atmósfera donde se esté llevando a cabo la acción dentro de la historia. Es decir, si el acto se presenta dentro de una cantina, la música de ambiente sería el sonido musical de una *rocola* que está reproduciendo música popular, al tratarse de un corrido, o en la escena se ubicara a un conjunto musical interpretando aquel tipo de música.

Además, esta función musical, podría ser uno de los cuatro tipos de planos utilizados dentro del montaje del sonido en la producción radiofónica, que por un lado, ayuda a ambientar, y por otro, a ubicar al personaje dentro de una escena. Esto, también beneficiaría al oyente al situarlo en el lugar donde se esté llevando la acción.

### 1.2.3. Tipos de usos de la música en radio

Dentro de la producción radiofónica y de su lenguaje, se puede especificar y utilizar el tipo de música para identificar una entrada o salida de un programa cualquiera de radio: musicales, de noticias, de opinión, radionovelas, entre otros.

Asimismo, el uso de la música puede estar establecido dentro de los programas para ubicar y marcar al auditorio una pausa, una secuencia de tiempo, etc., indicando, el cambio de nota o de noticia y que comúnmente se utiliza en los espacios informativos, ya sea como el " *teasser*"<sup>24</sup> de los noticiarios.

Cabe señalar, que cada fragmento musical se compone de la siguiente manera y que a continuación se describirán: sintonía, careta, indicativo, ráfaga, golpe musical, cortina musical, puente musical, colchón musical, chispa, mezcla, tema musical y cierre musical.

- *Sintonía*

También conocida como rúbrica. Es el tema musical y principal de una emisión que da inicio a un programa, demostrando así, una identidad propia y de identificación.

Algunos programas de radio han utilizado por mucho tiempo sus rúbricas con el fin de que sus espacios sean reconocidos e identificados por su auditorio. El programa musical de radio: "El Club de los Beatles" empleó por mucho tiempo como rúbrica, en los inicios de sus emisiones, la canción de los Beatles: "La vi allá", la cual es también, la primera canción del primer álbum oficial de dicho grupo.

- *Careta*

Es la sintonía o rúbrica que incluye los créditos fijos de los participantes o colaboradores de una emisión o programa.

---

<sup>24</sup> Como en radio y televisión, el *teasser*, es la introducción de las principales noticias que se abordarán en el noticiario cuando éste comienza.

- *Indicativo*

Es la intervención musical muy breve que recuerda al programa o a la emisora, y se interpone en una melodía que está al aire cuando el intérprete no está cantando. Esto, también sirve para evitar el registro de las canciones y que sean difundidas en otros espacios radiofónicos de escaso material musical.

- *Ráfaga*

La ráfaga es el fragmento musical breve que dura aproximadamente cinco segundos, que de manera particular, denota una transición de tiempo.

- *Golpe musical*

Como su nombre lo indica, es un fragmento musical más limitado que los demás, y que da sentido a un subrayado o una acentuación dentro de un discurso o un informe.

- *Cortina musical*

Dentro del contexto teatral, la cortina sirve para montar otra escena dentro de una obra de teatro, prohibiendo al público ver el cambio del material y del decorado. Así también es la función de la cortina o cortinilla en la radio.

Es un fragmento musical que dura aproximadamente diez segundos. Su funcionalidad consiste en separar un tema de otro como lo es también, separar escenas y bloques. Cabe señalar que la cortina musical se asemeja a la función gramatical, ésta última, explicada con antelación.

- *Puente musical*

Es el que separa un tema de otros bloques, indica una transición de tiempo o un cambio de lugar e intenta unir dos ideas. En el puente musical no sería idóneo utilizar solamente un pequeño fragmento de música para su uso, sino un fragmento entero de poca duración.

- *Colchón musical*

También conocido como pista. Es un tema o una serie de temas musicales de fondo continuo.

- *Chispa*

Es el fragmento musical muy breve que dura aproximadamente dos segundos de la misma música.

- *Mezcla*

Mezcla o fundido es la transición de dos temas musicales distintos al combinarse entre sí. Es decir, el primer tema es sustituido por otro tema musical, y durante este procedimiento, se mantienen al mismo tiempo por un instante, disminuyendo y aumentando lentamente su volumen al salir y entrar, respectivamente. En términos de producción de radio, a este procedimiento se le denomina: "*cross fade*" o "*fade mix*".<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Cervantes, Cristina y Maximiliano Maza. *Guión para medios audiovisuales*. Cine, radio y televisión. Alhambra Mexicana. México, 1994, pág. 381.

- *Tema musical*

Es la melodía que identifica y caracteriza a un personaje, a un grupo o una situación y comúnmente se utiliza en el desarrollo de una radionovela, describiendo así, el espacio y tiempo de una acción.

- *Cierre musical*

Es la salida del programa, como si se tratara de una sintonía final, la cual cierra una emisión más. En algunos casos, el cierre musical es el mismo fragmento de la rúbrica que abre el espacio, pero se especifica como un cierre musical.

En el programa de radio: "El Club de los Beatles" su salida o sintonía final, correspondiente al cierre musical, fue por mucho tiempo, que al igual como lo fue con su rúbrica, la canción "Regresa" de los Beatles, y última de su último álbum.

Como se pudo explicar, no solamente un programa hablado o emisora carece completamente de la música, ésta, en cualquier parte es fundamental, ya que al depender de cualquier tipo de producción o programación, se encuentran obligados al uso de la música con las funciones ya mencionadas, aunque por otro lado también, se trate de una programación musical general.<sup>26</sup>

### 1.3. Función y estructura de la radio musical

Después de haber mencionado las funciones, los tipos, la forma de cómo se compone el lenguaje radiofónico con base en el sonido y que éste involucra en la música, es momento de describir las funcionalidades y la estructura que componen la radio musical.

---

<sup>26</sup> *El sonido de la radio. Op. Cit.*, pág. 48.

De acuerdo con Luis Carrasco, productor y realizador de radio y profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPS) de la UNAM<sup>27</sup>, la función principal que muestra la radio musical es la de “privilegiar la música sobre cualquier otro tipo de contenido, y de alguna manera, permitir al radioescucha entretenerse y divertirse”.

Él comenta, que la radio musical desempeña dos funciones. La primera consiste en el desarrollo de toda producción radiofónica, la cual es el elemento que sirve para armar un mensaje o un producto comunicativo. La segunda función consiste en ofrecer esparcimiento y entretenimiento, permitiendo así conocer los distintos géneros musicales existentes en la radio y en el mundo.

Debido a la cotidianidad de las mañanas, la mayoría de los espacios radiofónicos están compuestos de programas hablados. La radio musical está más disponible en las tardes y en las noches, permitiendo al público radioescucha: relajarse, animarse, etc., después de tener una larga jornada con información de noticias, entrevistas, etc., a diferencia de la programación hablada difundida en radio por las mañanas.

Dentro de la estructura compuesta en la radio musical es, por supuesto, la inclusión de música, dependiendo del género musical de la emisora o del espacio; la intervención del locutor en turno con base en proporcionar datos de las canciones y comentarios; fondos musicales, cuando el locutor esté comentando al mencionar datos interesantes al público, entre otros.

Por otra parte, en la estructura de los programas hablados se desempeña el uso de la radio musical, pues se encuentra dentro de la realización de cápsulas

---

<sup>27</sup> Carrasco, Luis (profesor de la FCPS de la UNAM y productor en radio). *La radio musical*. Entrevista personal. Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica. Coyoacán. México, D.F., 30 de julio, 2004.



informativas, reportajes, etc., con el apoyo de fragmentos musicales, dándole así, presencia e interés al producto.

Como es de suponerse, pareciera que el tiempo total de la música en la radio musical es del 100%, pero evidentemente no. Hay otras actividades que se llevan a cabo en este tipo de radio: información, intervención con el público, llamadas telefónicas al aire, etc. Un ejemplo de ello, es la combinación de la música, noticias, comentarios, información en general, difundidas en la estructura del programa musical de radio "El Club de los Beatles".

Otro de los ejemplos más claros en la radio musical y mucho interviene el conductor para explicar con gran atención las canciones, el grupo o artista con datos biográficos y con base en la carrera discográfica, es el programa llamado "La Sobremesa" que conduce Jaime Almeida en Radio Fórmula 1470 de AM, en el cual él demuestra un amplio conocimiento musical que le permite hablar detalladamente del solista o grupo, y del tipo de género que se trate.

Por su puesto que dichos ejemplos, antes mencionados, no son los únicos. Hay una gran cantidad de programas musicales donde intervienen los locutores y se desempeñan en hablar y hacer cualquier tipo de comentario, y así también los hay cuando se invita a un cantante a la cabina de radio y se establezca un diálogo con el conductor del espacio para comentar, por ejemplo, su biografía, su nuevo disco o sus próximas presentaciones del intérprete.

Por otro lado, cabe señalar que la radio asume dos tipos de géneros en toda su expresión radiofónica, y uno de ellos, se divide en subgéneros o formatos radiofónicos, mientras el otro no se fragmenta y queda por sí solo: el hablado y musical, respectivamente.

Los formatos disponibles dentro del género hablado de la radio son los siguientes: noticiarios, programas de entrevista, programas de opinión, de debate, de reportajes, etc., éstos en cuestión informativa, y de dramatización, radionovela, etc., dentro del entretenimiento radiofónico.

En este preciso momento, si hago saber más el género hablado y no musical, es porque el primero también requiere del uso de la música en el desarrollo y ejecuciones de todas sus producciones radiofónicas.

Se debe tomar en cuenta que en un programa hablado cualquiera, la música es un recurso en su desarrollo, por citar un ejemplo, en dar el inicio y final de una emisión, una pausa breve dentro de una información, ambientación en una escena, entre otros. Todo esto anteriormente se explicó con los tipos y funciones de la música en la producción radiofónica.

Sin importar el género radiofónico empleado en la radio, siempre se requiere del uso de la música para que su producto dé una buena presentación y elegancia, llamando así la atención del radioescucha.

Por lo tanto, el lenguaje musical es uno de los lenguajes humanos más importantes que puedan existir, y en él, se debe tener una amplia intensidad expresiva y emotiva, por ejemplo, en la separación de bloques de textos que son marcados en un guión radiofónico, mostrando una buena perspectiva dentro de la comunicación radiofónica.<sup>28</sup>

Asimismo, dependiendo de cualquier programa de radio, el armado musical es de suma importancia, ya que la música en una emisión, permite imprimir un clima y un carácter que son indispensables, pues a la vez: comenta, habla, describe,

---

<sup>28</sup> Kaplún, Mario. *Op. Cit.*, pp. 62-63.

sugiere y por medio de ello, suscita en nosotros, una gran evocación de imágenes auditivas.

### 1.3.1. La programación musical

Dependiendo del formato musical de una emisora, y tal vez de sus recursos disponibles como el material discográfico, su estructura va a depender de una buena programación musical<sup>29</sup>. Aunque, en lo personal, influye también el perfil del radioescucha a quien va dirigido el tipo de música.

Hoy en día, en algunas ocasiones, las radiodifusoras musicales de mucha trascendencia se dedican a un sólo tipo de programación, permitiendo así, satisfacer las expectativas de los radioescuchas que demandan a las emisoras radiofónicas por el éxito demostrado en sus programaciones.<sup>30</sup>

Esto, quiere decir también, que para las estaciones de radio, ya sea de formato hablado o musical, el principal producto de su programación y ésta sea la idónea, es la música, de tipo específico en su selección<sup>31</sup>, para apoyar al producto representado.

En primera instancia, la presentación de la música en la programación musical se contempla de una gran lista de melodías registradas, dando acceso directo a la fonoteca, la cual contiene una gran cantidad de volúmenes disponibles para hacer una programación, y que tan sólo en un día completo no alcanzarían a programar todos los discos.

---

<sup>29</sup> De Anda, Francisco. *Op. Cit.*, pág. 411.

<sup>30</sup> Norberg, Eric. *Programación radiofónica: estrategias y tácticas*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 1998, pág. 5.

<sup>31</sup> *Ibidem*, pág. 69.

De acuerdo con el tipo de música de la emisora, aquella gran lista de discos y por supuesto de melodías, la fonoteca se clasifica por los tipos de géneros musicales que dependen dentro de su estación musical, y que cada género tenga una cierta relación con el otro.

Dentro del desarrollo de la programación musical, ésta se presenta con base en *cuadretas* y de la *programación expansiva*. La *cuadreta* como su nombre lo indica, está conformada por cuatro melodías, y se clasifica de la siguiente manera:<sup>32</sup>

1. *Éxitos*: está conformado por los diez primeros lugares en la lista de popularidad.
2. *Catálogo*: se conforma por las piezas musicales que darán perfil a la programación de la estación. Al especificar este género, se refiere a todas aquellas melodías que en años anteriores, estuvieron de moda.
3. *Novedad-éxito*: se compone por tres piezas musicales nuevas que se promueven, y van incluidas con las melodías que se encuentran del lugar 11 al 50 o 60 de la lista de popularidad.
4. *Catálogo*: otra vez el uso de este género.

Sin embargo, dependiendo del criterio personal del programador, la *cuadreta* no es tomada muy en cuenta y regularmente demuestra un desajuste dentro de su estructura.

Por otro lado, la programación expansiva es utilizada en la tarde o en la noche cuando ya se disminuyeron los comerciales, y por lo tanto, el aumento de melodías por hora va en aumento. Su propósito consiste en conservar los primeros lugares

---

<sup>32</sup> De Anda, Francisco. *Op. Cit.*, pág. 411.

sobre el mismo ritmo de repetición, cuya finalidad, evita su saturación. Así, a la *cuadreta* se le agregan una o más categorías, llamándose *quinteto* o *sexteto*.<sup>33</sup>

1. Éxito
2. Catálogo
3. Catálogo
4. Novedad-éxito medio
5. Catálogo
6. Catálogo

No obstante, se debe destacar que dentro de una programación musical existe también lo que comúnmente se le conoce "*chayo*" o "*payola*"<sup>34</sup>, y consiste en otorgar dinero por parte de una compañía discográfica a la emisora de radio para permitir la difusión de melodías en cada momento, y cuyo fin permite promocionar al o los intérpretes pertenecientes a esa compañía.

Por otro lado, algunos espacios musicales dan la oportunidad a que el público radioescucha pida su melodía favorita y luego se transmita al aire. Con ello, se ve el rompimiento de la programación musical, y esto sucede también, en los espacios musicales que realizan concursos de votación en vivo entre el público para elegir sus canciones.

Asimismo, los radioescuchas solicitan con mucha frecuencia las melodías que más les llama su atención o las de moda, y por lo tanto, dependiendo del formato de la estación de radio, se debe de estar al tanto de las últimas tendencias de todo

---

<sup>33</sup> La *cuadreta* se plantea cuando intervienen de 10 a 12 melodías por hora, mientras que la *sexteta* se debe emplear cuando intervienen de 16 a 18 melodías por hora.

<sup>34</sup> *Chayo* y *payola* son el mismo término, pero el primero es empleado para medios impresos y el segundo en radio.

tipo y que involucre a la difusión de la música, como: tendencias culturales, películas, canciones, intérpretes, modas, etc.<sup>35</sup>

El programador musical es aquella persona que también se le denomina musicalizador, el cual debe poseer un amplio conocimiento musical y más si se tratara de una emisora que difunde no solamente un género musical, sino varios (*ver recursos humanos, pág. 48*).

De igual manera, para una buena programación musical, esta labor se debe tomar muy en cuenta, sobre todo en la selección de las piezas musicales, y que entre ellas, exista una buena combinación de melodías que permitan al público radioescucha una gratificación influida por una buena programación donde también el conductor, con sus conocimientos del tema, los satisfaga.<sup>36</sup>

De acuerdo con Luis Carrasco, el éxito de una estación musical es el saber programar muy bien por parte del musicalizador, ya que además la música se puede programar por géneros, décadas, grupos, estilos, etc., permitiendo al público radioescucha conocer la distribución establecida en la música.

Los géneros musicales que predominan de manera común en la radio son los siguientes: rock, instrumental, romántica, clásica, ranchera, tropical, folklórica o *world music*, quebraditas, grupera, salsa, pop y cumbia<sup>37</sup>, y dentro de cada género se pueden diferenciar por épocas, estilos, ritmos, etc.

Al considerar el tipo de emisora musical donde nada más se incluye la música, le corresponde solamente difundir un género musical en específico, claro que dentro de éste también se divide en subgéneros, y un ejemplo de ello lo podemos

---

<sup>35</sup> Norberg, Eric. *Op. Cit.*, pág. 75.

<sup>36</sup> *El sonido de la radio. Op. Cit.*, pp. 72-74.

<sup>37</sup> Santana, Sandra. *La radio y sus recursos: el locutor de FM en el DF en los 90's*. Tesis de ciencias de la comunicación. UNAM-FCPS, CU, 1998. pág. 26.

observar en las estaciones gruperas que transmiten más de dos géneros musicales: banda, tropical, baladas, etc.

### 1.3.2. Emisoras o programas musicales

- *Objetivo*

Si nos enfocamos de manera directa en los objetivos de una emisora o de un programa musical que difunden en todo su contenido a la música, simplemente corresponde a la transmisión y difusión de este elemento, y va depender del género musical incorporado a la estación de radio.

Si se trata de un programa musical y en él se tenga que informar con base en el intérprete o grupo musical, la labor dentro de la emisora y del programa, es dar a conocer cualquier tipo de dato, ya sea biográfico, discográfico o noticioso del artista.

Cabe mencionar, que al difundirse la música del intérprete, se tiene que hablar de él, comentando, dando puntos de vista de sus éxitos, grabaciones, etc., así como también en algunos casos, mencionar las próximas presentaciones, respectivo lugar y fecha donde se presentará el cantante o grupo que pertenece el invitado.

Aunque, por otro lado, es muy común en cualquier emisora de radio o programa, incluir en sus espacios musicales, comentarios ajenos a lo que se está llevando a cabo en el momento, pero, en veces, no afecta en absoluto en la programación de la emisora.

Por supuesto, también el objetivo de un espacio musical, es el entretener a los radioescuchas, así como además, proporcionar datos interesantes de los

intérpretes, como es el caso del programa de radio musical: “El Club de los Beatles”, que lleva la secuencia: entretener e informar con la música e información respectiva.

- *Estructura*

Si nos basamos de nuevo en la estructura de una emisora o de un programa musical, retomaría otra vez, el uso empleado de la radio musical: insertar la música en una programación y la intervención del locutor o comentarista, siendo las bases principales de una emisora musical sin importar su género.

Por otro lado, para tomar más en cuenta, tanto la difusión de la música como la intervención del locutor, la emisora o programa musical, deben de componerse de una gran fonoteca, ya que es el factor esencial para expresar la música con el uso del material discográfico.

Hoy en día, la computadora desempeña un papel muy importante en cualquier estación de radio musical o hablada. La difusión de la música también se realiza por medio de este dispositivo y poco a poco va dejando de lado el uso de los discos y de los reproductores de música ajenos a la computadora (*ver recursos técnicos, pág. 43*).

La programación musical forma parte de las estructuras que componen dentro de una emisora de música, que como se había mencionado, es una guía que está predispuesta antes de su horario y la música está de manera ordenada y seleccionada para difundirse.

Sobre todas las cosas, tanto una emisora como un programa musical, deben de componerse de varias fuentes a su alcance, y enriquezcan también el espacio con la proporción de información recopilada de libros, revistas, o incluso, de periódicos.



Además, se debe considerar la participación del operador técnico en el desarrollo de la emisión, ya que de él, en gran medida, depende la difusión general y que ésta salga del todo bien y a tiempo. Los asistentes también participan, como en la asistencia telefónica para atender las llamadas de los radioescuchas (*ver recursos humanos, pág. 48*).

- *Desarrollo*

Durante el desarrollo en una emisora musical se debe contemplar, en primera instancia, la selección de la música que el programador musical o musicalizador esté a cargo y haya realizado.

Después el conductor, antes de salir al aire, debe informarse de los intérpretes expuestos y señalados en la barra programática musical. En tal caso, debe buscar la información necesaria en las fuentes que la emisora tiene, y así, ampliar datos importantes de los artistas con sus comentarios.

Si se tratara de un programa especial, ya producido o grabado, planeado en preproducción<sup>38</sup> y se tuviese que transmitir al aire, se debe considerar ante todo un guión que permita a los conductores seguir la secuencia del programa especial abordado.

Por supuesto, que para la realización de un guión radiofónico se debió haber consultado un gran número de fuentes para desarrollar el tema principal a efectuarse. El guión, también debe señalar las indicaciones correspondientes que hagan ampliar el uso de la producción radiofónica: efectos, voces y los usos de la música.

---

<sup>38</sup> Se debe señalar que los procedimientos correspondientes dentro de la radio son tres: preproducción, producción y posproducción. El primero le corresponde a la planeación e idea de un proyecto, el segundo, la grabación o realización del mismo, y el último, a la edición o montaje final de toda la labor.

Para realizar eventos exclusivos llevados a cabo por la emisora dentro o fuera de sus instalaciones, se deben realizar trámites con anticipación que influyen, tanto a la emisora, como a la empresa radiofónica a la que pertenece. Su solicitud de permiso consiste en la fecha, lugar, horario, etc., para efectuar los eventos, y además, el requerimiento del material necesario: unidad móvil, antena, micrófonos, consola de audio, personal humano, entre otros.

Asimismo, la emisora debe de reservar los espacios que concede la empresa radiofónica, en este caso, los estudios de grabación y transmisión, así como también, la previa invitación de los radioescuchas a sus eventos.

Debido a esto, la estación de radio tiene la obligación de presentar a sus invitados (músicos y cantantes) de una manera más formal y anticipada sin extenderse en tiempos de logísticos en el estudio, para ello, la emisora debe de contemplar con anterioridad: el número de micrófonos, circuitos especiales, el equipo técnico y humano necesario, etc., que satisfaga y no afecte al invitado.<sup>39</sup>

En algunos casos, cuando las emisoras quieran interactuar con el público, al transmitir la emisión fuera de las instalaciones, se realiza el mismo procedimiento con la petición del material respectivo<sup>40</sup> y trasladar, en ocasiones, una pequeña cabina transparente donde se llevará a cabo la emisión de la estación.

Después de todo, es conveniente que la transmisión de un programa musical no sea de corta vida, porque cualquiera de estos espacios se puede popularizar y

---

<sup>39</sup> McLeish, Robert. *Técnicas de creación y realización en radio*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. España, 1986, pág. 214.

<sup>40</sup> Para la realización de este procedimiento, las estaciones de radio que interesen en llevar a cabo cualquier salida o evento, los responsables, de antemano, tienen que tramitar oficios de igual manera, para el préstamo del equipo a utilizarse, señalando específicamente, el motivo, lugar, horario, etc., permitiendo así, llevar un control de coordinación con las demás emisoras de la misma empresa que también requieran del uso del material. Este procedimiento lo lleva a cabo el personal administrativo de la emisora interesada, que con el consentimiento de la gerencia se hace la petición al personal encargado de las radiodifusoras, y éste, al personal encargado del material.

atraer a los radioescuchas, permitiendo que “rejuvenezca” y comience a dar frutos, pues con el paso del tiempo, su contenido forme parte del entretenimiento para el público.<sup>41</sup>

#### 1.4. El perfil del radioescucha en una emisión musical

Para que el público sea fiel a una estación de radio se debe contemplar el rango de edades que determina al radioescucha de una emisora o un programa musical. Lo anterior se clasifica de la siguiente manera:<sup>42</sup>

- Niños: hasta de 12 años
- Adolescentes: de 13 a 17 años
- Jóvenes: de 18 a 22 años
- Adultos jóvenes: de 23 a 30 años
- Adulto contemporáneo: de 30 a 45 años
- Adultos mayores: de 60 años en adelante

Dependiendo de la preferencia del radioescucha por una estación musical, le corresponde un rango de edad en específico, debido a que también las estaciones se caracterizan por su género musical y éste influye en el interés de cada persona.

De alguna forma, los géneros musicales, al ser clasificados y difundidos en distintas emisoras, establecen rangos culturales, educativos, sociales, edades, entre otros, en relación al público radioescucha debido a su interés y preferencia personal.

---

<sup>41</sup> Kaplún, Mario. *Op. Cit.*, pág. 273.

<sup>42</sup> Información proporcionada por la clase de Técnicas de producción y realización radiofónica impartida por el profesor Luis Carrasco de la FCPS, UNAM, correspondiente al séptimo semestre de la carrera de ciencias de la comunicación, semestre 2003-1.

## 1.5. Recursos dentro de la radio musical

En toda emisión radiofónica, se deben considerar al material humano y al técnico para su realización y producción. El recurso humano se encargará de ejecutar las indicaciones que conllevan al procedimiento de una emisora. El recurso técnico es la herramienta principal utilizada por el personal humano que éste requiere para el desarrollo práctico de la emisora.

### 1.5.1. Recursos técnicos<sup>43</sup>

Los recursos técnicos de la radio están constituidos por sistemas establecidos, y estos sistemas, se conforman de la siguiente manera: instructivos, manuales de procedimiento, políticas, organigramas, reglamento interno de trabajo y contrato de ley para los Trabajadores del Instituto de la Radio.<sup>44</sup>

Con respecto a la producción radiofónica, considero que es importante destacar la labor de los recursos técnicos que permiten la ejecución de la emisión, y que ésta a su vez, llegue con la mejor calidad posible al radioescucha, lo que despertará en él un interés de manera conciente y personal. Los recursos técnicos son los siguientes:

- *El estudio o cabina de radio*: el desarrollo de las transmisiones de radio, operaciones y ejecuciones, se realizan desde un estudio o cabina de radio. Éste se divide en dos áreas independientes, ubicadas una frente a la otra y son separadas por un cristal transparente, permitiendo ver en ambos lados. Entre las dos áreas no existe la menor transmisión de algún sonido.

---

<sup>43</sup> Para mayor información y detallada de los recursos técnicos de la radio, se recomienda consultar el Manual de producción radiofónica de Lynne S. Gross y David E. Reese de la editorial Alambra.

<sup>44</sup> Santana, Sandra. *Op. Cit.*, pág. 34.

Parte del estudio está establecido, por un lado, por la cabina de locución, en la cual se ubican los micrófonos donde el locutor, comentarista e invitados hacen uso de la palabra. Por otro lado, la cabina de control de operación se encuentra integrada por las herramientas técnicas necesarias para la emisión del mensaje, y el operador técnico, junto con el realizador, productor y asistente, se encargan de realizar sus funciones y guiar el procedimiento de transmisión.<sup>45</sup>

- *Consola*: mezcladora o consola es la pieza primordial del equipo en cualquier instalación de producción radiofónica, pues amplifica, regula y mezcla el sonido proveniente de los demás aparatos, por lo que cuenta con varias entradas conectadas a los micrófonos, grabadoras, reproductores, tornamesas, líneas telefónicas, entre otros.
- *Micrófono*: en términos técnicos, es un transductor que transforma la energía sonora en energía eléctrica, y que le da al sonido, fidelidad, volumen y calidad. Existen por lo menos cuatro tipos de micrófonos: micrófono dinámico, el más utilizado; unidireccional, recibe el sonido de una sola dirección; bidireccionales, recibe el sonido de dos direcciones distintas; y omnidireccionales, que recibe el sonido de todas direcciones.
- *Tornamesa*: aunque ya no es muy común ver este aparato dentro de una cabina de radio, es el equipo donde en él gira un disco de vinil<sup>46</sup>, transformando sus vibraciones en energía eléctrica y reproduciendo música o efectos en una emisión. Su dificultad de uso depende de la responsabilidad del operador técnico.

---

<sup>45</sup> Ante esta explicación, cabe señalar que también hay cabinas de transmisión radiofónica con los procedimientos de locución y operación integrados en el mismo lugar, donde el locutor, puede desempeñar la función del operador al mismo tiempo, y viceversa.

<sup>46</sup> Disco de 7 pulgadas de diámetro de 45 RPM o de 12 pulgadas de 33.3 RPM.

- *Reproductor de CD*: es aquella unidad equipada que reproduce los discos compactos y desempeña otras funciones ventajosas que un reproductor casero no logra hacer, por ejemplo, el almacenamiento de la *perilla cue*<sup>47</sup> que permite al operador adelantar y atrasar el CD o detener los *tracks* de manera automática cuando finalicen.

Por lo menos, dentro de una emisora musical, es recomendable contar con dos reproductores de CD, pues esto permite al operador, con uno de los reproductores, tener listo el siguiente *track* con la *perilla cue*, mientras en el momento se esté difundiendo al aire otra melodía con el otro reproductor.

- *Grabadora de casete*: conocida en radio como *deck*, es aquel aparato que produce y graba cualquier tipo de audio, ofreciendo una mejor calidad de grabación a comparación de las grabadoras comunes. Su uso es más frecuente para grabar programas exclusivos o de importancia de la emisora. El casete, empleado en dicho aparato, es el que comúnmente conocemos.
- *Grabadora DAT*: es un grabador y reproductor digital de casetes, el cual permite producir y recibir el sonido de manera digital con una alta fidelidad de pureza y claridad de sonido. Esto se debe a su nombre (*Digital Audio Tape*) que le permite aplicar sus cualidades de uso sin afectar el número de copias en relación con la pérdida de fidelidad del sonido.

La ventaja de este aparato, con base en su composición integrada, puede seleccionar una canción en específica de la cinta, lo que también

---

<sup>47</sup> Es el control del reproductor de CD que permite al operador encontrar el punto exacto donde comienza la pista o *track* musical.

le permite al operador mover el casete DAT hacia atrás o adelante –sea el caso- hasta el comienzo de la siguiente canción. Además, se pueden grabar y juntar más de dos elementos predispuestos para que al operador le resulte más fácil su uso antes de que salgan al aire.

- *Reproductor de Minidisc:* es aquel aparato que produce y graba cualquier sonido, permitiendo captar y producir, sea el caso de su uso, de manera digital el sonido. Su sistema de grabación y reproducción consiste de un disco pequeño de 2.5 pulgadas similar al de una computadora y permite almacenar aproximadamente 74 minutos de música. Su uso frecuente es la producción de programas de cualquier contenido ya editados.
- *Computadora:* hoy en día, las estaciones de radio cuentan como herramienta principal a la computadora, ya que en este aparato se encuentra almacenada mucha información de reproducción radiofónica y su uso es considerable en toda la programación del día.

Los comerciales, los indicativos de la emisora, el himno nacional, etc., están almacenados dentro del disco duro de la computadora, y cuando se requieran en su momento, son buscados y seleccionados para su difusión al aire.

Asimismo, la computadora guarda una gran cantidad de realizaciones y producciones ya hechas para el requerimiento, si es necesario, de una nueva edición, como si se tratara de un documento almacenado en un procesador de palabras.

- *Cartuchera:* son aquellas grabadoras y reproductores de cinta magnética que vienen en cartucho, la cual su sistema de rotación es sobre su

mismo eje, haciendo que la cinta rueda en una forma "sin fin". Su característica esencial es que lleva una señal electrónica y hace que, al comenzar el sonido de la grabación, la cinta se detenga automáticamente y quede lista para reproducir lo grabado de ahí en adelante.

Además, dicha cartuchera le permite disparar con mucha velocidad una serie de programas muy cortos o que se utilicen con mucha frecuencia, como indicativos, cortinillas o golpes sonoros, sin necesidad de buscar y posicionar cada uno de los cortes.

- *Magnetófono*: también conocido como reproductor de cinta de carrete abierto, es el aparato que produce y graba cualquier tipo de audio, trabaja a velocidades distintas, esto es, dependiendo de su tipo de requerimiento.

En algunas estaciones de radio ya es poco frecuente ver el uso de este aparato, ya que en su mayoría, es reemplazado por los reproductores de DAT, la computadora y el reproductor de Minidisc. Aunque es más usual en grabaciones de programas pregrabados.

- Instrumentos para reproducir y grabar en ellos (*minidisc, CD's, casete DAT, casete, cinta de carrete abierto, cartuchos, etc.*): son aquellos artículos para reproducir y grabar cualquier tipo de audio, y dependiendo de sus necesidades de cada uno, es tomado en cuenta para su funcionamiento.

Algunos instrumentos como el casete de audio o cinta de carrete abierto fueron de gran importancia, aunque todavía muy poco se utilizan. Sin embargo, el casete DAT, CD y minidisc, son más requeridos



hoy en día, pues captan una gran cantidad de reproducción y grabación en fidelidad de sonido. Dependiendo de su uso, es utilizado.

- *Escaleta*: es una documentación que, de alguna manera, facilita información técnica y textos para la presentación de programas o inserciones. Asimismo, permite llevar un control delimitado de lo que se efectuará en una producción de un programa en vivo y con su respectiva señalización del tiempo en cada sección abordada.
- *Guión*: en radio, es más común utilizar un guión técnico que un guión literario, ya que el primero se compone de indicaciones técnicas que le permite al locutor, operador, productor, etc., llevar una secuencia específica y precisa para la realización de un programa.

Para programas grabados dentro de la radio musical, como serían las presentaciones especiales de cualquier intérprete u otro tema, es necesario la realización de un guión previo antes de la grabación, claro que anteriormente se debió haber consultado la información básica para realizar el contenido del guión y por medio de él, se grabe la información, música, etc., y finalmente editado para difundirse al aire.

#### 1.5.2. Recursos humanos

Para el manejo de los recursos técnicos, ya mencionados, se necesita la colaboración del personal humano que pueda ejecutarlos y aplicarlos, ya que son los encargados de llevar a cabo este procedimiento de trabajo en una producción radiofónica, y en ella, diseñen, ideen, generen, etc., una buena presentación de calidad en cualquier tipo de emisión a tratar.



- *Gerente*: es el responsable general de una emisora, y por medio de él, se planifica, se ejecuta, etc., cualquier tipo de eventos relacionados con la estación radiofónica a cargo, como: presentaciones, conciertos, etc., y al mismo tiempo también se encarga de la administración de la estación, reuniones con los ejecutivos responsables de la empresa o grupo radiofónico, con la intención de ver acuerdos, cambios, entre otros, tanto de la empresa como de la emisora.

Asimismo, dentro de sus funciones, está la de administrar los recursos humanos, materiales y financieros para la operación de la radiodifusora, además de representar a la estación ante autoridades, instituciones y particulares, con el fin de establecer convenios de colaboración con las organizaciones o instituciones adecuadas para la producción de series, programas, espacios, etcétera.

- *Productor/ director/ realizador*: se utilizan tres términos indistintamente para nombrar al responsable creativo del programa radiofónico, el cual se encarga de planear, organizar, seleccionar, crear y realizar una emisión, y coordina el funcionamiento, tanto de recursos humanos, como de los técnicos.

La importancia de este puesto radica en coordinar todo el equipo de trabajo, como en la repartición de labores al personal participante en la emisión. Claro que esto, dentro de la radio musical, corresponde a la realización de programas especiales que requieran de una preproducción de trabajo. Por lo mismo, cualquiera de los tres puestos se encarga de la creación de rúbricas, cortinillas, identificaciones, entre otras funciones de la música incluidas en una producción.

- *Operador de audio:* es el encargado del manejo de los equipos técnicos. Responsable de grabar las señales producidas dentro de la cabina como los programas grabados, llevarlos a la antena y que sean transmitidos en directo como los programas en vivo.

Es el responsable máximo de que la transmisión sea de buena calidad, así como llevar el control del sonido difundido y recibido. Sin la habilidad de un operador, todo lo realizado con anticipación en preproducción, se echaría a perder en el momento de salir al aire.

- *Locutor:* es la persona encargada de las presentaciones, despedidas y créditos del programa, así como informar y hacer enlaces en la continuidad de la transmisión.
- *Conductor:* es el elemento principal de una emisión radiofónica, como si fuera el "gancho" de un programa, el cual tiene la obligación de llevar a cabo el desarrollo de un programa o emisión de radio.

El conductor a diferencia del locutor, debe ser una persona especializada en una o varias disciplinas, pues debe estar capacitado para informar, emitir y opinar en diversos temas. Por ende, es indispensable que un conductor

hable de manera correcta, natural, sencilla y clara para no llegar a lo simple de la emisión y eche a perder toda la organización de una programación.

- *Musicalizador*: también conocido como programador musical, es el encargado de seleccionar la música para cualquier tipo de emisión. Al depender de una estación musical, este elemento, debe de contar con una amplia cultura musical universal, ya que la música al ser programada, requiere de una justificación.
- *Guionista*: es el encargado de realizar el libreto o guión, el cual necesita una estructuración con base en la información empleada y con el manejo de indicaciones de tipo técnicas para su uso en la realización de la producción que llevará a cabo una grabación o emisión ya planificada.

Es recomendable que un guionista tenga una buena redacción y buena ortografía, pues de éstas, dependen la coherencia empleada en la información difundida al aire, además, el guionista debe de contar con una cultura muy amplia para realizar guiones de varios temas a tratar.

- *Asistente*: es el encargado de apoyar al productor en todas sus funciones, y en algunos casos también, al demás personal en todas las labores dentro de una emisora.
- *Free Lance*: es el empleado autónomo de cualquier categoría de una emisora, ya sea como productor, musicalizador, asistente, etc., y no cuenta con un contrato fijo. Se le paga por trabajo realizado a lo largo de un periodo para una serie de programas.
- *Telefonista*: su labor es recibir y registrar las llamadas telefónicas de los radioescuchas, así como sus comentarios, sugerencias e inconformidades, y

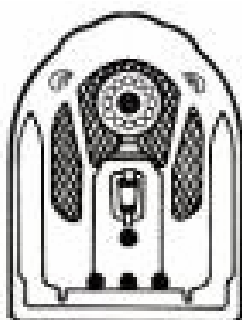
hacerlas llegar a los conductores de la emisora. Cuando se obsequia algún premio al aire, los telefonistas atienden las llamadas para registrarlas en una lista de ganadores.

Los asistentes de la estación, también son los encargados de recibir las llamadas y registrarlas. En cada llamada telefónica se debe toma en cuenta el rango correspondiente del radioescucha: edad, sexo, ocupación y lugar de procedencia.

Dentro de la radio musical podemos encontrar, en pocas ocasiones, otras funciones que desempeña el personal humano, pero dependiendo de su magnitud, los recursos económicos de la empresa, otras necesidades para su difusión, etc., son solicitados, como: reporteros, corresponsales, investigadores, redactores e incluso actores de reparto y efectistas.

#### 1.6. El papel de la radio musical en México (reseña introductora a El Club de los Beatles)

En este apartado, quiero mencionar una breve reseña histórica de la radio musical en México, sus facetas con los programas hablados y la importancia de la radio como medio de comunicación. Todo esto, con el propósito de relacionar y dar a conocer la incorporación del programa de radio musical: "El Club de los Beatles", el cual será abordado ampliamente en el siguiente capítulo de esta tesis.



La radio, sobre todo en el Valle de México, ha representado un buen papel de comunicación para el público radioescucha, que desde sus inicios hasta el día de hoy, se ha beneficiado con sus espacios de entretenimiento, y en parte, del uso de la información.

La importancia que ha mostrado la radio musical se retoma dentro de la radiodifusión en México con la llamada y conocida Época de Oro, donde la labor de la radio consistió en transmitir principalmente la música, la cual en su programación musical desarrollaba una personalidad propia que obtuvo un alto grado de profesionalización y cuyas transmisiones eran en vivo.<sup>48</sup>

Durante aquella época, que abarcó entre 1930 a 1950, establecida primero por la radiodifusora de la compañía cigarrera "El Buen Tono", hoy la "B" grande, y después la XEW, se caracterizaron por la presentación en vivo de intérpretes de la música, como: Pedro Vargas, Agustín Lara, Francisco Gabilondo Soler "Cri-Cri", Pedro Infante, Jorge Negrete, entre otros, provocando interés al público receptor de la radio musical de la época.

Años más tarde, con la llegada de los discos, primero de 78 y luego de 33 y 45 RPM<sup>49</sup>, la radio musical demuestra un nuevo giro en su programación con la inclusión de música grabada y pocos comentarios de los locutores, caracterizando a este tipo de radio como económica, y a su vez permitiendo, no gastar en producción por parte de los radiodifusores. Por cierto, a este tipo de radio en aquel momento se le denominó la radio sinfonola y de *rocola*.

Debido a la llegada de la televisión a México, la radio en general, del género hablado y musical, mostró un declive por parte de los receptores al contar con otro

---

<sup>48</sup> De Anda, Francisco. *Op. Cit.*, pág. 57.

<sup>49</sup> Revoluciones por minuto.

medio de comunicación electrónico que le añadió imagen al sonido. La radio fue obligada a desarrollar una estructura importante en su contenido programático.

Con nuevos soportes en la radio, ésta vuelve a recuperar la importancia que había perdido ante el televisor, como el incluir en la mayoría de sus emisoras, música grabada por el uso de los discos nuevos sin intérpretes en vivo, y que dentro de la televisión se incluyeran nuevos formatos utilizados anteriormente en la radio: programas cómicos, novelas, etc.

Al mismo tiempo, a la radio le viene un cambio en su composición, ya que con el surgimiento del transistor aparece la radio portátil. Por lo tanto, los equipos o aparatos radiofónicos se vuelven más pequeños y el uso de la radio se esparció a cualquier lugar donde se pudiera utilizar.

Además, la radio tuvo una gran importancia en la década de los sesenta al contar con una buena programación musical con la presencia de *rock 'n roll* procedente del extranjero, este fenómeno musical permitió contar con un gran número de material discográfico y poco a poco redujo la participación de los cantantes en vivo en las emisoras de radio.

En aquel entonces, la radio en México se conformaba solamente de la Amplitud Modulada (AM) y con la llegada de la Frecuencia Modulada (FM), (*ver apartado 1 del capítulo 2, pág. 61*) se retoma más la importancia en este medio de comunicación como lo fue con la llegada de la televisión a nuestro país.

La radio musical desempeñó un papel muy importante con la llegada de la FM, ya que dicha banda demostró un sonido estereofónico y de mejor calidad que la de AM, considerando exclusivamente el uso de la música para escucharse con firmeza y claridad.

En aquel momento, mucha gente no contaban en sus radiorreceptores con la nueva banda, la cual se consideraba única en la radio musical. Sin embargo, la AM también haría el uso de la programación musical, y poco a poco cambiaría su formato.

Fue difícil el papel desempeñado por la AM con la llegada de la FM, ya que ésta última asumió mucha preferencia hacia del público y fue muy complicado, por parte de ellos, sintonizar de nuevo la banda de amplitud modulada, lo que más tarde, tendió a enfocarse a nuevos formatos radiofónicos para subsistir, sin descartar completamente la música la cual ha sido el fundamento principal durante muchos años, pero la FM ya los estaba ofreciendo con mejores alternativas.<sup>50</sup>

De acuerdo con Luis Carrasco, a pesar de que la FM se encontraba en un crecimiento, en AM sobresalían, por ejemplo, tres estaciones de formato musical y cada una tuvo su gran momento al difundirse, y por lo mismo, tuvieron larga duración: Radio Éxitos, La Pantera y Radio Capital, las cuales, fueron reconocidas por el público, así como la empresa radiofónica a la que pertenecía cada una de dichas emisoras.

De alguna forma, la FM se convirtió, en la década de los ochenta, en una frecuencia musical y la AM en una frecuencia hablada. Sin embargo, debido a los sismos en septiembre de 1985, la radio musical empieza a ser tomada poco en cuenta y posteriormente, se ve obligada a tener muchos cambios en su formato.

Los sismos en septiembre de 1985 propiciaron el cambio del formato de la radio, es decir, pasó a ser una radio más hablada que musical. La radio desempeñó un papel muy importante en la información oportuna de los sucesos que perjudicaron a la población de la ciudad de México, ya que fue el único medio de comunicación "vivo" que permitió enlazarse entre sus distintas estaciones. Por

---

<sup>50</sup> Alva de la Selva, Alma Rosa; María Antonieta Rebeil e Ignacio Rodríguez. *Op. Cit.*, pág. 212.



otro lado, la televisión no pudo presentar cobertura alguna ante este acontecimiento.

Algunas emisoras de radio del grupo Radio Mil, emisoras de Organización Radio Centro y posteriormente emisoras de Grupo ACIR, interrumpieron sus programaciones normales para enlazarse y encadenarse durante la tragedia<sup>51</sup>. Aunque, debido a las obligaciones dentro de sus respectivas programaciones, la labor de informar los sucesos, en aquéllas y algunas estaciones no informativas, fueron efímeras durante los hechos.<sup>52</sup>

La gran importancia de la radio frente a estos acontecimientos de 1985, obliga en parte a este medio, a crear programas hablados o de información donde por ejemplo, Radio Mil, Radio ACIR, entre otras, de ser emisoras musicales pasan a ser informativas.

Carlos Ramos Padilla, director y conductor del noticiero de ABC Radio del 760 AM señala que la radio, a raíz de los sismos de aquel año, creó el género informativo, y cuyo medio de comunicación, es el punto de encuentro, reunión y de enlace.<sup>53</sup>

De todas maneras, la FM se ha caracterizado en la década de los noventa en ser una banda tanto musical como hablada, ya que al depender de la programación musical, ésta, por un lado, es repetitiva, y por el otro, se encuentra basada en los niveles de ventas de las producciones radiofónicas las cuales han caracterizado a las emisoras por su formato musical que ha definido el mercado prioritario.<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> De Anda, Francisco. *Op. Cit.*, pág. 12.

<sup>52</sup> Alva de la Selva, Alma Rosa; María Antonieta Rebeil e Ignacio Rodríguez. *Op. Cit.*, pág. 39.

<sup>53</sup> Ramos Padilla, Carlos. *La producción en radio*. Conferencia. Sala Isabel y Ricardo Pozas. FCPS, UNAM., 23 Octubre, 2003.

<sup>54</sup> Santana, Sandra. *Op. Cit.*, pág. 23.

Por lo tanto, la presencia de distintos movimientos sociales, políticos, económicos, entre otros, han obligado a transformar a la radio para darle mayor preferencia a los programas noticiosos, de información, de opinión, etc., ya que al radioescucha le interesan los diferentes acontecimientos suscitados en la ciudad, comunidad o en el mundo.

Estos cambios se dan por un bien social que corresponden en informar al público, pero también tienen la necesidad de entretenerse después de haberse informado, por ejemplo escuchar una estación de programación musical, permitiéndole descansar y relajarse. Es más común escuchar música en las tardes y noches que en las mañanas.

Hoy en día, la radio musical demuestra un declive no mayor frente a la intervención de la radio hablada ahora en FM, con cambios que últimamente se han ido presentando al incluir programas de noticias e información por programas musicales. Es el caso de Azul 89 de Grupo ACIR por Panorama Informativo y Radioactivo 98.5 por Reportaje 98.5, de emisoras musicales a habladas.

Manuel Guerrero, conductor del programa "El Club de los Beatles", comenta que últimamente hay más programas hablados que de música y de éstos últimos van quedando muy pocos. Con base en los programas hablados, él sugiere "que mientras se esté satisfaciendo a las necesidades del público con respecto a determinado tema, está bien".

Por su parte, Luis Carrasco comenta que la raíz de los cambios presentados entre la radio musical y hablada, se deben a que en México, los empresarios de la radio no toman en cuenta a los radioescuchas, pues, por lo menos, no consideran la opinión personal del público para mantener o cambiar una emisora de radio.

Además, él considera que es una falta de respeto por parte de los radiodifusores hacia los radioescuchas, ya que los primeros han estado por mucho tiempo al aire por los segundos, al generarles *rating*, ingresos, privilegio, entre otros.

Debido a estos cambios, la radio musical se vuelve más privilegiada, y los radioescuchas que gustan más de la música que la programación hablada, recurrirán a ellas, aunque también por ejemplo, hoy tienen la opción de programar y elegir su propia música en un disco compacto, pero muchos sintonizan la radio con el fin de ganar algún tipo de obsequio.

Ahora bien, muchas emisoras musicales han desempeñado la función exclusiva en sus formatos por la gran competencia musical de los intérpretes y de las compañías disqueras, y aquí en México, se da el caso en las estaciones musicales "*poperas*" diseñadas para público radioescucha juvenil y que gusta de este tipo de música difundida en Exa FM, Digital 99, Stereo 97.7, por mencionar algunas y que corresponden a distintas empresas radiofónicas.

El papel que desempeña una estación de radio comercial y musical y con recursos necesarios de producción, se define como emisora de música, ocupando así, lugares de preferencia dentro de los gustos de la audiencia popular<sup>55</sup>. Aunque además, no se debe dejar de lado, las funciones demostradas en la radio estatal, indigenista y universitaria que requieren también del uso la música, principalmente como un recurso necesario.

Asimismo, otras estaciones de radio dejan de lado la exclusividad y han conservado el mismo formato que los ha llevado permanecer por mucho tiempo al aire, y es el caso, por ejemplo, de "El Fonógrafo", de formato musical,

---

<sup>55</sup> Alva de la Selva, Alma Rosa; María Antonieta Rebeil e Ignacio Rodríguez. *Op. Cit.*, pág. 259.

correspondiente a la música del recuerdo de los años 40 y 50, y que hoy en día se sigue sintonizando por el gusto de un determinado público.

Mientras tanto, estaciones como Universal Stereo que transmite música en inglés contemporánea, no deja de lado completamente su formato musical, pues, debido al aumento de su música de este género, su formato se va recorriendo y va en aumento de los 70 hasta los 90 (*ver apartado 1 del capítulo 2, pág. 61*).

Sin embargo, dentro de su programación musical, está el difundir el programa exclusivo de los Beatles: "El Club de los Beatles", el cual se compone de la música de los sesenta y setenta como grupo y solistas respectivamente, donde además, dicho programa, juega un papel muy importante dentro de la programación musical al incluir información, noticias, anécdotas, etc., con base en los Beatles o como solistas.

Dependiendo del gusto personal hacia el contenido de una estación radiofónica, uno como radioescucha, sintonizará una estación de radio cualquiera, de formato hablado o musical, que a juicio de los radiodifusores deben de considerar la importancia de su público, principalmente: necesidades.

Dentro de la radio musical está el propósito de entretener y también el informar datos curiosos e importantes. No todas las emisoras difunden solamente la música, sino dentro de ella, está el intercalar la voz y la música al mismo tiempo para enriquecer lo que se está escuchando a través del mensaje.

Como parte final de este capítulo, la radio musical también se encuentra establecida dentro de un espacio informativo cuando, en éste último, no hay una programación de su tipo al difundirse, como noticias, y cualquiera que sea, se utiliza la música para rellenar ese espacio informativo. Por lo tanto, podría decirse

que la radio al ser de formato hablado y musical a la vez en una emisión, le correspondería a tomar otro género radiofónico: el mixto, como en ocasiones es catalogada.

No resta más que mencionar, que el propósito de este capítulo correspondió en dar a conocer la estructura establecida entre la música y la radio y por su puesto de la radio musical, donde ésta, haya permitido encontrar la estructura de una emisora musical o de un programa con sus respectivos elementos.

Por lo tanto, fue necesario describir las funciones y propósitos de la radio musical asumidos en este capítulo: el desempeño de la música en relación con el lenguaje radiofónico, dados a conocer.

Toda esta explicación de la radio musical correspondiente en este capítulo, se debe a la explicación y relación con el programa musical de radio: "El Club de los Beatles", del cual incumbe hacer su respectiva descripción en el siguiente capítulo.

Por todo lo desarrollado en este capítulo, permitirá conocer, en primera instancia, los elementos que configuran el lenguaje radiofónico, así como también los recursos técnicos y humanos que son indispensables en la radio musical, hallados en una emisora, programa, o espacio de radio donde su principal elemento de difusión es la música.

## **CAPÍTULO 2. EL VIAJE MÁGICO Y MISTERIOSO DE “EL CLUB DE LOS BEATLES”**

Antes de enfocarme principalmente a la descripción del programa de radio musical: “El Club de los Beatles”, voy a basarme en un antecedente histórico y de trascendencia de las emisoras que han difundido dicho programa, y sobre todo también, del grupo radiofónico al cual han pertenecido estas estaciones.

Es esencial para mí, mencionar una breve reseña histórica de uno de los grupos radiofónicos más importantes del país, y que a su vez, haya permanecido mucho tiempo en un alto índice de preferencia del público, sobre todo, en la periferia del Valle de México, en el cual se distribuyen una gran cantidad de estaciones de radio de distintas empresas radiofónicas.

Por otro lado, después de esta resumida explicación, me adentraré a describir el programa de radio donde citaré sus propósitos primordiales, la composición de su producción, el perfil, entre otros recursos. Toda esta información fue otorgada por uno de los conductores de “El Club de los Beatles” y que tuvo la amabilidad de proporcionármela: el Sr. Manuel Guerrero.

### 2.1. El gran submarino que ha transportado a “El Club de los Beatles”

En el mes de diciembre de 1942, inician las labores de la Cadena Radio Continental, al ser la primera organización radiofónica de la ciudad de México con diez estaciones de radio.<sup>1</sup>

Al transcurrir diez años, es decir en 1952, dicha organización al encontrarse casi deshecha, salvaguarda dos de sus diez estaciones para pasar a manos del Sr.

---

<sup>1</sup> Baltasar, Nora y Teresa Hernández. *Organización Radio Centro y Núcleo Radio Mil en la década de los ochenta*. Tesis de ciencias de la comunicación. UNAM-FCPS, CU, 1993, pág. 17.

Francisco Aguirre Jiménez, donde él anteriormente, ya realizaba actividades en la empresa desde 1946.

El señor Aguirre, ya como propietario de la compañía, funda la Organización Radio Centro y como dueño de las dos estaciones conservadas en Cadena Radio Continental. Las dos únicas emisoras pasan a ser: Radio Centro y Radio Éxitos, y más adelante, en poco tiempo, se incorpora otra tercera: Radio Variedades.<sup>2</sup>



La inquietud del señor Francisco Aguirre Jiménez, en engrandecer a la nueva empresa radiofónica, obliga en 1965 a fundar la Organización Impulsora de Radio (cadena radiofónica), con el propósito de representar ventas, en todo el país, de estaciones asociadas a Organización Radio Centro, hoy Grupo Radio Centro, así como también enriquecer y ofrecer nuevas opciones programáticas para la audiencia.

Por otro lado, cabe mencionar, que el señor Aguirre fundó el Canal 13 de televisión el 12 de octubre de 1968, otorgado por el gobierno del país a través de

---

<sup>2</sup> *Ibidem*, pág. 19.

la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX)<sup>3</sup>, y tuvo como propósito o intención de reducir precios al hacer uso de series estadounidenses muy accesibles, conservando así, la producción local con un bajo perfil, y a su vez, disminuyendo otros espacios locales.<sup>4</sup>

Desafortunadamente, el señor Francisco Aguirre tuvo que dejar el negocio de la televisión, Canal 13. El endeudamiento que tuvo con la compañía Thompson -un proveedor de equipo de televisión- lo sometió a vender casi la mitad de sus acciones. Esto le indicó, que el negocio de la televisión resultaba más caro que la radio.<sup>5</sup>

Uno de los destacados hechos importantes que se llevaron a cabo en la radio en México y sobresaltara la empresa radiofónica Organización Radio Centro, fue la primera transmisión de una estación de radio en Frecuencia Modulada.

Cabe destacar, en aquel entonces, en México, se difundían todas las estaciones de radio en Amplitud Modulada, y al llegar la FM, procedente de Estados Unidos, la AM se ve obligada a cambiar su formato: de musical a hablado, ya que la nueva banda se caracterizó por sintonizar la música con alta calidad y fidelidad en el sonido.<sup>6</sup>

Radio Joya, hoy Stereo Joya, fue la primera estación de radio transmitida por la FM en agosto de 1974, ya que en aquel entonces, Organización Radio Centro ya contaba con más estaciones en AM: La Consentida, a finales de los sesenta y Radio AI en 1971<sup>7</sup>, ambas ya desaparecidas.

---

<sup>3</sup> Corral, Manuel. *La ciencia de la comunicación en México*. Trillas, México, 2003, pág. 58.

<sup>4</sup> Fernández, Claudia y Andrew Pasman. *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. Grijalbo, México, 2000, pp. 148-149.

<sup>5</sup> *Ibidem*, pág. 149.

<sup>6</sup> De Anda, Francisco. *Op. Cit.*, pág. 60.

<sup>7</sup> Baltasar, Nora y Teresa Hernández. *Op. Cit.*, pág. 20.



Para el siguiente mes de ese año, septiembre de 1974, se da origen a otras dos estaciones en FM, y por supuesto de la O. R. C.: Radio Universal, hoy Universal Stereo y Radio Hits, hoy en día Stereo 97.7<sup>8</sup>. Estas estaciones se desempeñarían en formato musical, de la misma manera como Radio Joya.

Al transcurrir el tiempo, O. R. C. se va consolidando como una de las empresas más importantes del país a nivel de medios de comunicación, y otro ejemplo de ello, es el surgimiento de la Cadena Radio Centro, cuya intención correspondía a disponer programación y representación de ventas de las distintas emisoras asociadas que daban prestaciones a la comunidad de habla hispana radicada en Estados Unidos<sup>9</sup>. Dicha cadena se vende en 1994.

Más adelante, Organización Radio Centro pasa ser Grupo Radio Centro, y con esta nueva imagen da otro salto significativo en julio de 1993. Grupo Radio Centro cotiza sus acciones en la Bolsa de Valores de Nueva York, y se convierte la primera empresa de América Latina en medios de comunicación en hacerlo.<sup>10</sup>

Retomando de manera general lo antes mencionado, con el origen y desarrollo del Grupo Radio Centro hasta hoy en día, dicha empresa ha demostrado ser una de las compañías de comunicación en radio líderes en México.



---

<sup>8</sup> *Loc. Cit.*

<sup>9</sup> <http://www.grc.com.mx> [junio de 2004]

<sup>10</sup> Aguirre Gómez, Francisco (presidente de Grupo Radio Centro). *Grupo Radio Centro, a diez años de estar en la bolsa de Nueva York*. Conferencia (transmisión en cadena). Instalaciones de Grupo Radio Centro, México, D.F., 1 de julio, 2003.

Los altos índices de *rating* en sus principales estaciones de G. R. C., difundidas en el Valle de México, la colocan en un lugar muy importante, no sólo en México, sino en todo el continente americano.<sup>11</sup>

Los anunciantes de publicidad y de propaganda han elegido, últimamente, anunciarse en las distintas estaciones del Grupo Radio Centro, permitiendo de alguna manera, generar grandes ingresos económicos y de prestigio a la empresa.

Grupo Radio Centro, única compañía de radio con más estaciones que transmiten en el Valle de México, ha captado la atención de mucha gente de distintas clases sociales, y esto debido al contenido de su estructura, de producción en sus programas musicales, hablados, de entrevistas, de noticias, de entretenimiento<sup>12</sup>, entre otros, y ello, se refleja en un *slogan* muy viejo dicho anteriormente en Radio Centro y dispuesto por el señor Aguirre: “La estación de la gran familia mexicana”.<sup>13</sup>

A continuación, describiré a las dos estaciones de radio del Grupo Radio Centro de las cuales, una, difundió a “El Club de los Beatles” y la otra, que todavía lo hace: Radio Éxitos y Universal Stereo, respectivamente.

### 2.1.1. Radio Éxitos

El origen de Radio Éxitos se da en 1954, cuando en aquel entonces, Radio Continental, pasa a formar parte de O. R. C. del señor Francisco Aguirre. El nombre de la estación se le debe a los éxitos musicales de aquel momento.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> *Loc. Cit.*

<sup>12</sup> <http://www.grc.com.mx> [ junio de 2004]

<sup>13</sup> Baltasar, Nora y Teresa Hernández. *Op. Cit.*, pág. 22.

<sup>14</sup> *Ibíd.*, pág. 23.

Las emisiones de Radio Éxitos se difundían por el 790 de AM, y en ella, solamente se transmitían canciones en inglés y en español, aunque también se podían escuchar pequeñas cápsulas informativas.<sup>15</sup>

Debido a la revolución musical que se presentó en el extranjero a mediados de la década de los cincuenta y que también llegó a México, Radio Éxitos cambiaría el formato de su programación musical.<sup>16</sup>

El género musical que había llegado a nuestro país, el *rock 'n roll*, abrió las puertas para difundir su música en Radio Éxitos. Dicha estación, tuvo que dejar de transmitir las melodías de los años cuarenta y de la primera mitad de los cincuenta.<sup>17</sup>

A partir de la década de los sesenta entra un nuevo concepto musical en Radio Éxitos, difundir, en espacios de privilegio, la música de uno de los grupos que sobresalían en el mundo entero: Los Beatles, y que a partir de entonces, se sigue sintonizando, ahora, en Universal Stereo.

Radio Éxitos, con el transcurso del tiempo, mantiene el espacio exclusivo de los Beatles, no obstante, sus demás espacios fueron modificando su formato, y esto, se debió a la preferencia de la gente al inclinarse a otros géneros musicales, como la música disco, el pop, entre otros.

Para finales de la década de los ochenta, en 1989, de acuerdo con Manuel Guerrero, desaparece la estación y se crea un nuevo concepto de radio: Expresión 790, la cual desecha la idea de ser una estación musical para ser solamente hablada.

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, pág. 19.

<sup>16</sup> *Ibidem*, pág. 23.

<sup>17</sup> *Ibidem*, pág. 24.

Esta nueva reestructuración no dura por mucho tiempo, ya que desaparece y vuelve a ser de nuevo musical, presentando esta vez, música de catálogo y del recuerdo: bolero, ranchera, en español, entre otros: El Fonógrafo<sup>18</sup>. Esta estación pasó a ser parte del 790 AM, pero hoy en día, se difunde en el 1150 de AM, y en el 790, se presenta una emisora de noticias y de entrevistas, denominada: Formato 21.

Cabe subrayar que Radio Éxitos, después de mucho tiempo de difundirse como una estación musical, se tenía la idea antes de que desapareciera, de cambiar su formato por el hablado, y que posiblemente, en su momento, fue el principio y el origen de Radio Universal, hoy Universal Stereo.

#### 2.1.2. Universal Stereo

Universal Stereo comienza en septiembre de 1974 con el concepto de Radio Universal. Su origen se debe por el director artístico y locutor Adolfo Fernández Cepeda, conocido, posteriormente, como la voz universal.

La finalidad de Radio Universal era de transmitir música de catálogo en inglés de la década de los cincuenta, sesenta y en menor parte de los setenta, ya que en esa última década, la música que en aquel entonces era de moda, se transmitía en Radio Hits, lo que hoy es Stereo 97.7 de FM.

Con el paso del tiempo, las melodías de moda que se transmitían en Radio Hits, se fueron difundiendo posteriormente en Radio Universal, ya que ésta última estación dependía mucho de su formato: música de catálogo en inglés. Más adelante, en sus emisiones, se incorporaron canciones de los ochenta y noventa.

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, pág. 25.

La emisora era reconocida por los *slogans* que en ella se difundían, tales como: “Tu gran compañera” y la “Estación de los clásicos”, los cuales hacían llamar la atención del público radioescucha que gustaba y gusta la música de la estación.<sup>19</sup>

En la década de los ochenta, Radio Universal da origen a nuevos espacios exclusivos de los distintos géneros musicales descendientes del *rock n roll*, como lo fueron en su momento: “Gigantes universales” y “Pioneros del rock”<sup>20</sup>, éste último con gran audiencia y con gran rescate a la música de los cincuenta y sesenta principalmente. Radio Universal cambiaría su nombre por Universal Stereo.

Al difundirse la estación en el 107.3 de FM, en diciembre de 1998, por una serie de factores, Universal Stereo pasa al 92.1 de la misma frecuencia, obligando a su estación hermana de la misma empresa, La Z, a ocupar su lugar.

Algunos de los principales factores que hicieron cambiar de frecuencia a la estación, fueron que en el 92.1 donde estaba La Z, había una buena recepción de señal y ésta llegaba más lejos; la otra, ésta misma emisora se encontraba junto a la Ke Buena de Televisa Radio (dos estaciones gruperas), y Universal Stereo junto a Mix FM de Grupo ACIR (estaciones del mismo género musical) y entre ellas, había mucha confusión al sintonizarlas.



A pesar de los cambios presentados en la estación, de frecuencia, de nombre, de *slogan*, etc., y de transmitir hoy en día la música que anteriormente fue de moda y hoy son clásicos, no se ha dejado el concepto, proveniente de Radio Éxitos, de difundir en un programa exclusivo a la música de los Beatles, que desde

---

<sup>19</sup> *Ibíd.*, pág. 30.

<sup>20</sup> *Loc. Cit.*

1963 o como programa constituido en 1964, hoy en día, se sigue transmitiendo en Universal Stereo, y que a continuación describiré y abordaré al programa: “El Club de los Beatles”.

## 2.2. El largo y sinuoso camino

Después de mencionar los orígenes y la trayectoria mostrados por el grupo radiofónico y a las emisoras principales que han difundido por mucho tiempo a “El Club de los Beatles”, es momento de citar un antecedente de dicho programa, el cual permitirá ser conocido desde sus orígenes hasta el día de hoy.

En febrero de 1964, el joven Francisco Aguirre Gómez, el hijo mayor del fundador de Organización Radio Centro, realizó un viaje a Nueva York para acudir a la llegada de los Beatles que arribaban por primera vez al continente americano.

El joven Francisco Aguirre, al darse cuenta de la importancia que tenían los Beatles, en ese mismo año, junto con Adolfo Fernández Cepeda<sup>21</sup>, un joven locutor y programador artístico, crearon una emisión que difundiera la música de aquel cuarteto musical procedente de Inglaterra.



---

<sup>21</sup> <http://www.grc.com.mx> [abril de 2004]

Precisamente, en ese mes de febrero de 1964, se tuvo la primera emisión del programa con referente a la música de los Beatles y con el nombre de “7 minutos y 90 segundos con los Beatles”. Aunque en el año anterior, en 1963, los Beatles ya habían iniciado en la radio, pero todavía sin la conformación de un programa exclusivo de dicha agrupación.<sup>22</sup>

Radio Éxitos fue la primera estación de radio que comenzó a transmitir el programa, y debido a su nombre (7 minutos y 90 segundos con los Beatles) se le honró a la frecuencia de la estación que lo transmitía: Radio Éxitos del 790 AM.

Además, la emisión del programa duraba el tiempo que llevaba su nombre, el cual correspondía solamente a tres canciones de los Beatles, que al sumar los 7 minutos y 90 segundos darían ocho minutos y medio, el tiempo exacto de su transmisión. Cabe señalar, que el programa era solamente musical y sin comentario alguno.

De acuerdo con el señor Adolfo Fernández Cepeda, el programa de “7 minutos y 90 segundos con los Beatles” duraba exactamente ese tiempo, ya que había poco material musical de los Beatles, el cual, por dicha razón, sus transmisiones eran de corto tiempo.<sup>23</sup>

De acuerdo con Manuel Guerrero, dicho programa fue un experimento por parte de Adolfo Fernández y de Francisco Aguirre Gómez, viendo en él, la realización de un programa pequeño y que duraba exactamente lo que indicaba su nombre.

---

<sup>22</sup> Rojas, Enrique. *Trascendencia de El Club de los Beatles*. Entrevista personal. Sala “Miguel Covarrubias”. CU, UNAM, México D.F., 9 de noviembre, 2004.

<sup>23</sup> *El cuarteto de Liverpool en México*. Reportaje. Difundido por Canal 11 del IPN, 8:00 p.m., 31 de mayo, 2004.

Sin embargo, a pesar de dicha duración, el programa se fue transmitiendo varias veces al día en distintos horarios y permitía aglomerarse hasta tres horas y media de tiempo de lunes a viernes de 8 a 9 a.m., 1 a 2 p.m. y de 6 a 7 p.m.

Al producir y grabar los Beatles más canciones y difundirse posteriormente en el programa, el tiempo de cada emisión, el formato y el nombre del mismo, tuvieron que desaparecer.

El formato del programa se fue modificando, y esto también para distinguirse, de los nuevos programas radiofónicos de otras estaciones que comenzaban a difundir la música de los Beatles.

De acuerdo con Luis Gerardo Zavala, locutor del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), en aquel entonces, La Pantera, una estación de Núcleo Radio Mil de mucha trascendencia y hoy desaparecida, era la competencia de Radio Éxitos<sup>24</sup>, y sobre todo también, en la difusión de las canciones de los Beatles.

Manuel Guerrero señala que La Pantera era una estación muy buena y mucha gente aclaraba que era "tremenda", pero con el tiempo, ya no vendía, ya no se anunciaban en ella, porque sus niveles de audiencia fueron disminuyendo.

Por otro lado, Radio Éxitos renovó la estructura de su programa. Empezó a llamarse "La hora de los Beatles"<sup>25</sup>, e inició la era de incluirse en él, comentarios con base en opiniones de los locutores acerca de los Beatles.

A finales de la década de los setenta, se modificó de nuevo el formato del programa. Los viernes, además de la música de los Beatles, se difundían

---

<sup>24</sup> Zavala, Luis Gerardo. *Los Beatles en la radio en México*. Entrevista personal. Instituto Mexicano de la Radio (IMER). México, D.F., 27 de abril, 2004.

<sup>25</sup> *El cuarteto de Liverpool en México. Op. Cit.*



programas especiales y presentaban nuevas secciones que hablaban o trataban más a fondo del grupo.

Las secciones consistían en ampliar más la información acerca de los Beatles, y cada una se especificaba con su respectivo nombre para ubicarlas: "Los Beatles en vivo", "Los Beatles en la BBC", "Los Beatles en el otro estéreo", "Los rayos X", "La canción desenterrada", entre otras.

Cabe mencionar, que estas secciones, tenían un concepto muy diferente a lo que comúnmente se iba difundiendo en el programa, sobre todo en los demás días, de lunes a jueves, al presentarse la música de los Beatles y pocos comentarios y presentaciones de la misma.

Por otro lado, en cuanto a la señalización respectiva de cada sección antes mencionadas, las abordaré con mayor explicación en otro de los apartados de este capítulo.

En cuanto a los viernes especiales del programa, también se traducían canciones de los Beatles, y de esto, Manuel Guerrero señala que se tenían dos fases en su desarrollo, una, traducirla antes de la canción y dos, traducirla después de difundirse.

Asimismo, complementando un poco en relación con los programas especiales, se daban noticias y se difundía información con respecto a datos curiosos, anécdotas, comentarios, etc, del grupo.

Manuel Guerrero comenta que esta faceta, en su momento, fue de gran interés para el público radioescucha. Algunas personas le han sugerido que de nuevo lo difundiera, y él comenta que para todo tuvo su momento, y dichas secciones, quedarán en el recuerdo.

Aunque hoy en día, los comentarios de los conductores del programa: Manuel Guerrero y Enrique Rojas, explican brevemente la transmisión de algunas canciones de los Beatles o de solistas, tomando en cuenta su descripción, razón o motivo de haberla compuesto, entre otros elementos.

Uno de los factores destacados en el programa de los Beatles en Radio Éxitos, fue el haber realizado una convocatoria al público para formar grupos de música que interpretaran las canciones de los Beatles. Esto fue, con la intención de conmemorar los primeros veinte años de la carrera del cuarteto de Liverpool.

La convocatoria se realizó en 1982, y en ella participaron grupos no profesionales de música, y algunos de ellos aún siguen tocando, por ejemplo el grupo "Morsa" y el grupo "Alefh". Por cierto, los ganadores de esta convocatoria grabaron un disco por parte de la estación y del programa de radio.

A finales de la década de los ochenta, en 1989, el programa de radio tuvo que cambiar su frecuencia de AM a FM. Radio Éxitos del 790 AM, de un momento a otro cambiaría su formato, de ser una estación musical a una estación hablada. A principios de la década de los noventa, el programa de radio pasó a transmitirse en Radio Universal del 107.3 Khz., hoy renombrada Universal Stereo del 92.1 FM.

De acuerdo con Manuel Guerrero, en aquel entonces, las dos estaciones difundían al mismo tiempo el programa pero en determinado horario. Al terminar las emisiones de Radio Éxitos, comenzaban en Radio Universal. Había un paralelo entre las dos estaciones, lo que fue una mecánica de transición de seguir la tradición musical de los Beatles de estación a estación, de AM a FM, ya que Radio Éxitos se convertiría en formato hablado.

Aunque, por otro lado, el programa de los Beatles se difundía en otra estación en AM a parte de Radio Éxitos, al ser la segunda frecuencia del programa y de la emisora, en el 1440 de la misma banda.

Cuando, de manera reciente, el programa de los Beatles pasó a su nueva frecuencia en Universal Stereo, de acuerdo con Enrique Rojas, el programa pasó a llamarse "10 minutos y 7 segundos con los Beatles", debido principalmente a la frecuencia de FM de aquel entonces: el 107.3. El formato del programa consistía en una serie de cápsulas.<sup>26</sup>

Más adelante, durante la instancia del programa en Universal Stereo de FM, sus dos transmisiones correspondían de media hora cada una. La primera emisión del día era de 8:00 a 8:30 a.m. y la segunda de 1:00 a 1:30 p.m. No obstante, anteriormente, se contaba con otra emisión a las seis de la tarde, pero se redujeron a dos.

A partir del 9 de octubre<sup>27</sup> de 1998, dichas emisiones se ampliaron a una hora cada una, debido al gran número de radioescuchas que quisieron en él, la difusión de más canciones de los Beatles e información relacionada con ellos.

Cabe señalar, que Manuel Guerrero y Enrique Rojas han sido últimamente los encargados de conducir a "El Club de los Beatles", con la incorporación de noticias, anécdotas, sus comentarios, etc., relacionados con el grupo o como solistas del mismo.

Claro, que a veces, a cada uno de los conductores, le corresponde difundir las dos emisiones del programa del día. La emisión de la mañana le ha correspondido a Manuel Guerrero y la de la tarde a Enrique Rojas.

En escasos fines de semana de la segunda mitad del año 2003, los sábados principalmente, se difundió el programa de radio, mostrando un éxito en su transmisión, pero, por razones técnicas y del formato principal de la emisora, el

---

<sup>26</sup> Enrique, Rojas. *Op. Cit.*

<sup>27</sup> Cumpleaños de John Lennon.

público radioescucha se tuvo que conformar con las transmisiones del programa entre semana.

Hoy en día, al cumplir el programa más de cuarenta años de haberse difundido por primera vez, la gente fan de la música y obra de los Beatles lo sigue escuchando, ya que en México y en el mundo, es el único programa de radio que ha difundido por mucho tiempo la música y las noticias relacionadas con los Beatles.

“El Club de los Beatles” no se compone solamente de música como lo fue en sus orígenes en 1964. Ahora, además de las canciones, se menciona mucha información documentada, de actualidad e histórica.

Por otro lado, mucha gente que desconocía el programa, ahora, lo está escuchando, porque al transmitirse en el 92.1 de FM, muestra una buena señal y, además, Universal Stereo es una estación reconocida por su música y trascendencia.

Por eso los radioescuchas, con los horarios correspondientes del programa, como el de la mañana, se han identificado mucho con él. La gente interesada por los Beatles que llega al trabajo, va en el transporte o automóvil, está en casa, etc., muestra su gran importancia y compañía por el contenido, tanto musical, como informativo abordados en las emisiones del programa.

Al preguntarle a Manuel Guerrero cuál sería el futuro de “El Club de los Beatles”, él comentó, que “mínimo duraría otros cuarenta años más, ya que si la gente lo ha mantenido por mucho tiempo, y aún demandan más tiempo de difusión, no habría excusa alguna de llegar todavía más lejos”.

Además, él comenta, que el programa es la extensión del presente, y al depender mucho de su formato, tendrá mucho éxito porque también es un espacio

de Universal Stereo con mayor número de audiencia<sup>28</sup> por parte del público dentro de sus horarios de transmisión.



### 2.3. El propósito

Después de explicar la trayectoria del programa radiofónico, desde sus orígenes hasta el presente, a continuación interpretaré el propósito de su difusión, que ya con muchos años al aire, sigue transmitiendo las canciones, obras, etc., de los Beatles.

De alguna manera, al difundirse por mucho tiempo “El Club de los Beatles”, éste ha modificado, de manera constante su formato, donde sus inicios en “7 minutos y 90 segundos con los Beatles” fue solamente la transmisión de la música del grupo, y más adelante, fue incluyendo comentarios de los locutores en turno.

Esto quiere decir, que debido a la demanda del público radioescucha, en querer escuchar más la música de los Beatles, se fue ampliando el tiempo de transmisión del programa hasta contar con dos emisiones, de una hora cada una al día.

---

<sup>28</sup> *El cuarteto de Liverpool en México. Op. Cit.*

Por lo tanto, el formato del programa se fue modificando, primero, en mantener la difusión de la música, y segundo, en incluir comentarios, noticias, anécdotas, entre otros elementos acerca del grupo.

Estos procedimientos, presentados en el programa hasta hoy en día, han sido con el propósito, por un lado, entretener con la música del grupo, y por el otro, informar, con base en todo relacionado con la vida y obra de los Beatles.

### 2.3.1. Entretener

La transmisión de la música de los Beatles es el propósito primordial del programa, ya que ésta, es la base fundamental del mismo. Sin ella, no habría entretenimiento para el público receptor.

La música entretiene, y por ello, la mayor parte del programa se compone de ese segmento. Para Manuel Guerrero, la difusión de las canciones es “transmitir un sentimiento positivo y de ánimo” para las personas que gustan de la música de los Beatles.

La música del cuarteto de Liverpool –continuando con los comentarios de Manuel Guerrero- es contagiosa y divierte, y por este motivo, la gente se ve “atrapada” con ella. Por lo tanto, su petición por las canciones del grupo es de gran demanda e interés.

Así, como a Manuel Guerrero, “por accidente”, se vio envuelto por las canciones de los Beatles, mucha gente comenzó a escuchar la música por la misma situación, aunque en el programa, ésta demuestra profundidad con la presentación de canciones poco conocidas, que de alguna forma, intenta dar a conocer profundamente más la obra musical creada por el grupo.

Con la difusión de canciones en “El Club de los Beatles”, que son normalmente dieciséis por emisión y cuatro en cada bloque, se trata en lo mejor posible, de complacer al público con variadas melodías de los Beatles de distintas épocas, ya sea como grupo o en su faceta de solistas.

### 2.3.2. Informar

Otro de los propósitos del programa, que también pretende llamar la atención del público radioescucha, es el uso de la información relacionada con la vida y obra, entre otros aspectos del cuarteto de Liverpool.

La información empleada en el programa, trata de todo tipo de comentarios de los conductores acerca de los títulos de las canciones transmitidas en el momento: composición, fecha de grabación, motivo de la canción, álbum en que aparece, entre otros elementos, relacionados con la música.

De igual manera, se informan detalles curiosos que tuvieron relación con los Beatles en sus distintas sesiones de grabación, como las anécdotas, experiencias, noticias, ya que también son importantes para el público fan del grupo, pues llaman su atención.

Aunado a ello, se da información con respecto a las actividades de Paul McCartney y de Ringo Starr, los únicos sobrevivientes del grupo, y datos relacionados con la vida de John Lennon y de George Harrison, de mucho interés.

Cabe señalar, que la información difundida acerca de Paul y de Ringo, es con base en las giras de conciertos o eventos realizados por cada uno de ellos, así como también, mencionar noticias relacionadas con sus vidas personales, o lo que comúnmente se encuentran haciendo a la fecha.

Las novedades discográficas, los DVD´s, libros, video *clips*, entre otros artículos, también son parte de la información dentro del programa que ponen al tanto al radioescucha, por ejemplo, con fechas y lugares anticipados de presentaciones y/o ventas de dichos artículos.

De alguna forma, este tipo de información es noticia, de hechos muy recientes o trascendentales, pues establecen una importancia en el público interesado por la música y la información, pues ofrece cosas nuevas o que anteriormente desconocían.

De acuerdo con Manuel Guerrero, la información difundida se extrae de libros importantes que hablan de los Beatles, documentos especiales, y hoy en día en Internet, que sean totalmente confiables y verídicas, ya que –él menciona- existe también información falsa acerca de la vida y obra de los Beatles que mucha gente la toma como verdadera y la creé. En el programa, también se intenta desmentir la información y proporcionar la versión auténtica.

Como ya se explicó, la intención de “El Club de los Beatles” es entretener con la música e informar con base en las noticias y comentarios, mezclando así, un poco la música y la palabra para que la gente se interese en el programa.

Otro de los propósitos al difundir el programa es que la gente, al no interactuar aún con la música de los Beatles, la conozcan, así como también, su vida y obra de cada integrante del grupo.

Además, queda claro, que después de mucho tiempo en difundir el programa, se ha originado la intención de hacer recordar a las generaciones pasadas y atraer a las nuevas la música de los Beatles, y por lo tanto, este espacio musical-informativo, sigue permanente hasta el día de hoy, después de cuatro décadas.



#### 2.4. La producción

Para todo programa radiofónico, ya sea de formato hablado o musical, es importante tomar en cuenta el uso de su producción, ya que de ésta depende su éxito y el tiempo de su duración al aire.

En este caso, la producción del programa se realiza con base en las preferencias personales del público radioescucha, al querer escuchar las canciones de los Beatles que siempre les han llamado su atención.

Manuel Guerrero comenta que el público siempre se encuentra deseoso de escuchar las mismas canciones, que son las más conocidas y clásicas del grupo: "El submarino amarillo", "Todo lo que necesitas es amor", "Déjalo ser", "El tonto de la colina", "Auxilio", "Ayer", "Ella te ama", "Hola, adiós", entre otras de una gran lista de preferencia.

Sin embargo, no todas las canciones que solicita la gente son transmitidas constantemente. Adolfo Fernández Cepeda, encargado de la estación, da también su determinación final acerca de la difusión de las canciones de los Beatles.

Esto último, se debe a que muy pocas personas solicitan otras canciones no muy conocidas del grupo que, para los demás radioescuchas interesados en las más conocidas, no les interesaría mucho en lo personal. Por ello, Adolfo Fernández les da más preferencia a éstos últimos, considerando a la mayor parte del público radioescucha del programa.

Si retomamos el pasado del programa, ha sido un factor muy importante en su desarrollo el uso de su producción, pero con el paso del tiempo, a lo largo de su difusión, sigue cambiando de manera constante.

La producción de “7 minutos y 90 segundos con los Beatles” fue solamente musical, posteriormente, se fueron incluyendo comentarios por parte de los locutores y poco después, se incrementaron otros factores en el programa, con la intención de diferenciarse de otras estaciones que poco a poco difundían la música del cuarteto de Liverpool.

Como ya se mencionó, en uno de los apartados de este capítulo, el programa contaba con secciones especiales que se transmitían únicamente los viernes, tales como: “Los Beatles en vivo”, “Los Beatles en la BBC”, “Los Beatles en el otro estéreo”, “Los rayos X” y “La canción desenterrada”, que de alguna manera, profundizaban el contenido del programa en relación con esta producción.

En primera instancia, la sección “Los Beatles en vivo”, transmitía canciones de los conciertos realizados por del grupo, en lugares como: Japón, Philadelphia, Londres, Liverpool, etc.; mientras tanto en “Los Beatles en la BBC”<sup>29</sup>, se difundían sus canciones ya grabadas, pero que todavía no salían al mercado de forma oficial.

Asimismo, la sección “Los Beatles en el otro estéreo”, trataba de sintonizar al grupo en dos partes, es decir, por un lado, que solamente se escucharan las voces de los integrantes, y por otro, únicamente los instrumentos del conjunto, al tratarse de cualquier canción.

Por su parte, “La canción desenterrada”, otra de las secciones, consistió en difundir melodías del cuarteto que no se conocían frecuentemente a comparación de las ya tradicionales. De igual forma, también se tradujeron las canciones y fue una más de las secciones del programa.

En Radio Éxitos, tuvo como importancia la sección “Los rayos X” dentro del programa, ya que al transmitirse una canción, se hablaba de ella desde sus

---

<sup>29</sup> British Broadcasting Corporation: empresa o cadena pública de comunicación en radio, cine y televisión de Londres, Inglaterra.

orígenes hasta su grabación en disco y difusión al aire, traspasando y comentando, el día de su grabación, la hora, el año, el lugar, la colaboración en ella, el propósito de realizarla, etc., es decir, profundizarla, o como dice Manuel Guerrero: “desnudarla y darla a conocer desde todos sus aspectos”.

Manuel Guerrero comenta que estas secciones, en su momento, tuvieron mucha importancia, tanto para el programa como para la gente. Según él, y como mencioné anteriormente, algunas personas le sugieren que las tome de nuevo en cuenta, pero él aclara que ya no sería adecuado el rehacerlo, pues “se debe de hacer un poco de todo, para que la gente lo vea interesante”, aunque las traducciones sí las retomaría de nuevo.

Además, la producción realizada dentro de los programas especiales tiene un gran significado, ya que las fechas correspondientes a los nacimientos de cada miembro del grupo: Lennon (9 de octubre), McCartney (18 de junio), Harrison (25 de febrero) y Starr (7 de julio), siempre difunden novedades interesantes respecto a cada uno de ellos.

En este caso, a quien más se homenajea dentro del programa es a John Lennon y a George Harrison, debido a que ambos ya fallecieron, aunque el primero ha demostrado más importancia en el programa que el segundo, ya que fue el líder y creador del grupo, y porque fue el primero en fallecer en 1980.

Para Manuel Guerrero, a cada integrante de los Beatles se les debe festejar en el programa en los días correspondientes de su cumpleaños, pues ya forman parte de una familia y a cualquier miembro de ésta, se les debe de celebrar. De alguna manera, se les conmemora en sus respectivos programas exclusivos, aunque para él, las transmisiones de “El Club de los Beatles” de lunes a viernes son difusiones especiales.

Retomando la producción del programa, con base en la petición de canciones por parte del público y la determinación de Adolfo Fernández, se ha presentado en algunas ocasiones, que los conductores quieran producirlo y dirigir su conducción.

Un ejemplo de ello, se presentó el pasado jueves 20 de marzo de 2003, cuando Manuel Guerrero, por iniciativa propia, produjo el programa transmitiendo canciones relacionadas con la paz y que él mismo traducía o hablaba de ellas. El motivo, su inquietud personal hacia el inicio de la guerra por parte de Estados Unidos contra Irak.

Otra de las circunstancias presentadas de igual forma, fue el fallecimiento de George Harrison. El día viernes 30 de noviembre de 2001, en la emisión de la tarde, condujeron el programa Enrique Rojas, titular de dicha emisión y Manuel Guerrero, hablando y recordando las canciones de Harrison difundidas en ese momento, parte de su vida y su obra con los Beatles, así como su carrera de solista.

Queda claro, que la producción del programa está compuesta, tanto de la música de los Beatles como en su faceta de solistas, siendo aquélla muy solicitada, y además también, de todo tipo de información relacionada con el grupo, y todo esto, abordado en sus respectivos apartados.

Después de explicar el desarrollo de la producción del programa, a continuación tomaré en cuenta, al personal encargado de ejecutarlo, y que hoy en día, algunos de ellos, siguen al frente de este gran proyecto radiofónico.

- Adolfo Fernández Cepeda: director artístico y encargado de la estación (Universal Stereo).
- Manuel Guerrero: conductor de la primera emisión de 8:00 a.m. a 9:00 a.m.
- Enrique Rojas: conductor de la segunda emisión de 1:00 p.m. a 2:00 p.m. y colaborador de tiempo completo dentro de la emisora.

- Julio Ávila: ingeniero de grabación, junto con Heriberto Pérez.
- Salvador Hernández, Martín Quirino y Juan Jiménez: operadores.

Por otra parte, la música que se transmite en el programa es difundida por casete DAT (Digital Audio Tape), el cual hace que el sonido se escuche con más claridad y limpio. Manuel Guerrero comenta que próximamente las canciones de los Beatles se transmitirán por computadora para ser una mejor transmisión.

## 2.5. Los protagonistas

En todo programa radiofónico se debe de considerar la participación de las personas que hacen uso del micrófono, los que manejan y guían un espacio de transmisión, para que el público, a quien va dirigido, lo escuche y lo entienda, y les llegue bien el mensaje. Esa es la labor de un locutor o de un conductor.

Durante la trayectoria de “El Club de los Beatles”, desde Radio Éxitos hasta en este momento en Universal Stereo, han sido un gran número de locutores al participar en sus emisiones, los cuales han aportado y colaborado a que el programa cuente con un reconocimiento muy importante por parte de su público radioescucha.



En los últimos quince años del programa, solamente han sido dos los protagonistas disponibles en este proyecto musical: Manuel Guerrero y Enrique Rojas. La función de cada uno no es tanto la locución, sino profundizar más con sus comentarios y sus opiniones, en referencia a la vida, obra y noticias de los Beatles.

De tal modo, es imprescindible mencionar a aquellas otras personas que tuvieron alguna colaboración en el trayecto del programa, al referirme principalmente a los locutores, que desde hace tiempo, han difundido e interesado al público hasta nuestros días, dicho concepto radiofónico.

Los locutores que se pueden hallar y recordar, algunos ya fallecidos, y otros con actividades distintas en diferentes emisoras del Grupo Radio Centro, son los siguientes: Adolfo Fernández Cepeda, creador del programa, Ricardo Rodríguez, locutor y conductor<sup>30</sup>, Enrique González De la O, Jesús Contreras, Víctor Contreras, Rubén Lara, Raúl Salgado, Miguel Ángel Lara Cortés, Enrique Del Callejo y Héctor Lama.

A finales de los sesenta y principios de los setenta, Roberto Armendáriz, Adrián Ojeda, Narciso Monares, Jorge Gutiérrez Zamora, Benjamín Wong, Alejandro Lara Lisea y Arturo Isunza, además de ser locutores del programa, también participaron en un espacio de televisión llamado "Sábados de juventud" y difundido por el Canal 13, de aquel entonces, del señor Francisco Aguirre Jiménez. Este programa consistía en difundir videos musicales, y dichas personas, los presentaban.

De manera específica, después de esta explicación, mencionaré a las personas más sobresalientes y con mucha participación dentro del programa, y que hoy en día, continúan con su labor de comunicar la trascendencia de los Beatles.

#### 2.5.1. Adolfo Fernández Cepeda (la voz universal)

El señor Adolfo Fernández, junto con Francisco Aguirre Gómez, fueron los encargados de dar origen al programa musical acerca de los Beatles. Sobre todo, el mismo Adolfo Fernández, fue el responsable de dirigir Radio Éxitos en aquel momento.

---

<sup>30</sup> Para diferenciar locutor y conductor (ver recursos humanos en el apartado 5.2 del capítulo 1, pág. 48).

Es el creador de Radio Universal, hoy conocida como Universal Stereo. Por lo tanto, dicha emisora está bajo su responsabilidad y dirección artística donde además participa como conductor de algunos espacios dentro de la estación.

“Pioneros del Rock”, “Clásicos de universal”, “Memories” y “La hora del buen provecho”, son algunos de los espacios que el señor Fernández ha conducido, al ser, además, la voz institucional de la estación, la cual lo hace ser, desde hace mucho tiempo, muy reconocida y familiar.

Adolfo Fernández, con aproximadamente cuarenta años de locutor, es una persona que sabe mucho de música y de todos los géneros que en ella se pueden caracterizar, debido principalmente a su experiencia radiofónica, por la cual mostró una inquietud personal por este medio de comunicación.

En este preciso momento es el encargado de Universal Stereo, Alfa 91.3 FM y de El fonógrafo 1150 de AM –emisoras de Grupo Radio Centro-, y tanto de Universal Stereo como las demás estaciones, se encarga de la producción musical y de los cambios que en ellas se pueden dar.



### 2.5.2. Manuel Guerrero Magaña

Egresado de la carrera de Contaduría en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales de la UNAM, hoy FES (Facultad de Estudios Superiores) de Cuautitlán, Manuel Guerrero se incorporó a la radio por “accidente”, debido a que el señor Adolfo Fernández solicitó, en aquel entonces, la colaboración de personas que tuvieran grabaciones inéditas de la música de los Beatles para difundirlas en la radio y compartirlas con el público.

Manuel, posteriormente, acudió al llamado, debido a que anteriormente un conocido suyo había asistido pero no tuvo suerte en la explicación exacta de los Beatles. Adolfo Fernández vio después en Manuel, el interés y gusto hacia la música de los Beatles y de otros grupos musicales.

Empezó a ser comentarista de los viernes dentro de la emisión del programa de los Beatles por Radio Éxitos, al proporcionar datos de las canciones que se difundían, aunque en ese momento no contaba con un sueldo. En 1981, Adolfo Fernández lo contrata para trabajar de tiempo completo en Radio Hits, hoy Stereo 97.7 FM.

Debido a su fanatismo por la música y obra de los Beatles, sin querer, Manuel Guerrero llegó a ser conductor de “El Club de los Beatles”, el cual, más adelante, tuvo la experiencia de conocer y entrevistar personalmente a Paul McCartney, y comentarle de la existencia, desde hace mucho tiempo, del programa.

Anteriormente, Manuel conoció a Ringo Starr cuando éste último vino a Durango a filmar la película “El cavernícola”; habló por teléfono con John Lennon desde Los Ángeles hasta Nueva York<sup>31</sup>; y también conoció, aquí en México, a George Martin, productor discográfico de los Beatles.

---

<sup>31</sup> <http://www.universalstereo.com.mx> [julio 2004]



Al contar aproximadamente con diez años en el programa y más de veinte en Grupo Radio Centro, Manuel Guerrero menciona que su mejor reconocimiento durante todo ese tiempo ha sido la gente que ha sintonizado el programa, pues ésta, ha influido en la duración de “El Club de los Beatles”, y la única forma de agradecerles es difundir más la música del cuarteto de Liverpool y sus comentarios.

Para Manuel Guerrero, al finalizar sus emisiones dentro del programa, se despide al mencionar su tradicional *slogan* que lo ha caracterizado, diciendo en él, que: “La Beatlemania... es universal”.



### 2.5.3. Enrique Rojas

Enrique Rojas es egresado de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. La inquietud que desde antes él demostró por interpretar los conceptos trabajados hace tiempo, en estudiar las canciones y las biografías de los intérpretes e ídolos de la época, lo llevaron a incorporarse al Grupo Radio Centro en 1979.

Durante su trayectoria dentro de la empresa radiofónica, Enrique Rojas ha expresado su forma de ver la música generada del *rock 'n roll*, desde la segunda mitad de la década de los cincuenta, hasta la última década del milenio pasado.

Además de transmitir la música del cuarteto de Liverpool en “El Club de los Beatles”, ha difundido otros espacios en la emisora donde ha presentado un gran número de melodías, clásicas y no tan clásicas, que ya son parte del recuerdo producidas entre la década de los sesenta y noventa.

Por otro lado, Enrique Rojas se mantiene muy al tanto de los eventos realizados dentro de la emisora, y además de otros eventos ajenos que tengan vínculo con los Beatles, y por lo tanto, está en contacto con Manuel Guerrero en relación con todo lo referente a las noticias del grupo.



## 2.6. El perfil del programa

Si nada más se retoma el perfil de la estación que difunde a “El Club de los Beatles”, este perfil puede estar constituido por un determinado público, ya que los radioescuchas que sintonizan Universal Stereo, se componen de adultos contemporáneos que van de los 30 a 45 años de edad y de adultos jóvenes de los 23 a 30 años (*ver apartado 4 del capítulo 1, pág. 42*). Aunque también, lo escuchan personas de otras edades, pero son la minoría.

En cuanto al perfil del programa, al tratarse de un espacio con el mayor número de *rating* de la estación y de alternar la vida y obra de los Beatles, se puede decir, que va dirigido a un público indeterminado de radioescuchas.

El tiempo de transmisión del programa, desde sus orígenes hasta hoy en día, ha beneficiado a su público con base en la música de los Beatles. Aunque este grupo haya desaparecido, ha originado una tradición musical desde hace tiempo y todavía continúa hasta nuestros días, con nuevas generaciones de distintas edades.

Debido a la trascendencia del programa, del contenido de su formato y de otros elementos, han llamado la atención del público joven para escucharlo, y del público contemporáneo, para recordar a los Beatles en sus épocas respectivas.

Por otra parte, no siempre se debe referir solamente a la edad del público que sintoniza el programa. El género humano, las distintas condiciones sociales del público, ocupaciones, niveles de escolaridad, etc., son involucrados en la audiencia de "El Club de los Beatles".

Queda claro que dentro de la emisión del programa, se pueden encontrar: niños, adultos, hombres y mujeres, de clase social diferente, niveles de educación, profesión, de distintas procedencias de vivienda, conocedores y no conocedores de la música de los Beatles, entre otros (*ver gráficas correspondientes a cada rango en el capítulo 4, pág. 142-147*).

En pocas palabras, y para culminar esta explicación, el perfil del programa se compone de la gente que gusta de la música de los Beatles.

Manuel Guerrero comenta que a pesar de la demanda del programa por parte de mucha gente, y ésta quiera participar, en mandar saludos, dedicatorias, etc.,

es imposible realizar aquellas peticiones, ya que la emisión se difunde para una gran cantidad de público.

## 2.7. Interacción con el público radioescucha (usos y gratificaciones)

“El Club de los Beatles” siempre ha estado al margen del público radioescucha que lo sintoniza. La respuesta mostrada por este público, es una forma de agradecer la música y la información proporcionada en el programa con respecto al cuarteto de Liverpool.

Por eso mismo, el programa de radio también ha buscado la manera de agradecer el gran favor de su público y fanáticos del grupo que lo escuchan, al realizar eventos muy especiales, obsequiando regalos, invitaciones, etc., y así, complacerles de esa forma al estar al tanto de su programación.

Debido a este sistema, constantemente, se presenta una buena comunicación entre el programa y el público, plena y mayor, conllevando a un procedimiento de total reciprocidad. Por lo tanto, la gente agradece al escuchar el programa y éste hace lo mismo al ofrecer sus promociones.

Un claro ejemplo de ello, es ser partícipe directo de “El Club de los Beatles” con una credencial que permite ser socio del programa, y con aproximadamente treinta años de origen, ha presentado y adquirido más interacción del público por el programa.

El origen, de ser socio de “El Club de los Beatles”, se debió a la idea del señor Adolfo Fernández Cepeda, cuyo objetivo es regalar discos, películas, invitaciones a conciertos, carteles, hoy en día DVD´s, etc., a los radioescuchas del programa. También, este propósito fue con la intención de realizar dinámicas de manera muy exclusiva con los fanáticos del grupo que sintonizan la estación.

Para Manuel Guerrero, dicho método es un medio de agradecimiento hacia la gente que ha prestado su atención al programa, y que desde hace mucho tiempo, lo ha mantenido con base en sus comentarios, peticiones, propuestas, sugerencias, entre otros.

De echo, ser socio de "El Club de los Beatles", representa mucha demanda por parte del público. Se menciona, que aproximadamente son un millón de personas asociadas con el programa, y aún la emisora sigue obsequiando las credenciales en cualquier punto de la ciudad.

El procedimiento de regalar cualquier artículo al público, a través del programa y de la estación, consiste en realizar preguntas con base en datos históricos acerca de los Beatles, frases, canciones difundidas en el programa, intérpretes, autores y un sin fin de cosas. Todo esto corresponde, con el número de la credencial del radioescucha.

Por otro lado, una de las mejores gratificaciones concedidas por el programa a su público radioescucha, fue el haber obsequiado entradas de primera fila al concierto de Paul McCartney cuando vino a México y se presentó tres veces en el Palacio de los Deportes en noviembre de 2002.

Por supuesto, los ganadores tuvieron mucho que ver con el uso de sus credenciales para dicho evento, pues dependieron de su numeración, o en algunos casos, mencionar completamente varias frases que difundía a cada momento la emisora.

Dependiendo del tipo de evento abordado en el programa y en la estación, mucha gente, al ser socio o no de "El Club de los Beatles", ha tenido mucha participación. El festival de una compañía discográfica (EMI Capitol) y la estación realizaron un evento en diciembre de 2003. La gente interesada acudió a la cita en los días correspondientes.

El acontecimiento fue en el estudio de grabación Capitol<sup>32</sup> que, con anterioridad, se había anunciado por Universal Stereo. El propósito fue, por un lado, conmemorar y recordar otro año más de la desaparición física de John Lennon, y por el otro, presentar el lanzamiento del disco de los Beatles: *"Let it be... naked"*.

La respuesta de la gente fue satisfactoria. Los conductores de "El Club de los Beatles": Manuel Guerrero y Enrique Rojas fueron las personas encargadas de dirigir dicho evento y los responsables de regalar obsequios a la gente que disponía en el momento de su credencial del club.

Así como el público radioescucha exige nuevas secciones al programa para que lo vea más interesante, de alguna forma, sucede con la petición de más eventos relacionados con los Beatles. Manuel Guerrero comenta, que es mejor no realizar eventos de manera frecuente, pues: "de lo bueno, poco", para hacerlo más interesante.

Mientras tanto, el programa recibe un gran número de correos electrónicos de la gente, señalando su satisfacción, su agradecimiento, y sobre todo en expresar sus anécdotas relacionadas con los Beatles. Al ser muchas de éstas, los conductores mencionan las más interesantes al público radioescucha.

La interacción entre el "El Club de los Beatles" y el público ha sido muy buena y de mucha importancia, pues además de difundirse el programa, realiza otro tipo de contacto para familiarizarse más con los radioescuchas de manera física, invitándolos a asistir a diferentes eventos especiales que incumben a la emisora y a los Beatles.

---

<sup>32</sup> Estudio discográfico inaugurado por Ringo Starr en 1975.

“La cabina en el súper”, un concepto más de Universal Stereo, es otro ejemplo que demostró un acercamiento más hacia los radioescuchas, cuando la cabina de transmisión se instaló en distintas tiendas departamentales al conducir el espacio radiofónico de los Beatles”. Únicamente a Enrique Rojas le ha tocado realizar esta labor dentro de las emisiones del programa.

De alguna forma, ha sido tan importante la respuesta demostrada entre la emisión del programa y recepción del público radioescucha, pues con la difusión de la música y vida de los Beatles por Universal Stereo, la gente con sus opiniones, su participación, satisfacción, etc., se encuentra todavía viva la idea de escuchar más a los Beatles en pleno siglo XXI, a pesar de que el grupo lleva 35 años de haber desaparecido.

Retomando los principales puntos en este apartado, el público radioescucha de “El Club de los Beatles”, demuestra sus “usos” en todo lo relacionado a la música y obra del grupo.

El uso de la credencial, por parte de los socios del club, es una buena estrategia del programa para especificar y concretar a un público interesado que desee escuchar la música de los Beatles a través de una frecuencia radiada, y así, poder participar y ganar obsequios de la emisora donde en otras partes es casi imposible adquirir regalos de esa naturaleza.

Por lo tanto, los indispensables usos del radioescucha se encuentran dentro de la música, los Beatles y de la información proporcionada y difundida en el programa, y todo esto, debe de conllevar a una gratificación por parte del mismo.

Cada beneficio personal del público radioescucha, ofrecidos en los usos de “El Club de los Beatles”, debe también otorgarle sus propias gratificaciones, aunque en general para todo el público, son los mismos “usos” y son las mismas “gratificaciones”.

El simple hecho de contar con un programa de mucha trascendencia musical e informativa que a su vez tenga el interés de organizar eventos, tanto a su público como los demás que gusten de la música de los Beatles, ya se toma una gratificación de este gran uso proporcionado.

Hay que señalar, que cualquier tipo de gratificación dada, debe contar justificadamente con el empleo de los usos, y en relación con el programa y el público, se comprueba la conexión de los "usos y gratificaciones".

Esto último, infiere a continuación, en el siguiente capítulo, la explicación teórica de este método que va aunado con los estudios metodológicos del proceso de la comunicación masiva y en relación, fundamentalmente, con la audiencia de "El Club de los Beatles".

El interés de haber abordado y explicado la distribución del programa de manera general, desde sus orígenes, sus facetas hasta nuestros días, es dar a conocer los elementos que lo han establecido por muchos años al aire, considerando que es el único programa en el mundo con gran trayectoria, y trata, transmite, expresa, informa, comenta, entretiene, etc., música, vida, obra, noticias, entre otros elementos, acerca del mejor grupo musical del siglo pasado, los Beatles, y así como también lo han sido en sus carreras como solistas.

La intención de abordar este capítulo, es relacionar la trascendencia del programa con el objeto de estudio de esta investigación, que da pie a detallar su contenido con el interés personal otorgado por parte de los radioescuchas mediante su interacción a la emisión del programa de radio.



### **CAPÍTULO 3. MODELO TEÓRICO DE LOS “USOS Y GRATIFICACIONES”**

Ahora corresponde, desarrollar y explicar, dentro de este capítulo, el objetivo principal de este trabajo de investigación con el uso y aplicación del estudio metodológico de una de las teorías de la comunicación de masas.

En el capítulo anterior se dio a conocer la descripción del programa de radio musical: “El Club de los Beatles”, el cual, a través de su estructura permite a su público radioescucha interactuar con él, y por lo tanto, conlleva analizar este procedimiento con base en una teoría y que tenga relación con este tipo de estudio.

En este capítulo, de alguna manera, corresponde su explicación por el empleo de la teoría funcionalista de “usos y gratificaciones”, y que posteriormente en el siguiente y último capítulo su metodología le permite ser aplicada al objeto de estudio: la audiencia del programa de radio.

Por ello, es de suma importancia e interés, contar con el apoyo de una metodología que permita explicar con los resultados obtenidos el estudio de recepción (audiencia) de “El Club de los Beatles”, que se adecue a la explicación y desarrollo de la teoría funcionalista antes mencionada.

Todo esto, surge de una inquietud personal, que consiste en saber y demostrar cómo un programa de radio que simplemente fue una prueba de difusión en 1964, y hasta la fecha, ha sido el programa con más *rating* dentro de toda la programación de la emisora que lo difunde.

De esta manera, dicha teoría, en el desarrollo de su estudio, permite explicar y estudiar los “usos” retribuidos al público radioescucha que sintoniza el programa de radio “El Club de los Beatles”, y las “gratificaciones” corresponden al público

que en el programa averiguan, se informan, se entretienen, etc., con base en la música e información acerca de los Beatles.

### 3.1. Aspectos teóricos de los “usos y gratificaciones”

Dentro del campo de las ciencias sociales se puede encontrar el estudio de la comunicación masiva que solamente constituye al proceso de investigación de la comunicación humana, y da como nombre: ciencias de la comunicación.

La explicación de este objeto de estudio da como la ciencia que “intenta comprender la producción, procesos y efectos de los sistemas de símbolos y signos, disponiendo así, a la generación de teorías comprobables que abarquen generalizaciones legítimas y/o susceptibles de explicar y describir los fenómenos incorporados a la producción, procesos y efectos”. Dicha ciencia es adepto de un establecido modelo de investigación: el estudio cuantitativo del comportamiento comunicador (emisor) y sus causas (efecto).<sup>1</sup>

Por lo tanto, las teorías, al ser consideradas como aquellas herramientas que sirven para examinar un objeto de estudio, son fundamentales dentro de la investigación, en este caso, de los procedimientos presentados en el desarrollo de los fenómenos de la comunicación.

A todo esto, se presentan un número distinto de teorías de la comunicación y establecidas con base en a) el contexto social, histórico, económico en que un determinado modelo teórico, sobre las comunicaciones masivas, ha aparecido o difundido; b) el tipo de teoría social implica o explícitamente declarada de las teorías mediológicas; y c) el modelo del proceso comunicativo que presenta cada teoría medialógica.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> McQuail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós. México, 2001, pág. 35.

<sup>2</sup> Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós. México, 2002, pág. 21.

Además, esto conlleva a un enlace de conexiones entre las diferentes teorías de los medios en relación con la explicación de los tres factores, dando en algunos casos, en sus términos, a un conjunto coherente de proposiciones, hipótesis de investigación y adquisiciones verificadas.<sup>3</sup>

Por lo tanto, es conveniente desarrollar y explicar una de las teorías que ha descendido de la escuela funcionalista sociológica y va relacionada con el estudio de los medios de comunicación: la teoría de los usos y gratificaciones.

Es necesario tomar en cuenta esta teoría de la comunicación, ya que será el factor primordial de sobrellevar este trabajo de investigación con base en su procedimiento con el público radioescucha de "El Club de los Beatles", pues, como se puede ver, esta teoría, en su estudio, se puede utilizar en cualquier medio de comunicación solicitado por la audiencia, ya sea: prensa, cine, televisión, y en este caso, la radio, abordado en el primer capítulo en relación con la radio musical a donde el programa de radio pertenece.

A partir de que Harold D. Laswell, un sociólogo e investigador de los procesos de la comunicación masiva, haya generado su tradicional fórmula: ¿quién dice por qué canal a quién y con qué efecto?<sup>4</sup>, se han incrementado nuevos diseños que dan paso a la explicación de estudios teóricos relacionados con el consumo de los medios de comunicación, análisis de audiencia y análisis de los efectos.

Sin embargo, investigaciones realizadas por Paul F. Lazarsfeld, un sociólogo austriaco, que analizaba el papel de la radio dentro de los distintos tipos de público, y éstos, demostraran interés personal por un programa en específico y llegando, a la vez, al entretenimiento, demostraron que contienen tres formas

---

<sup>3</sup> *Loc. Cit.*

<sup>4</sup> Mattelart, Armand y Michele Mattelart. *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós. España, 2003, pág. 30.

distintas de conocer lo que un programa de radio significa para el público: análisis de contenido, características de los oyentes y estudios sobre las gratificaciones.<sup>5</sup>

Éste último, plantea la pregunta acerca de los efectos que producen entre consumidores y los medios: ¿qué hacen las personas con los medios?, cuando antes la pregunta era al revés, y ahora, interpretando ¿por qué ellos escuchan un determinado programa?

Este procedimiento comienza a tomar medidas, en lugar de estudiar lo que los medios hacen con el público, se debe estudiar lo que el público hace con los medios y sus mensajes, dando así nuevos enfoques de la percepción selectiva de la gente que selecciona y determina, en cuanto a: ansiedades, expectativas, gratificación a los medios, etc.<sup>6</sup>

Este problema conllevó a que investigadores se interesaran por estudiar, y sobre todo analizar, los efectos producidos por la gente al tener contacto con los medios de comunicación, planteando así una metodología que examinara las gratificaciones, y considerando este estudio ser el mejor de los tres ya mencionados anteriormente por Lazarsfeld, de ser una de las aproximaciones completas de lo que un programa significa para las propias personas.

Además, dentro de los mismos estudios de los medios se encuentra la interdependencia que involucra a los medios de comunicación y la sociedad al encontrarse en constante interacción, lo que los medios responden a las demandas de información y entretenimiento por parte de la sociedad, alentando a la innovación de generar nuevas demandas de comunicación.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pp. 52 -53.

<sup>6</sup> De Moragas, Miguel. *Teorías de la comunicación*. Gustavo Gili. España, 1984, pág. 48.

<sup>7</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 114.

Por ende, esta explicación señalada entre los medios de comunicación y la sociedad, y ésta última, influya en la elección de programas, ponen de manifiesto el uso tomado por el público, en este caso el radioescucha, en sintonizar el programa de radio: "El Club de los Beatles", que cuenta con un alto *rating* de audiencia al difundir música e información acerca de los Beatles.

Esto, de alguna manera, al sintonizar el programa es el "uso" desempeñado por el público, demostrando así su "gratificación" por el ofrecimiento de las emisiones del programa, al entretener e informar.

Si retomamos de nuevo los objetivos principales del programa musical de radio que uno de los conductores señaló con sus propias palabras, Manuel Guerrero, se adentraría al estudio de la audiencia con la teoría funcionalista "usos y gratificaciones":

"Transmitir, dentro del programa, la música de los Beatles que intenta emitir un sentimiento positivo de ánimo a la gente. Es informar las actividades que se llevan a cabo dentro del grupo musical, Paul y Ringo que están vivos y de John y George cualquier cosa relacionada con ellos. Eso en cuanto a la actividad, y en cuanto antes, detalles curiosos, fechas de grabaciones, anécdotas, lo que les pasó, hacer efemérides, presentar canciones raras, etc. Es dar un aspecto mayor de la obra de los Beatles de la que se pudiera tener, más interior y analítica, lo que intenta dar a conocer lo más nuevo, las noticias e información de antes, haciendo la combinación entre música y palabra: música e información."<sup>8</sup>

Dicho propósito del programa, primero, da pauta a recordar el agrado por la música de los Beatles por parte de la gente de aquella generación, y segundo, llamar la atención de la gente joven por la misma música.

Por eso mismo, mucha gente fanática del grupo se encuentra incluida en escuchar las dos emisiones por día del programa, pues, con base en su estructura

---

<sup>8</sup> Guerrero, Manuel. *El Club de los Beatles*. Entrevista personal. Foro Coyoacanense "Hugo Argüelles", Coyoacán, D.F., México, 16 de mayo, 2004.

general de su contenido, los radioescuchas y fanáticos interactúan con él, conllevando así, como el espacio de mayor *rating* de la emisora y de mayor tiempo de difundirse al aire.

Asimismo, la radio, como medio de comunicación, al ser el instrumento y medio para difundir a “El Club de los Beatles”, puede facilitar un apego a la centralización y formación del público, predominándose dentro de la sociedad. Es decir, un programa de radio cuya intención es entretener al público, debe mantenerse en esa línea, evitando cualquier cosa que pueda originar críticas sociales, donde además, no debe alejarse de sus oyentes sino sustentar los prejuicios de su público porque, a partir de cualquier programa, se desempeña una labor muy importante.<sup>9</sup>

Por dichas razones, la audiencia o el público ha sido objeto de indagaciones por varias circunstancias, lo que su conocimiento conforma una herramienta importante para los comunicadores, pues su estudio es indispensable para los objetivos de los efectos. Dentro de los estudios de la sociedad y de la conducta, el uso de los medios es un tema de estudio desde que éstos configuran un componente importante de la vida cotidiana y por sus numerosas interrelaciones.<sup>10</sup>

Entonces, al ya adentrarme al objeto de estudio de la audiencia del programa de radio, se debe considerar una metodología que determine finalmente la hipótesis de este trabajo: “El público radioescucha que sintoniza el programa “El Club de los Beatles” no dejará de escucharlo porque se sienten atraídos por la vida y obra de los Beatles, que de alguna manera, les permite recordar épocas pasadas, y al mismo tiempo, atrae a las nuevas generaciones, teniendo en cuenta que dicho programa, es fuente de entretenimiento y de información acerca del grupo.”

---

<sup>9</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pp. 108-109.

<sup>10</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 432.

Dentro del procedimiento de estudio de la comunicación masiva se encuentra la audiencia (receptor), hay cuatro variables que explican este procedimiento, y posteriormente, se anexa otra más, que dan paso al estudio de los “usos y gratificaciones” de los medios. Lazarsfeld y Katz en su obra: *La influencia personal*<sup>11</sup>, lo explican de esta manera:

- Exposición: acceso o grado de atención que la gente o público al tener contacto con el medio de comunicación presenta factores políticos, económicos, tecnológicos y voluntarios, y da inicio a la investigación de las audiencias.
- Medio: el mensaje es modificado de acuerdo con el canal por el que se transmite, y ello, organiza a los estudios comparativos de los medios de comunicación masiva.
- Contenido: se agrupa en el estímulo, y esto, de alguna manera, causa variantes en los efectos, considerándolo como análisis de contenido.<sup>12</sup>
- Actitudes: se dan por las predisposiciones psicológicas que alteran o transforman el significado de los mensajes.
- Relaciones interpersonales: la gente busca un beneficio personal cuando los mensajes mediáticos se difunden a la sociedad desde los líderes de opinión en los grupos sociales muy pequeños, por ejemplo, la familia. Aquello, se refiere al estudio de los “usos y gratificaciones” en la audiencia de los medios.

---

<sup>11</sup> Katz, Elihu y Paul F. Lazarsfeld. *La influencia personal*. El individuo en el proceso de comunicación de masas. Hispano Europea. España, 1979, pp. 23-32.

<sup>12</sup> Para la definición del análisis de contenido ver la página 52 del libro abordado de Mauro Wolf.

Dichas variables influyen en el procedimiento existente entre el emisor y receptor, pero se destaca más en la última porque le corresponde más a emplearse por referirse a la audiencia que hace uso de un medio de comunicación.

Entonces, se toma en cuenta la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” por el sentido tomado en consideración por las funciones que desempeñan algunos elementos regulares, estandarizados y rutinizados por el proceso de los medios de comunicación representados, originando, por ejemplo al receptor, a dirigirse a un determinado medio para entretenerse, y llegar como etapa final del procedimiento, a la gratificación de sus principales necesidades.<sup>13</sup>

Por lo tanto, es sumamente entendible el proceso de la comunicación masiva, como también el motivo de las gratificaciones a las necesidades comprobadas por el receptor, dando a entender que los medios de comunicación son efectivos cuando el receptor les atribuye una eficacia sobre la base de la gratificación de las necesidades.

Asimismo, el enfoque de usos y gratificaciones ha tomado muy en serio a la elección, recepción y a las respuestas generadas por la audiencia, ya que ésta elige, de manera motivada y conciente, entre los contenidos ofrecidos en determinado medio. A raíz de esto, el uso de los medios son un proceso interactivo, en el que intervienen contenidos mediáticos, necesidades y la percepción personal, los papeles y valores y el contexto social del individuo.<sup>14</sup>

Del mismo modo, según McQuail, hay varias líneas teóricas en relación con una formación inicial y dominante dentro del funcionalismo, ya que esta formulación también tiene que ver con el procedimiento de la comunicación y de la audiencia:

---

<sup>13</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pp. 77-78.

<sup>14</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 481.



1) los orígenes sociales y psicológicos de las 2) necesidades, que generan 3) expectativas en cuanto a los 4) medios de comunicación de masas u otras fuentes, que conducen a 5) pautas diferenciales de exposición mediática (la realización de actividades) que generan 6) satisfacciones de dichas necesidades y 7) otras consecuencias, la mayoría muy probable involuntarias.<sup>15</sup>

Con ello, las causas por el uso de los medios de comunicación se presentan en situaciones sociales y psicológicas, y cada medio es utilizado para la satisfacción de las necesidades del público en aspectos como la búsqueda de información, diversión, aprendizaje social, desarrollo, etc.<sup>16</sup>

Además, se puede encontrar una nueva fórmula que el mismo McQuail da a conocer detalladamente y con exactitud con base en los “usos y gratificaciones” de los medios:

1) las circunstancias sociales y disposiciones psicológicas individuales 2) influyen tanto en lo hábitos generales de uso de los medios como en las 3) creencias y expectativas referidas a las ventajas ofrecidas por los medios, que configuran 4) acciones específicas de elección y consumo mediáticos, seguidas de 5) valoraciones de la experiencia (con consecuencias para el uso posterior de los medios) y, posiblemente, de 6) aplicaciones de las ventajas obtenidas en otros ámbitos de la experiencia y de la actividad social.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, pág. 482.

<sup>16</sup> Aquella breve explicación antes dicha por McQuail, puso de manifiesto a que los teóricos de la teoría funcionalista de “usos y gratificaciones” hayan aumentado la labor de las diferencias personales más allá de la labor de variable interviniente que ejercen en los modernos enfoques del estímulo y respuesta, llevados a cabo entre el medio y el público. De Fleur, Melvin y Sandra Ball-Rokeach. *Teorías de la comunicación*. Paidós. México, 1987, pág. 254.

<sup>17</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 483.

De esta forma, de acuerdo con esta explicación, se puede hallar que también el receptor es un iniciador, tanto en el sentido de dar origen a los mensajes de retorno, como en el sentido de llevar a cabo los procesos de interpretación con un cierto grado de autonomía, ya que el receptor “actúa” acerca de la información de la que dispone y la “usa”<sup>18</sup>. El receptor pasa ser un sujeto comunicativo de pleno derecho: emisor y receptor son eficaces en el procedimiento de la comunicación.<sup>19</sup>

Un ejemplo de esta explicación, lo podemos encontrar dentro de la programación musical de “El Club de los Beatles”, donde Manuel Guerrero señala que esta programación se realiza con base en las peticiones del público radioescucha, lo que significa, que también el público es un iniciador al sugerir las canciones de los Beatles y como solistas de su mayor agrado.

De acuerdo con las funciones psicológicas y sociales de la comunicación masiva y de los “usos y gratificaciones”, se establecen cinco necesidades dentro de los medios y pueden satisfacer al público. Katz, entre otros investigadores, lo señalan así:<sup>20</sup>

- a) necesidades cognoscitivas (adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión)
- b) necesidades efectivas-estéticas (esfuerzo de la experiencia estética, emotiva)
- c) necesidades integradoras a nivel de la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la creatividad y del estatus)

---

<sup>18</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pág. 79.

<sup>19</sup> De acuerdo con este punto, es importante tomarlo en cuenta, ya que permite aclarar una doble importancia de la teoría funcionalista de los “usos” y “gratificaciones”. Por un lado, inscribe en la teoría funcionalista de los medios, prosiguiéndola y representando su desarrollo empírico más consistente; por otro lado, también se integra en el movimiento de revisión y de superación del esquema informacional de la comunicación. *Loc. Cit.*

<sup>20</sup> *Ibidem*, pp. 80-81.

- d) necesidades integradoras a nivel social (refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, amigos, etc.)
- e) necesidades de evasión (relajación de las tensiones y de los conflictos)

Además, dentro de estas necesidades y del uso de los medios de comunicación que van relacionados con el sistema social<sup>21</sup>, la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” está relacionada con las necesidades del receptor como una variante independiente para el estudio de los efectos, por lo que dicha teoría coincide con cinco puntos fundamentales:<sup>22</sup>

1. la audiencia es considerada como activa, ya que al usar los medios de comunicación corresponde a un propósito.
2. durante el procedimiento de la comunicación masiva, la mayor parte de iniciativa corresponde del receptor en cuanto a necesidades y elección quiera de los medios.
3. de alguna manera, los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de las necesidades.
4. el uso de los medios se encuentra destinado con base en datos proporcionados a través de sus receptores, ya que éstos últimos demuestran sus propios intereses y motivos en seleccionar y elegir a los medios.
5. los juicios de valor sobre el significado cultural de la comunicación masiva deben de conservarse en suspenso hasta que las orientaciones de la audiencia no sean estudiados en sus mismas cuestiones.

---

<sup>21</sup> Por sistema social se entiende una abstracción no muy lejos de las conductas, observables y empíricamente verificables de las personas que ejecutan la acción. Es en sí, un complejo de acción estable, repetitiva y pautada, que es en primera parte, una manifestación de la cultura compartida por sus actores, y en segunda, una manifestación de las orientaciones psicológicas de los actores. De Fleur, Melvin y Sandra Ball-Rokeach. *Teorías de la comunicación*. Paidós. México, 1987, pág. 232.

Por lo que además, un sistema social, es concebido como un organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema. Su equilibrio y estabilidad se realizan a través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en su conjunto. *Ibidem*, pág. 234.

<sup>22</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pp. 81-82.

### **El uso de los medios como actividad social**

- El uso de los medios (elección y momento) presenta diferencias de carácter social y cultural.
- El uso de los medios (contenidos y comportamientos) está regido por normas formales e informales.
- El uso de los medios se estructura a menudo en función de las pautas de relaciones sociales.
- El uso de los medios tiene de por sí un carácter sociable y sirve de base a otras interacciones sociales.
- La gente suele experimentar un fuerte apego a sus hábitos de usos de los medios.

*Cuadro 1: modelo de los usos de los medios por McQuail<sup>23</sup>*

Asimismo, el origen de las gratificaciones que el receptor extrae de los medios de comunicación pueden ser de manera productiva, tanto el contenido exacto del mismo mensaje, como la exposición al medio en sí misma, a la particular situación comunicativa ligada a un determinado medio. El contenido del mensaje resulta en segundo término en el estudio de las reacciones de la audiencia.<sup>24</sup>

Por lo tanto, la actividad que demuestra y desempeña el receptor al seleccionar a un medio, procede a ser parte firme del proceso comunicativo, integrando un componente imposible de desaparecer. Aunque se debe de superar: al plantear señalar a la audiencia como *partner* (socio o cómplice) activo del proceso de comunicación, lo que da entender, que el uso de los medios se encuentra destinado a un propósito: la elección del mejor medio para satisfacer las necesidades.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 474.

<sup>24</sup> El significado del uso de los medios no es evidenciable únicamente por el análisis de su contenido o por los parámetros sociológicos tradicionales con los que se describe al público. Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pág. 85.

<sup>25</sup> Las conexiones entre satisfacción de la necesidad y elección del medio de comunicación al que interactúa, se encuentra representada como una opción del destinatario en su proceso racional de adecuación de los medios dispuestos a los propósitos perseguidos. *Ibidem*, pág. 86.

### Uso activo de los medios

- Selectivo.
- Motivado.
- Implicado.
- Planificado.
- Resistente a las influencias.
- Sociable.
- Crítico.
- Reactivo.
- Interactivo.

*Cuadro 2: el uso activo de los medios por McQuail.<sup>26</sup>*

Con base en esta explicación acerca de la audiencia, se pueden encontrar cuatro tipos en ella, las que son catalogadas de acuerdo con las necesidades y satisfacciones de los medios de comunicación: a) el grupo social; b) conjunto de satisfacción; c) grupo de fanáticos o cultura de gustos y d) audiencia del canal o medio<sup>27</sup>. Aunque, por otra parte, existen otros tipos de audiencias que se derivan de su estructura: a) audiencia potencial; b) audiencia de pago y c) audiencia alcanzada.

Asimismo, se pueden encontrar factores propios de las audiencias que van de lo general a lo particular y de lo antiguo a lo reciente: a) circunstancias generales, sociales y culturales; b) disponibilidad; c) hábitos; d) preferencias generales en cuanto a contenido, gustos e intereses; e) conocimiento de las alternativas y f) contexto de uso de la televisión.<sup>28</sup>

Por otro lado, también se pueden hallar las actividades de la audiencia dentro de los usos de los medios de comunicación, como: a) selectividad; b) utilitarismo

---

<sup>26</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág.480.

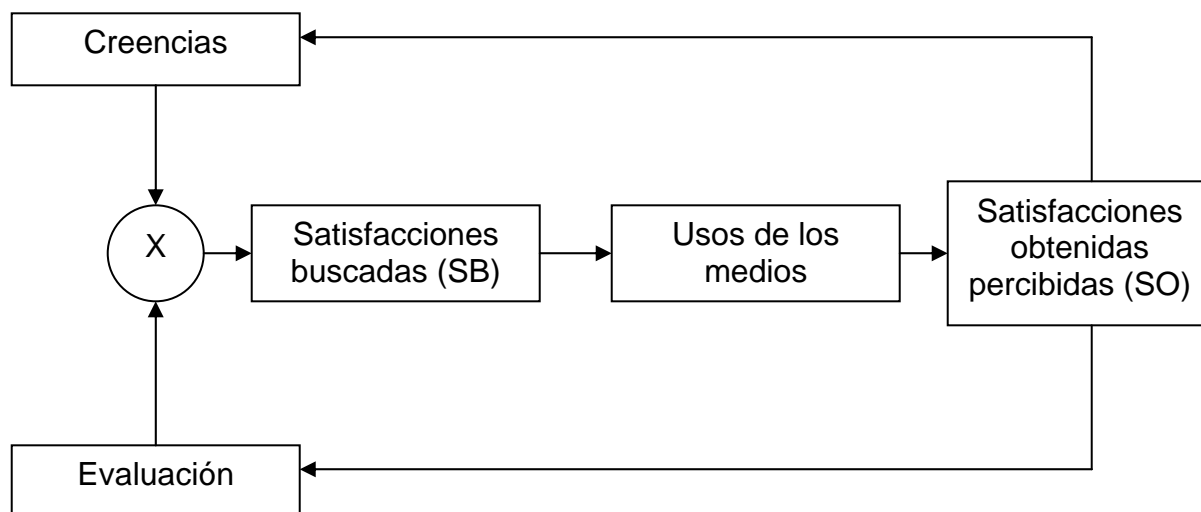
<sup>27</sup> *Ibidem*, pp. 441 - 442.

<sup>28</sup> *Ibidem*, pp. 458 - 459.

(relación con los usos y gratificaciones); c) intencionalidad; d) resistencia a la influencia y e) implicación.<sup>29</sup>

La teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” señala a la audiencia como un conjunto de individuos divididos o separados del ambiente y del contexto social, demostrando en ellas sus propias experiencias, por lo que las necesidades y los significados atribuyen al uso de los diferentes tipos comunicativos.<sup>30</sup>

Las gratificaciones, por parte de la audiencia, suelen derivar de la utilización de los medios de comunicación en general o dependen también de establecidos tipos o contenidos, dando así orientación (*feedback*) para posteriormente, seleccionar en relación con la existencia de información sobre los medios.<sup>31</sup>



*Modelo de "expectación-valoración" de las satisfacciones mediáticas buscadas y obtenidas (Palmgreen y Rayburn, 1985) expuestas por McQuail.<sup>32</sup>*

<sup>29</sup> *Ibidem*, pp. 478 - 479.

<sup>30</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pág. 88.

<sup>31</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 462.

<sup>32</sup> *Ibidem*, pág. 462.

De igual manera de acuerdo con McQuail se puede mostrar el siguiente cuadro que señala los motivos del uso de los medios de comunicación:

- Motivos y satisfacciones de uso de los medios**
- Obtener información y consejos.
  - Reducir la inseguridad personal.
  - Aprender sobre la sociedad y el mundo.
  - Encontrar respaldo a los valores propios.
  - Descubrir aspectos de la propia vida.
  - Experimentar empatía por los problemas ajenos.
  - Servir de base para los contenidos sociales.
  - Servir de sustituto a los contactos sociales.
  - Sentir conectado con los demás.
  - Escapar de los problemas y preocupaciones.
  - Penetrar en un mundo imaginario.
  - Pasar el tiempo.
  - Experimentar un desahogo emocional.
  - Obtener una estructuración de la rutina diaria.

*Cuadro 3: razones del uso de los medio, por McQuail.<sup>33</sup>*

Durante los últimos años, la teoría de los “usos y gratificaciones” ha demostrado algunos ajustes en su estructura con base en los efectos que se le han presentado sobre los medios. Por lo tanto, Karl Eric Rosengren, un investigador sueco y especialista sobre los efectos y usos de los medios de comunicación<sup>34</sup>, demuestra un esquema en relación con la audiencia, los medios y por supuesto con los “usos y las gratificaciones”:<sup>35</sup>

1. necesidades humanas fundamentales a nivel biológico y psicológico.

En relación con

---

<sup>33</sup> *Ibidem*, pág. 484.

<sup>34</sup> <http://www.infoamerica.org> [octubre de 2004]

<sup>35</sup> Wolf, Mauro. *Op. Cit.*, pp. 88-90.

2. distintas combinaciones de características intraindividuales y extraindividuales

Y en relación con

3. estructura social, incluida la estructura del sistema de los medios.

Dan un lugar a

4. diferentes combinaciones de problemas que el individuo percibe con mayor o menor intensidad.

Y además dan lugar a

5. posibles soluciones a dichos problemas.

La combinación de problemas y sus correspondientes soluciones dan forma a

6. motivos para realizar comportamientos de gratificación de las necesidades y/o solución de los problemas.

Que desembocan en

7. modelos diferenciados de consumo de los medios.

Y en

8. modelos diferenciados de otros tipos de comportamiento social.



Estas dos categorías proporcionan

9. modelos distintos de gratificación o de no gratificación.

Que influyen en

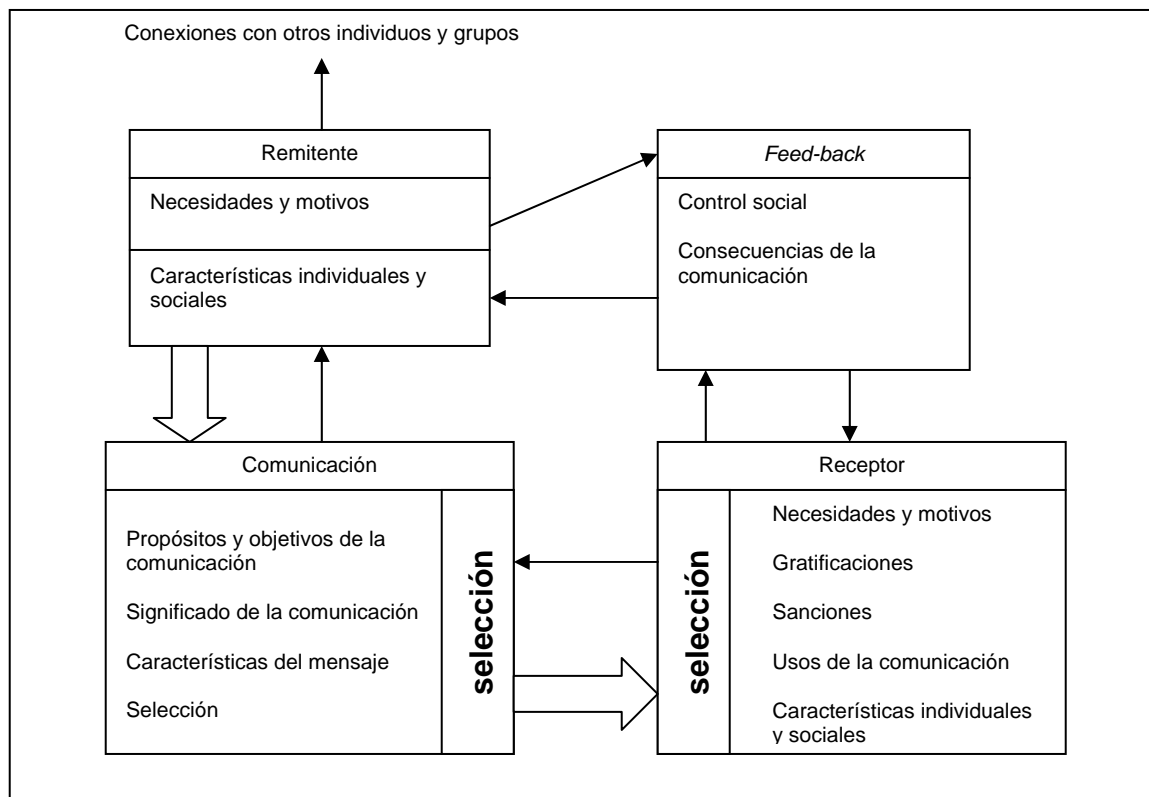
10. la combinación específica de características intraindividuales y extraindividuales.

Al igual que, en última instancia, influyen también en

11. la estructura del sistema de los medios y de las demás estructuras (cultural, política, económica) de la sociedad.

De acuerdo con estas explicaciones basadas principalmente en la teoría funcionalista de los medios: "usos y gratificaciones", podemos entender la relación entre un medio de comunicación cualquiera (emisor) con el público o gente interactiva con el medio (receptor), donde éste último, busca en la emisión una satisfacción para cubrir sus necesidades.

Por lo tanto, a continuación expondré un modelo explícito de la relación del medio de comunicación con su recepción, considerando las funciones de cada elemento incorporado en su proceso de comunicación correspondiente. Estos estudios fueron realizados por investigadores de la comunicación para dar presentación al modelo de los "usos y gratificaciones".



*Modelo de "usos y gratificaciones"<sup>36</sup>*

Considerando esta información otorgada, señalada y explicada en relación con los "usos y gratificaciones" de los medios, es momento de llevar su relación con el formato consistente del programa de radio "El Club de los Beatles", que efectuará un contacto más metodológico en el uso y gratificación del programa.

Por ello, es importante dar a conocer aquel modelo propio que servirá en la explicación del siguiente y último capítulo de esta tesis, acerca de las fuentes proporcionadas por el público radioescucha que sintoniza el programa de radio musical.

De alguna manera, en relación con el modelo que plantea McQuail, y la información de los radioescuchas, se llegará a la conclusión del trabajo con base en la hipótesis ya mencionada.

<sup>36</sup> César Galeano, Ernesto. *Modelos de comunicación*. Ediciones Macchi. Argentina, 1997, pág. 31.

Asimismo, esto quiere decir que el siguiente cuadro recae en el público radioescucha que sintoniza el programa de radio, y esto al mismo tiempo, conlleva al procedimiento de “uso” y de la “gratificación” en cuanto al contenido: información, entretenimiento, etc., que demuestra “El Club de los Beatles” a su audiencia y que en ella se encuentran sus efectos por el programa.

#### **1. Información:**

- Buscar acontecimientos y condiciones pertinentes en el entorno inmediato, en la sociedad y en el mundo;
- Buscar consejos sobre cuestiones prácticas o de opinión y toma de decisiones;
- Satisfacer la curiosidad y el interés general;
- Aprender, autoadecuarse;
- Obtener una sensación de seguridad a través del conocimiento.

#### **2. Identidad personal (correlación):**

- Buscar el esfuerzo de los valores personales;
- Buscar modelos de comportamientos;
- Identificarse con otros individuos (de los medios) apreciados como modelos;
- Obtener intuiciones acerca de uno mismo.

#### **3. Integración e interacción social (continuidad):**

- Adquirir intuiciones acerca de las circunstancias de otras personas; empatía social;
- Identificarse con otros y alcanzar un sentido de la pertenencia;
- Encontrar una base para la conversación y la interacción social;
- Adquirir un sustituto de la compañía real;
- Ayudar a representar roles sociales;
- Capacitarse para conectar con la familia, los amigos y la sociedad.

#### **4. Entretenimiento:**

- Evasión o distracción de los problemas;
- Relajamiento;
- Adquirir goce cultural o estético intrínseco;
- Llenar el tiempo;
- Descarga emocional;
- Excitación sexual.

*Cuadro 4: clasificación de los “usos y gratificaciones” de los medios de comunicación, según, McQuail.<sup>37</sup>*

<sup>37</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pp. 136-137; Rosales, Rodrigo. *Comunicación e Internet: propuesta de página electrónica para los alumnos del SUA de la FCPS en la UNAM*. Tesis de ciencias de la comunicación. UNAM-FCPS, CU, 2001, pág. 56.

### 3.2. Usos: entretener e informar

En cualquier procedimiento de la comunicación hay intercambio de mensajes, y por lo tanto, existe una aplicación relacionada con el emisor y receptor con el propósito de dar y estructurar una realidad social. Con esto, de alguna forma, se llega a una socialización entre los actos que estructuran a la sociedad y los individuos que la integran.<sup>38</sup>

Asimismo, la interacción juega un papel muy importante dentro del procedimiento de la comunicación, y a su vez tiene que ver con los intercambios sociales que en ella se presentan cuando se realiza su función, y conlleva a la transmisión de valores, costumbres y conocimientos de una comunidad o sociedad. Es así como se puede ver la relación entre la interacción y la comunicación.

Si nos basamos de nuevo en el cuadro expuesto por McQuail, cuatro son los medios de interacción, y se pueden llevar a cabo en cualquier medio de comunicación. En tal caso, a mi criterio, en esta explicación de trabajo, le corresponde a la radio.

Por otro lado, cabe señalar que la interacción mediática debe de influir en el procedimiento de los intercambios sociales, ya que dicho efecto, se puede representar en el uso de cualquier medio de comunicación, conllevando así, a una interacción entre el individuo y el medio.

De tal forma, la interacción mediática se puede llevar a cabo en el uso de la radio, pues, como ya se había mencionado en los capítulos anteriores, dicho medio de comunicación, ha influido en el uso frecuente de la gente por ser el medio con más alcance que los demás.

---

<sup>38</sup> Rosales, Rodrigo. *Op. Cit.*, pág. 57.

La radio, igual que la televisión, han presentado varios cambios constantes en sus estructuras, pero el primero siempre está más al margen en la información de cualquier acontecimiento presentado en la vida diaria y en el momento.

<b>Los medios de la radio y la televisión</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Producción, ámbito y alcance muy amplios.</li><li>• Contenidos audiovisuales.</li><li>• Tecnología y organización complejas.</li><li>• Naturaleza pública con mucha regulación.</li><li>• Carácter nacional e internacional.</li><li>• Formas de contenido muy diversas.</li></ul>

*Cuadro 5: por McQuail<sup>39</sup>*

Por ser parte de la tecnología, la radio, como instrumento, forma parte de la necesidad de la información y del entretenimiento a través de los comunicadores hacia los receptores, y por esta razón, podemos encontrar un sin fin de programas de dichas características: informar y entretener.

Ahora, en este capítulo, tengo el motivo de mencionar al programa de radio que tiene que ver con el desarrollo de este trabajo de investigación, y que anteriormente ya se describió y habló en el capítulo anterior: "El Club de los Beatles".

Entre el programa musical de radio y su público, se puede observar la interacción cometida por ambas partes, porque el primero lo hace al difundirlo, y el segundo, lo hace respondiendo con sus comentarios, demandas y agradecimientos. Esto conlleva a un procedimiento de interacción de manera recíproca.

---

<sup>39</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.*, pág. 53.

El público radioescucha, que gusta de la música de los Beatles, siempre se encuentra al margen de todo lo realizado o efectuado en el programa, ya que, como se había dicho anteriormente, el programa al transmitir música, también difunde comentarios, noticias, información en general relacionada con los Beatles e integrantes del grupo por separado.

Por ello, el programa es de suma importancia por parte de su público que desde hace mucho tiempo lo sigue sintonizando, permitiendo a su vez, generar nuevos fanáticos que en un principio desconocían al grupo, tanto de su música como la vida de cada integrante.

Como ya se mencionó, dicho programa presenta un alto *rating* dentro de toda la programación de Universal Stereo y de la empresa radiofónica que lo difunde (Grupo Radio Centro), que con varios años al difundirse al aire y estar en constantes cambios: horarios, frecuencia, formatos, programación, emisoras, etc., ha seguido adelante en complacer con la música y la palabra al público, al hacer el uso del entretenimiento e información a la vez.

Por lo tanto, es momento de explicar y describir los servicios que presta “El Club de los Beatles” a su público radioescucha que lo sintoniza y éste último, de alguna manera, realiza el proceso de “uso” en escuchar toda la programación de la emisión.

1. **Los Beatles:** de algún modo, el público que gusta de la música del cuarteto de Liverpool, también se ha empeñado en saber su vida personal de cada integrante del grupo. Por ende, de manera general, su gusto no es tan sólo de su música, sino todo lo relacionado con base en los Beatles: vida, obra, historia, etc.

2. **Música:** elemento y soporte importante dentro de toda la programación de las emisiones del programa. La música de los Beatles y como solistas (John, Paul, George y Ringo) es la fuente principal que el público radioescucha siempre quiere escuchar, ya que de acuerdo con sus peticiones y los lineamientos tomados en cuenta en la programación, se difunden las canciones.

De alguna manera, la música representa un papel muy importante en el programa, ya que muestra un entretenimiento inconsciente por parte del público que la escucha, sirviéndole de armonía, acompañamiento, estado de ánimo, etc., para las personas que se encuentran realizando cualquier actividad.

Por estas razones, "El Club de los Beatles" se transmite en dos emisiones por día, de lunes a viernes de 8 a 9 a.m. y de 1 a 2 p.m. con el propósito de, por un lado, "tranquilizar" a la gente por las mañanas cuando se dirigen al trabajo, se encuentran en él, etc., y por el otro, cuando la gente sale de sus trabajos, labores y se dirige a descansar, etc., permitiendo esta emisión el relajamiento.<sup>40</sup>

No importa si la música transmitida en el programa sea exclusivamente de los Beatles o como solistas, pero de alguna forma, es el soporte indispensable que atrae a la gente al solicitar un gran número de canciones, donde no han demostrado enfado alguno por la difusión de la música presentada: de grupo o de solista.

3. **Producción:** los responsables de realizar el programa son los que siempre quieren escuchar las mismas canciones de los Beatles, aunque también los encargados de la emisión tienen que dar su punto de vista final para difundirlas. En este caso, los responsables de la producción del programa

---

<sup>40</sup> Comentarios personales asignados por Manuel Guerrero.

Adolfo Fernández Cepeda, entre otros, son los encargados de dirigir y aceptar el consentimiento de la gente que quiere escuchar las canciones.

Por ello, la programación, dentro del espacio radiofónico, ha desempeñado una función muy importante, porque con el tiempo se ha modificado para mostrar nuevos conceptos hacia el público, por ejemplo, lo que fue hace algunos años con la presentación de secciones exclusivas de los Beatles en su programación y que anteriormente ya se había mencionado: "Los Beatles en vivo", "Los Beatles en la BBC", "Los Rayos X", entre otros (*ver apartado 4 del capítulo 2, pág. 80*).

Asimismo, dentro de su producción del programa se encuentra la música, las noticias, los comentarios, el uso de la información, etc., dirigidos por los conductores del programa, que solamente son los encargados de mencionar, comentar, argumentar, entre otros, todo lo enfocado acerca del grupo y como solistas de cada integrante.

En el uso de la producción del programa, el público radioescucha encuentra la importancia de un espacio completo y pleno de mucha información y comentarios, acompañados del soporte principal de mayor interés: la música.

4. **Noticias:** como parte de la información, las noticias son importantes para el público radioescucha del programa y más si son fanáticos de los Beatles, ya que toda información les sirve y les interesa para enterarse de todo lo relacionado con el fenómeno "*beatle*".

Por lo tanto, las noticias difundidas son de gran interés para el público que quiere saber, por ejemplo, las próximas presentaciones de Paul McCartney en su próxima gira o saber nuevas informaciones basadas en comentarios realizados por determinadas personalidades de la música acerca de los Beatles; como



también, se pueden informar sobre las presentaciones, exhibiciones de libros, conferencias, homenajes, etc., acerca de los integrantes del grupo.

La labor que juega la noticia dentro del programa es de mucha importancia, ya que la información difundida en el programa proviene de varias fuentes muy especializadas, serias y verídicas. Muchas veces, en cualquier parte, escuchamos información acerca de los Beatles, y sea cual sea, se toma muy en serio, aunque sea falaz. En "El Club de los Beatles" se desmiente o se niega las informaciones falsas por las verdaderas. Debido a la trayectoria del grupo, se puede decir cualquier cosa para llamar la atención de la gente.<sup>41</sup>

5. **Anécdotas:** dentro del programa se puede escuchar el uso de las anécdotas vividas o adquiridas por parte de los integrantes del cuarteto de Liverpool, por ejemplo, lo que les sucedió en las fechas de grabaciones, lo que les pasó en el momento, o el interés por componer y grabar una canción, entre otros aspectos.

Para el público radioescucha, mencionar las anécdotas o también los detalles curiosos de los Beatles, les sirven como un acercamiento más hacia el grupo, y a su vez, hacia el programa.

Cabe mencionar, que el público radioescucha también tiene participación en el programa, pues, al contar alguna experiencia relacionada con los Beatles, las hacen llegar al programa, y las más sobresalientes o interesantes son difundidas, y así, compartirlas con el demás público.

6. **Efemérides:** en cuanto a las efemérides son de gran importancia en la programación y para los receptores de la emisión, ya que al depender de la

---

<sup>41</sup> Manuel Guerrero menciona que una de las fuentes indispensables acerca de todo lo relacionado con los Beatles, la puede encontrar en el historiador del grupo: Mark Lewisohn, donde por medio de él, se desmiente o se niega la información proporcionada por otras fuentes de información.

fecha de transmisión del programa, se hace la mención y un recuento histórico de la fecha exacta de los hechos de mayor interés que han involucrado a los Beatles, como es el caso de: la grabación de su primera canción, su disco, su última sesión, presentaciones, conciertos, entre otros.

Asimismo, lo más importante de las efemérides son los programas especiales que transmite el programa en los días de nacimiento de los cuatro integrantes del grupo y los días póstumos de dos de ellos. Con esta explicación el público toma muy en cuenta todo lo que han realizado los integrantes del grupo: canciones, composiciones, conciertos, vida, etc.

De alguna forma, las anécdotas, también pueden ser parte de las efemérides, ya que se menciona la historia o suceso en la fecha exacta de la transmisión del programa.

Lo más importante de las efemérides dentro del programa, es el día exacto de nacimiento de cada integrante del grupo, y la emisión se basa principalmente en su música e información correspondiente a John, Paul, George y Ringo. Manuel Guerrero dice: "si los Beatles ya son parte de la familia, hay que festejarles".

Por consiguiente, al público que escucha con frecuencia el programa le sirve saber las fechas importantes de cualquier actividad relacionada e involucrada de los cuatro integrantes de los Beatles, y además, saber de aquellas personas que tuvieron relación con ellos: amigos, familiares, músicos, intérpretes, entre otros, y así, conocerlos más a fondo.

7. **Comentarios:** siempre en cualquier emisión del programa, los conductores hacen el uso de la palabra para referirse a lo antes dicho o expuesto en la música, como el punto de vista personal de lo difundido anteriormente.

Los comentarios de los conductores abarcan más y concretizan lo ya mencionado, y es importante para el público saber y conocer de los conductores (Manuel Guerrero y Enrique Rojas) sus puntos de vista, pues de ellos, los radioescuchas, forman su propia postura y generan también su propio criterio relacionado con el cuarteto de Liverpool.

Así, es de gran importancia, por parte de los conductores, dar a conocer sus puntos de vista acerca de lo que están abordando, ya que como líderes de opinión del programa, generan sus propias declaraciones, porque demuestran sus conocimientos y exhiben sus cualidades a lo largo de sus trayectorias respectivas en el programa.

8. **Locutores:** de acuerdo con la opinión pública del programa, los locutores desempeñan una función muy importante, pues su estilo, su forma de ser, su personalidad, carisma, etc., en primera, tratan de manera amena al público y en segunda, por razones de la gente de escuchar el programa, ambos conductores Manuel Guerrero y Enrique Rojas, contienen un amplio conocimiento general con todo lo relacionado a los Beatles (*ver gráfica correspondiente en el apartado 3 del capítulo 4, pág. 154*).

No cabe duda, sin la labor de ambos conductores, después de lo que ellos demuestran hacia el público radioescucha, el programa de radio no justificaría, en parte, los altos niveles de *rating* desempeñados por la gente en cada emisión. Manuel Guerrero y Enrique rojas demuestran su fanatismo por los Beatles hacia el público.

9. **“El Club de los Beatles” (la programación total):** como ya se explicó, todo el formato del programa se compone de la música y de la información, ésta última, dividida en noticias, anécdotas, efemérides y comentarios de los

conductores, donde cada emisión presente algo innovador e influyente diariamente, así como lo fue en sus inicios.

De igual forma, el público radioescucha ve el programa, como la fuente principal, importante y única relacionada con la música y vida de los Beatles, pues, "El Club de los Beatles", se estructura de estos elementos ya mencionados para que la gente siga entreteniéndose e informándose para recordar y atraer, todo lo relacionado con este cuarteto.

El "uso" del programa, como lo dice Manuel Guerrero y también el público radioescucha, tiene como propósito primordial entretener e informar, ya que la música entretiene y la palabra (noticias, comentarios, anécdotas) etc., informa.

### 3.3. Gratificaciones: recordar y atraer

Si "El Club de los Beatles" es el programa de alto *rating* por los usos demostrados por la audiencia al sintonizarlo, también por dicho motivo se tiene que gratificar a esta audiencia por la función que desempeña al difundirse este espacio radiofónico.

Es increíble observar que el público radioescucha sintoniza más la estación de radio en los horarios establecidos del programa y demuestre interés en él, y en los demás horarios, no haya un acercamiento similar como el de "El Club de los Beatles" (*ver gráfica correspondiente en el capítulo 4, pág. 152*).

Con base en las entrevistas que realicé y respondidas por la audiencia del programa, y que en su momento explicaré y describiré en el próximo capítulo, el uso desempeñado por escucharlo, es por adquirir un acercamiento más hacia la música y vida de los Beatles, lo que de alguna forma, determina el interés, por un

lado, de recordar la música de su época, y por el otro, atraer a las nuevas generaciones en escuchar por primera vez la música.

Esto quiere decir, primero, que el programa tiene como uso: entretener e informar, por encontrarse configurado por la música y por la palabra (información en general), y segundo, para recordar a la gente que vivió la época de los Beatles y atraer a las nuevas generaciones.

Por dichos motivos, las circunstancias del público radioescucha al sintonizar el programa: entretener e informar por parte de los emisores y recordar y atraer por parte de los receptores, van integrándose a la conexión de las cuatro categorías generales (información, entretenimiento, integración e interacción social, e identidad personal) que el mismo McQuail conforma en el cuadro tipológico que lo relaciona con los “usos y gratificaciones” de esta investigación.

En este caso, dentro de esta explicación, descrita por McQuail, se encuentran dos de las funciones importantes asumidas en “El Club de los Beatles”: el entretenimiento y la información, principalmente.

El papel desempeñado en el programa musical de radio hacia el público radioescucha, ha sido el soporte privilegiado que le ha permitido tomar en cuenta, en su estructura, a la música como parte del entretenimiento, y la palabra, como parte de la información. E incluso, el propio Manuel Guerrero señala que el programa entretiene e informa por la estructura de su formato, y que a su vez, tiene la doble intención dentro de la emisión antes mencionada, recordar y atraer al público radioescucha.

Así, por lo tanto, el entretenimiento y la información ejercidos en “El Club de los Beatles” son conceptos indispensables en el funcionamiento de su estructura, lo que beneficiará y gratificará al público que siempre se encuentra activo en sus emisiones del programa, día con día o emisión con emisión.

En esas cuestiones, la radio es requerida por la audiencia del programa para dar a conocer sus necesidades que les compensará, y así, permite una interacción entre el programa y el público radioescucha, pues como dijo Mario Kaplún, la radio: entretiene, informa y educa, las dos primeras funciones son desempeñadas por “El Club de los Beatles”.

De antemano, la función principal de “El Club de los Beatles” es el uso del entretenimiento y que el propio público radioescucha gratifica, de tal forma, agradeciendo con escuchar el programa, seguir sus emisiones y además de interactuar con los emisores a través de sus comentarios por vía Internet y en acudir eventos exclusivos realizados por el programa o la emisora.

En este mismo sentido, la gratificación del público se debe por ser complacidos con la música de los Beatles, la actitud de los conductores, al proporcionarles la información destacada, como también transmitirles y “contagiarles una vibra” de emoción de emisor a receptor.

De tal forma, la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios se va conformando de ciertos lineamientos ya mencionados, primero, con base en los usos del medio, y segundo, con sus gratificaciones. En este caso, al medio que me refiero es la radio, el cual difunde el programa musical.

Todo esto, ya indica la explicación del procedimiento que conlleva la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” dentro de la audiencia del programa de

radio, ya que dicha audiencia, se encuentra ávida de seguirlo escuchando siempre y cuando ellos, con su demanda y petición, lo decidan.

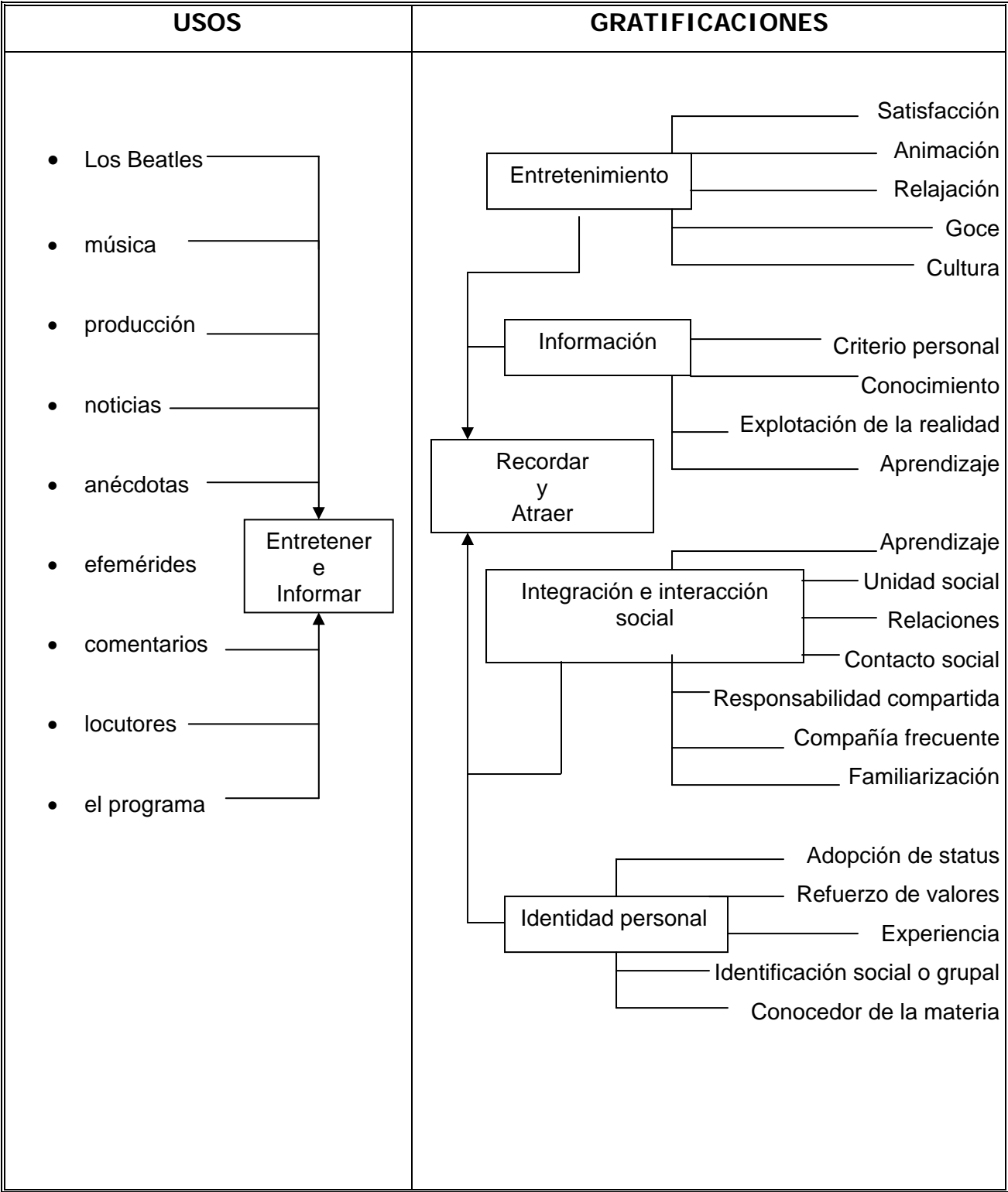
Con ello, en cierta medida, se cumple el proceso de la interacción mediática que muestra el público radioescucha al sintonizar "El Club de los Beatles", lo que permite una relación entre el público y el medio de comunicación (radio).

Con base en estas explicaciones, de la relación entre público radioescucha y la emisión del programa, se pasa directamente a la formulación planteada anteriormente con la interacción del medio y del público, con la pregunta: ¿qué hacen las personas con los medios? y no ¿qué hacen los medios con las personas? donde la primera pregunta desempeña una relación con el programa y su audiencia.

Ante esto, se muestra el "uso" del público radioescucha en sintonizar el programa y encontrar en él la satisfacción requerida, y así, "gratificarse", pues se informan y se entretienen de acuerdo con el contexto de "El Club de los Beatles", al cautivar todavía al público con las canciones, vida e información general de los Beatles.

Por lo tanto, el radioescucha fan y no fan de los Beatles siempre estará agradeciendo la transmisión del entretenimiento e información por parte del programa, pues para ellos, son fuentes de uso, ya sea indispensable o no, de saber cosas nuevas relacionadas con el grupo.

Es así, como quedaría el cuadro planteado por McQuail, pero ahora con la señalización de los "usos y gratificaciones" del programa de radio y del radioescucha, aunque, el entretenimiento y la información son considerados principalmente.



*Cuadro 6: tipología de los “usos y gratificaciones” para “El Club de los Beatles” y su audiencia.*



Como se observa en este cuadro relacionado con los “usos y gratificaciones” de los medios y del programa de radio con su audiencia, se puede llegar a la conclusión, que de esa forma es como se compone la estructura de “El Club de los Beatles”, lo que al público receptor tiene como “uso” y a la vez “gratificación” por el programa, y McQuail ya lo había planteado de esa manera con las funciones sociales de los medios de comunicación.

Como parte de la conclusión de este capítulo, explicado y desarrollado, se tuvo que mencionar la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios. La importancia de su explicación permitió dar a conocer la estructura de su metodología para abordar y explicar este trabajo de investigación, la cual se desarrolló dentro de la gama de la comunicación, en este caso, la radio.

De alguna forma, la explicación de esta teoría permite continuar el siguiente y último capítulo de esta tesis, para explicar con resultados y observaciones, basados en su metodología, la audiencia de “El Club de los Beatles”, que con su larga trayectoria, ha generando más público y permaneciendo más tiempo al aire por medio de sus espectadores, cumpliendo así, la función de los “usos” y “gratificaciones” de los medios.

## **CAPÍTULO 4. EL PÚBLICO RADIOESCUCHA Y SU INTERACCIÓN CON “EL CLUB DE LOS BEATLES”**

Después de explicar la estructura de la radio musical y del programa radiofónico: “El Club de los Beatles”, ahora, a este capítulo le corresponde estudiar y explicar la audiencia de dicho programa, la cual ha demostrado interés por él. Este procedimiento se realizó con base en la metodología de la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios.

Lo anterior es importante señalarlo, ya que en este capítulo, servirán de explicación los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas al público radioescucha del programa, y así, profundizar este procedimiento, basado en los objetivos de este trabajo de investigación y que se relacionan con la hipótesis general de esta tesis:

“El público radioescucha que sintoniza el programa “El Club de los Beatles” no dejará de escucharlo porque se sienten atraídos por la vida y obra de los Beatles, que de alguna manera, les permite recordar épocas pasadas, y al mismo tiempo, atrae a las nuevas generaciones, teniendo en cuenta que dicho programa, es fuente de entretenimiento y de información acerca del grupo.”

Entonces, al describir el programa y haber expuesto la teoría de los “usos y gratificaciones” anteriormente, ahora, atañe obtener los resultados del público radioescucha a través de las entrevistas realizadas personalmente, y van en relación con su interacción a “El Club de los Beatles”, que permitan demostrar los usos y gratificaciones (*ver apartados 2 y 3 del capítulo 3, pág. 115 y 123*) en el programa. Para ello se requirió de la utilización de gráficas con sus respectivas observaciones y explicaciones finales.

#### 4.1. Esquema metodológico

Para desarrollar y estructurar la relación del público radioescucha con su preferencia al programa de radio, de manera explícita, a continuación abordaré un esquema metodológico, el cual permite dar a conocer sus procedimientos relacionados con la investigación y propósito de este trabajo.

Asimismo, la distribución de este esquema metodológico, está enfocado solamente hacia los radioescuchas del programa a los que les fue aplicado el cuestionario.

*Tema:*

Estudio de recepción de "El Club de los Beatles"

*Planteamiento del problema:*

El programa radiofónico (El Club de los Beatles) muestra altos niveles de audiencia por la preferencia de su público radioescucha, a comparación de los demás espacios de la emisora (Universal Stereo) que lo difunde.

De igual forma, tanto personas ajenas que saben del programa, como los conductores del mismo, señalan que los altos niveles de *rating* con que cuenta la emisión, se deben a la preferencia del público hacia la música e información de los Beatles.

Ante esta breve explicación, el público radioescucha está ávido de escuchar más la música de los Beatles, como también en escuchar cualquier tipo de información relacionada con el grupo.

Debido a lo anterior, se generan las siguientes preguntas: el público radioescucha ¿puede considerarse un fanático de los Beatles?, ¿el programa es el

único recurso para escuchar la música e información de los Beatles?, ¿el público consideraría al programa como una buena opción de escuchar a los Beatles o por qué es la única?, ¿qué le interesaría escuchar al radioescucha, música o información?, ¿desde cuándo cada radioescucha sintoniza el programa?, ¿qué tipo de público sintoniza el programa?

*Delimitación:*

La investigación se realizó en personas que han tenido interacción con el programa de radio y que también demuestren su fanatismo hacia los Beatles. Este procedimiento se llevó a cabo en dos sedes principales convergentes entre el público radioescucha y el programa de radio.

La primera fue en la casa productora EMI Capitol los días 6 y 7 de diciembre de 2003, donde se efectuó la presentación del disco *"Let It Be... Naked"* de los Beatles y un homenaje póstumo más para John Lennon. Dichos eventos fueron realizados por el programa radiofónico y por su emisora.

La segunda sede fue en el foro Coyoacanense "Hugo Argüelles", correspondiente a dos fines de semana del mes de mayo de 2004, donde se presentaba el grupo musical Help!<sup>1</sup>, y Manuel Guerrero, conductor de la primera emisión del programa, se encargaba de dirigir el evento.

*Justificación:*

La investigación está enfocada hacia el público radioescucha que sintoniza a "El Club de los Beatles", considerando, por su puesto, los objetivos principales del programa que permiten llamar su atención.

---

<sup>1</sup> Grupo musical que interpreta canciones de los Beatles.

Por lo tanto, este estudio pretende averiguar cómo un programa de radio al abordar una temática de un grupo musical de antaño, cautiva todavía la atención del público, y además, atrae al público joven, como niños y adolescentes.

Lo más interesante fue saber que dicho público no demuestra enfado alguno por sintonizar el programa y escuchar muchas veces, las mismas canciones del grupo o de solistas, e informarse de las mismas historias expuestas en ellas.

De alguna manera, este suceso permite al radioescucha demandar más contenido en el programa, como: más música, más secciones informativas, traducciones, etc., lo que además exige aumentar horarios, emisiones y días de transmisión.

Ante todo, el radioescucha, al escuchar el programa, le permite interactuar con los conductores por vía Internet, considerando que son personas conocedoras y también documentadas acerca de los Beatles, en aspectos como: historia, datos estadísticos, información oportuna, etc., aunado a su carisma y comportamiento.

Esto permite, que la emisión del programa sea interactiva y conocida por el público radioescucha, influyendo así, a que éste último, tenga mayor conocimiento en todo lo concerniente al cuarteto de Liverpool al escuchar programa.

*Hipótesis:*

El público radioescucha que sintoniza el programa "El Club de los Beatles" no dejará de escucharlo porque se sienten atraídos por la vida y obra de los Beatles, que de alguna manera, les permite recordar épocas pasadas, y al mismo tiempo, atrae a las nuevas generaciones, teniendo en cuenta que dicho programa, es fuente de entretenimiento y de información acerca del grupo.

*Objetivo general:*

Investigar al público radioescucha, en cuanto a la importancia o interés por escuchar a "El Club de los Beatles".

*Objetivos específicos:*

Demostrar y explicar los resultados obtenidos al entrevistar a los radioescuchas del programa de radio.

*Metodología:*

Para la investigación se tomó un muestreo de aproximadamente 1,000,000 de radioescuchas que constituyen la audiencia del programa radiofónico musical: "El Club de los Beatles", a la que se aplicó un cuestionario con el fin de comprobar la hipótesis de esta indagación.

*Muestreo:*

El tipo de muestra es aleatoria simple con una selección sistemática de 443 radioescuchas. El nivel de confiabilidad es de 95% con un margen de error de +/- 3.8%.

*Operacionalización de hipótesis:*

Hipótesis:

*Variable independiente:* El programa es fuente de entretenimiento y de información general.

*Variable dependiente:* El público radioescucha no dejará de escuchar el programa, porque se sienten atraídos por la vida y obra de los Beatles que, de alguna forma, les permite recordar épocas pasadas y al mismo tiempo, atrae a nuevas generaciones.

INDICADORES		
Recordar y atraer	Entretener e informar	Público Radioescucha
VARIABLES		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entretenimiento</li> <li>• Información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Música</li> <li>• Noticias</li> <li>• Beatles</li> <li>• Anécdotas</li> <li>• Efemérides</li> <li>• Comentarios</li> <li>• Locutores</li> <li>• Producción</li> <li>• El programa</li> </ul>	Datos generales: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Sexo</li> <li>• Ocupación</li> <li>• Delegación o municipio donde viven</li> <li>• Estado civil</li> </ul>

#### 4.1.1. Modelo de cuestionario con base en "El Club de los Beatles"

A continuación, se da a conocer la estructura del cuestionario realizado a las 443 personas que han interactuado con el programa, ubicadas en las dos sedes antes mencionadas.

Cabe señalar, dentro del cuestionario, que las primeras preguntas corresponden a la interacción del radioescucha con la estación de radio (Universal Stereo) que difunde el programa, lo que permite, continuar con las demás preguntas.

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: \_\_\_\_\_ OCUPACIÓN: \_\_\_\_\_  
 EDO CIVIL: \_\_\_\_\_ DELEGACIÓN O MUNICIPIO: \_\_\_\_\_

1. Lugar específico donde escuchas más la radio (sólo marca la más conveniente)
  - a) casa
  - b) trabajo
  - c) auto
  - d) transporte, calle (*walkman*)

2. ¿Has escuchado alguna vez la estación de radio Universal Stereo del 92.1 FM y por qué? R: \_\_\_\_\_

3. Si tu respuesta es sí ¿Qué tanto, de manera frecuente, la escuchas? (sólo marca una)

- a) mucho
- b) regular
- c) poco

4. Independientemente, si la escuchas: ¿Conoces el programa transmitido por la estación: "El Club de los Beatles"?

- a) SÍ
- b) NO

5. ¿Desde cuándo escuchas el programa? R: \_\_\_\_\_

6. Si dichas transmisiones del programa "El Club de los Beatles" conoces, ¿Éste influye en gran parte a que escuches Universal Stereo solamente por escuchar a los Beatles en su programa exclusivo de la estación?

- a) SÍ
- b) NO

¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Qué es lo que influye a que escuches "El Club de los Beatles"? R: \_\_\_\_\_

8. ¿Qué opinas de los conductores de "El Club de los Beatles"? R: \_\_\_\_\_

9. ¿Qué le anexarías, quitarías o dejaras igual al programa? Tomando en cuenta: música, anécdotas, información general, etc. R: \_\_\_\_\_

10. ¿Qué calificación de 0 a 100% acreditarías a "El Club de los Beatles"?

R: \_\_\_\_\_



#### 4.1.2. Manual de códigos

Para especificar y detallar bien los resultados obtenidos por los radioescuchas del programa que respondieron el cuestionario, se diseñaron dos cuadros que permiten relacionar los rangos correspondientes a cada entrevistado, y así, determinar los resultados finales con base en las gráficas pertenecientes a cada pregunta. Manual de códigos y manual de variables son los cuadros que a continuación se explicarán.

MANUAL DE CÓDIGOS				
No. de variable	Etiqueta	Indicadores	Códigos	Escuelas <sup>2</sup>
1	Folio			
2	Edad	Sin contestar	99	Escuela de Columbia. La edad indica el segmento de población que se está estudiando
3	Sexo	Femenino Masculino	1 2	Escuela de Columbia. Género que marca el segmento de población con características propias
4	Ocupación	Estudiante Profesionista Hogar Empleado Comerciante Obrero Jubilado Desempleado	1 2 3 4 5 6 7 8	Escuela de Columbia. La ocupación puede determinar el grupo de influencia social

<sup>2</sup> De acuerdo con las diferentes escuelas que han estudiado los procesos de la comunicación y han generado teorías con base en esta rama en su investigación, se clasificará su respectiva escuela en relación con el rango correspondiente en esta metodología.

		Otro Sin contestar	0 99	
5	Estado civil	Soltero Casado Divorciado Viudo Sin contestar	1 2 3 4 99	Escuela de Columbia. Permite indagar sobre la familia (como base social) en que se devuelven
6	Delegación o municipio	Álvaro Obregón Azcapotzalco Benito Juárez Coyoacán Cuajimalpa Cuauhtémoc Gustavo A. Madero Iztacalco Iztapalapa Magdalena Contreras Miguel Hidalgo Milpa Alta Tláhuac Tlalpan Venustiano Carranza Xochimilco Municipios del Edo. de México Sin contestar	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 99	Escuela de Columbia. Permite la ubicación del entorno social de los radioescuchas encuestados
7	Lugar específico donde escuchan más la radio	Casa Trabajo Auto Transporte, calle ( <i>walkman</i> )	1 2 3 4	Escuela de Columbia. Permite saber dónde escuchan radio
8	¿has escuchado alguna vez Universal Stereo y por qué? <sup>3</sup>	Música Beatles Tradición Gusto Otro Sin contestar	1 2 3 4 0 99	Escuela de Michigan. Permite valorar las preferencias del público al sintonizar la emisora

<sup>3</sup> En caso de que la respuesta haya sido sí.

9	Si tu respuesta es sí ¿Qué tanto, de manera frecuente, la escuchas?	Mucho Regular Poco	1 2 3	Escuela de Michigan. Permite medir la frecuencia del público al sintonizar la estación
10	¿Desde cuándo escuchas el programa? <sup>4</sup>	Menos de un año De 1 a 3 años De 4 a 5 años De 6 a 10 años De 11 a 15 años De 16 a 20 años De 21 a 25 años De 26 a 30 años De 31 en adelante Desde sus inicios Radio Éxitos Mucho tiempo Ocasionalmente No recuerda Otras respuestas Sin contestar	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 0 99	Escuela de Michigan. Confirma el tiempo que el público ha escuchado el programa
11	Si dichas transmisiones del programa de “El Club de los Beatles” conoces, ¿Éste influye en gran parte a que escuches Universal Stereo solamente por escuchar a los Beatles en su programa exclusivo de la estación?	Sí No Sin contestar	1 2 99	Escuela de Michigan. Permite saber si el público escucha la emisora solamente por el programa musical
12	¿Qué es lo que influye a que escuches “El Club de los Beatles”? <sup>5</sup>	Los Beatles Música Producción Noticias Anécdotas	1 2 3 4 5	Escuela de Michigan. Interés personal del radioescucha

<sup>4</sup> Respuestas concretas y respuestas argumentadas por los radioescuchas.

<sup>5</sup> Indicadores de acuerdo con los “usos” establecidos en el capítulo anterior y en relación con la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios para “El Club de los de los Beatles”.

		Efemérides Comentarios Locutores El programa en gral. Sin contestar	6 7 8 9 99	por el programa
13	¿Qué opinas de los conductores de "El Club de los Beatles"?	Buenos Excelentes Conocedores Carisma Fanáticos Positivos Indiferentes No los ubican muy bien Negativas Otros Sin contestar	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 99	Escuela de Michigan. Opiniones personales del radioescucha hacia los conductores del programa
14	¿Qué le anexarías, quitarías o dejaras igual al programa? Tomando en cuenta: música, anécdotas, información general, etc.	Así como está Más música Más información Menos comerciales Más horarios Difusión de fines de semana Más tiempo Más traducciones Más anécdotas Más música de concierto Más canciones de solistas Complacencias Más promoción y regalos Renovación Negativas Otros puntos Sin contestar	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 0 99	Escuela de Michigan. Considera al público en permitirle si deja igual, cambiaría, anexaría, etc., al programa
15	¿Qué calificación de 0 a 100% acreditarías a "El Club de los Beatles"?	100% de 96 a 99% de 91 a 95% de 86 a 90% de 81 a 85% de 76 a 80% de 71 a 75% de 66 a 70% de 61 a 65% de 56 a 60%	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Escuela de Michigan. Concede la calificación del público al programa de radio

		de 50 a 55%	11	
		menos de 50%	12	
		sin contestar	99	

#### 4.1.3. Manual de variables

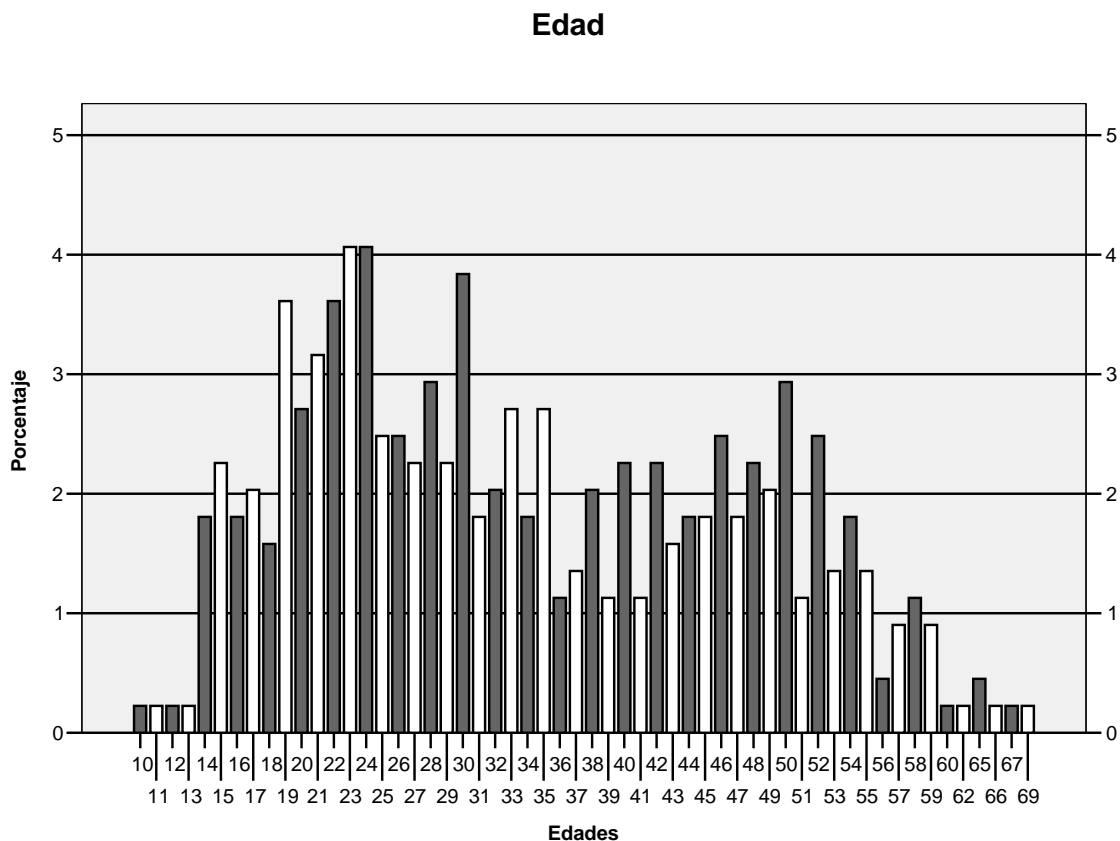
MANUAL DE VARIABLES					
No. de variable	Etiqueta de variable	Objetivo	Hipótesis	Rango	Nivel de medición
1	Folio	Organizar los cuestionarios			
2	Edad	Indagar la edad de los encuestados	Al público joven le ve más interés al programa		Escalar
3	Sexo	Saber el género de los encuestados	Los hombres interactúan más con el programa	1-2	Nominal
4	Ocupación	Conocer su ocupación	Todas las ocupaciones se mantienen en igual equilibrio	1-10	Nominal
5	Estado civil	Segmento de población según el estado civil	Hay un equilibrio entre casados y solteros	1-5	Nominal
6	Delegación o municipio	Segmento de población	En el D.F. hay más radioescuchas del programa que en sus alrededores	1-18	Nominal
7	Sitio donde escuchan la radio	Saber dónde escuchan la radio	La posibilidad de escuchar la radio está en el hogar	1-4	Nominal

8	Interacción con la emisora	Saber si han interactuado con la emisora y por qué motivo	Al sintonizar la emisora obliga a escuchar el programa	1-6	Nominal
9	Frecuencia en sintonizar la emisora	Saber la frecuencia en sintonizar la emisora	A mayor frecuencia de sintonizar la emisora, se sintoniza el programa	1-3	Nominal
10	Tiempo de escuchar el programa	Saber desde cuándo escuchan el programa	A mayor tiempo de interactuar con el programa, mayor la posibilidad de generar nuevos radioescuchas	1-16	Nominal
11	Influir el programa en sintonizar la estación	Detectar si el programa influye más en sintonizar la emisora	Más influye sintonizar la emisora por el programa	1-3	Nominal
12	Principales intereses por el programa	Conocer los intereses del público al programa	La música en gral. es el interés principal del programa	1-10	Nominal
13	Conductores	Averiguar la opinión del público acerca de los conductores	Al contar con los conductores, hay más interés hacia el programa	1-11	Nominal
14	Estructura del programa	Investigar si el público ve la necesidad de hacer cambios al programa	A mayor interés por el programa, menor sería su cambio	1-17	Nominal

15	Calificación	Informar el resultado final otorgado al programa	A mayor calificación, mayor son sus "usos y gratificaciones" del público	1-13	Nominal
----	--------------	--	--	------	---------

#### 4.2. El perfil del radioescucha

Para dar a conocer el perfil del radioescucha del programa radiofónico, se consideró su edad, sexo, ocupación, estado civil y delegación o municipio de procedencia y que se encuentran anexadas dentro del cuestionario dado a conocer. A continuación se presenta su respectiva explicación basándose en los resultados obtenidos en la investigación.

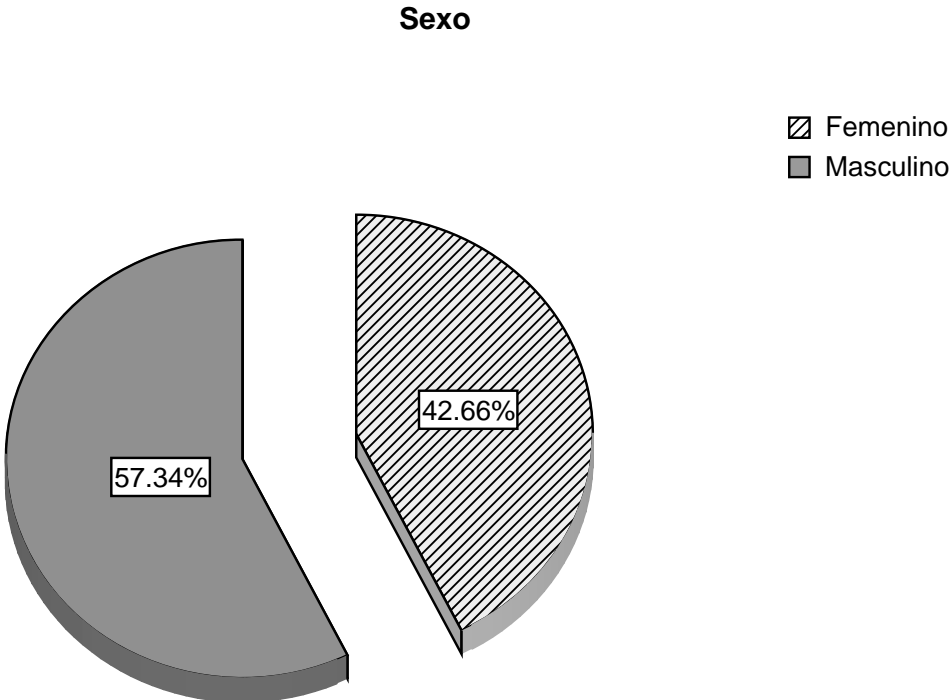


*Gráfica 1: número de edades del público radioescucha*

De acuerdo con esta gráfica, la mayor parte del público radioescucha de “El Club de los Beatles” está compuesto del público joven, con el mayor rango en 23 y 24 años de edad, le siguen después de 30, 19, 22 y 21 años. Ante esta explicación, cada edad señalada, y de acuerdo con el perfil de un radioescucha en una emisión musical cualquiera, pertenece al rango del adulto joven, excepto una (*ver apartado 4 del capítulo 1, pág. 42*).



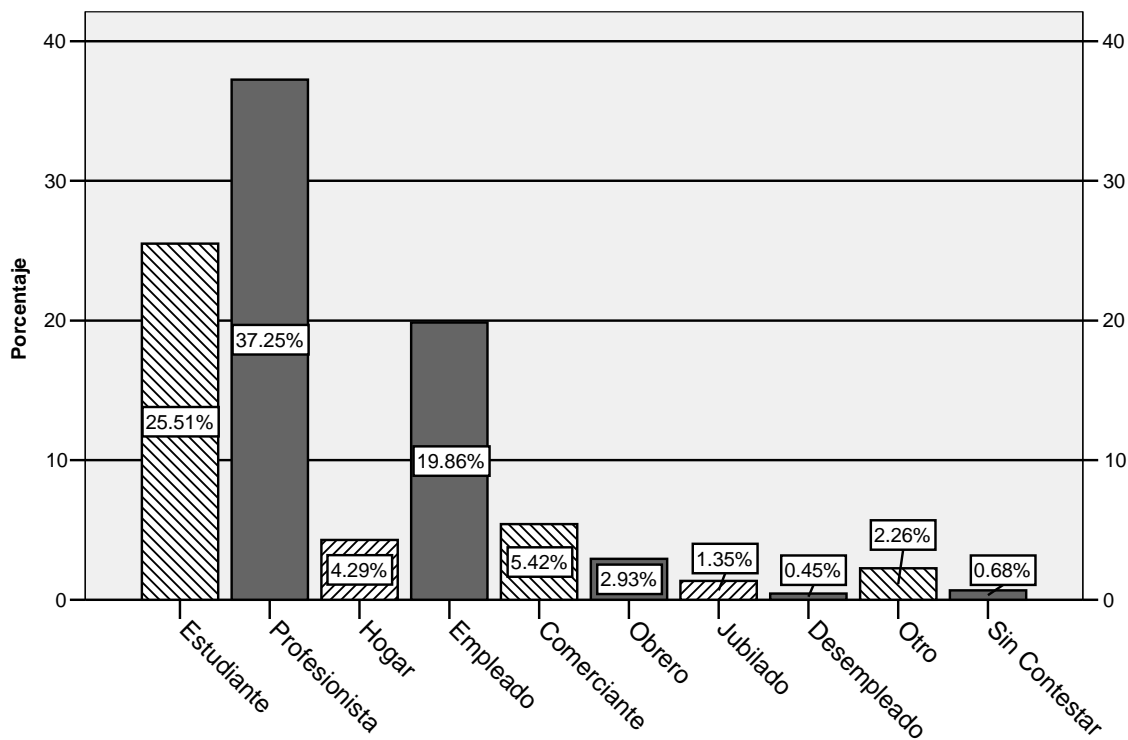
Ante estos resultados, es increíble observar el interés demostrado por este público joven por el programa radiofónico, a pesar de que la programación de este espacio aborde música de antaño, principalmente de la década de los sesenta, y en aquel entonces, dicho público ni siquiera había nacido.



*Gráfica 2: género masculino y femenino*

De alguna manera, como se observa en esta gráfica, el género masculino es el que más interacción muestra hacia el programa de radio. Aunque también, en relación con su porcentaje, el género femenino, demuestra su interés hacia la emisión del programa.

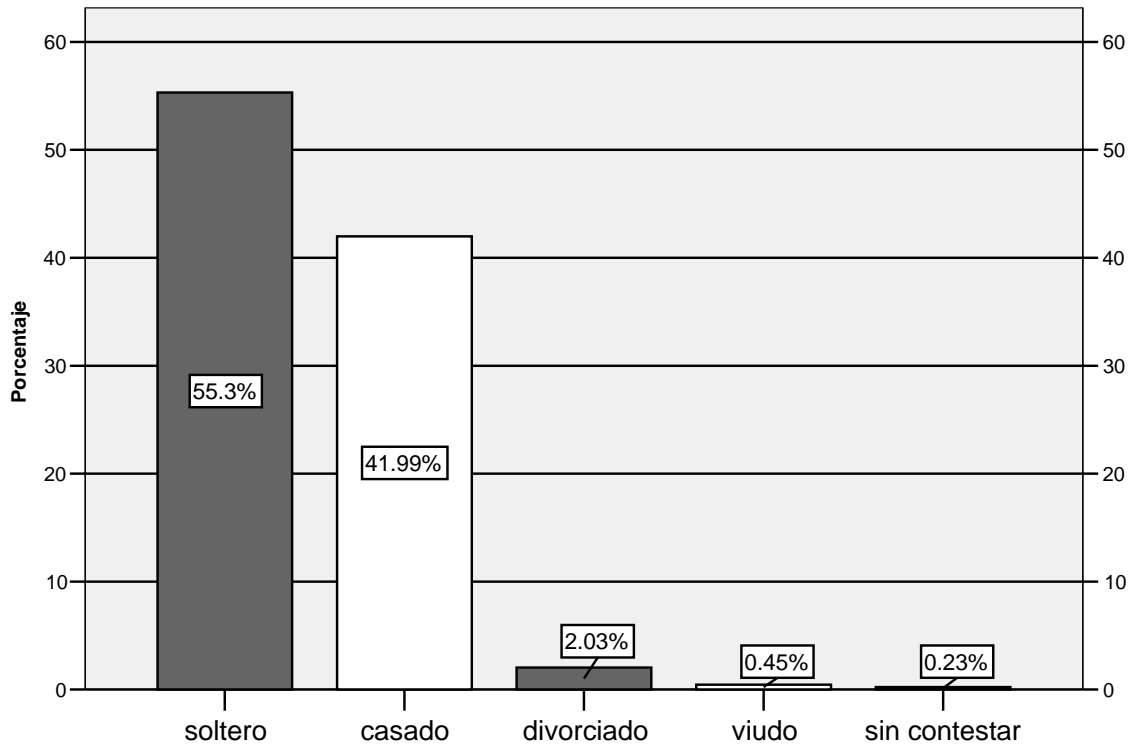
### Ocupación



*Gráfica 3: ocupación del radioescucha*

En esta explicación gráfica, la mayor parte del público radioescucha, en relación con su desempeño laboral, está integrado por profesionistas, y le siguen después, los estudiantes.

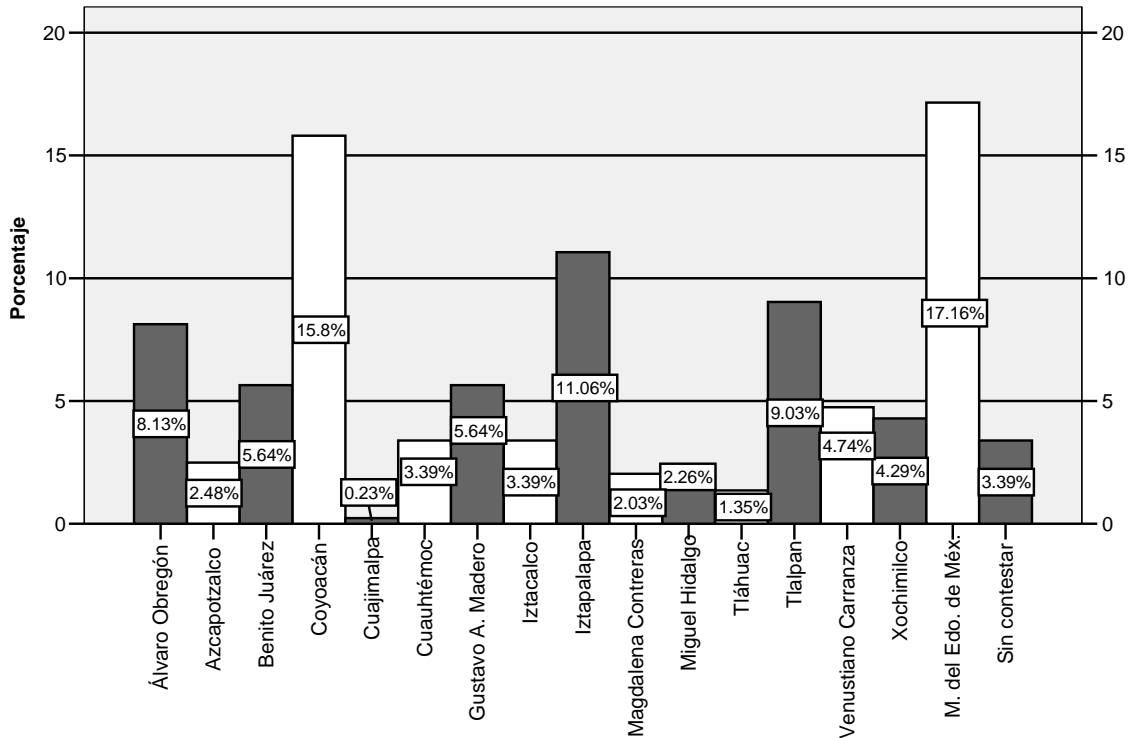
### Estado civil



*Gráfica 4: el radioescucha de acuerdo con su estado civil*

De acuerdo con el estado civil del radioescucha de "El Club de los Beatles", la mayor cantidad está distribuido, primero, por solteros, y segundo, por casados.

### Delegación o municipio



*Gráfica 5: principales delegaciones donde reside cada radioescucha*

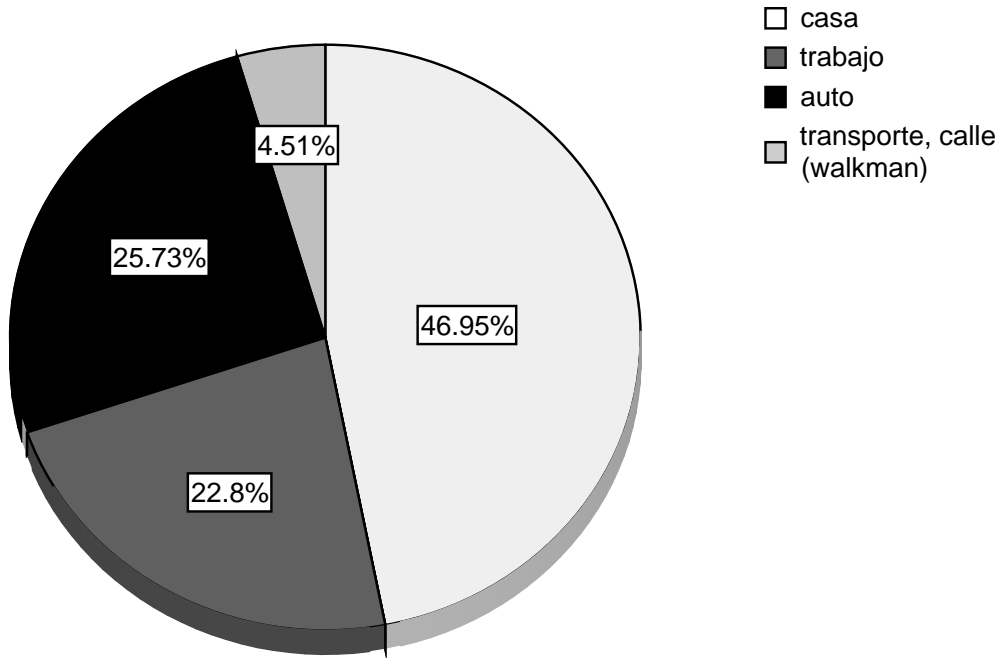
Con base en las 16 delegaciones del D.F. y municipios del Estado de México pertenecientes al Valle de México donde se transmite el programa musical de radio, el mayor número de radioescuchas en el D.F., residen en las delegaciones: Coyoacán, Iztapalapa, Tlalpan y sucesivamente, y: Nezahualcóyolt y Ecatepec de Morelos, municipios del Estado de México.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Estas últimas dos zonas no fueron integradas gráficamente, pero son los principales municipios con mayor residentes de radioescuchas del programa. El motivo de no anexar los municipios del Estado de México, fue con la intención de concretar todos los municipios en un solo rango, aunque, por otro lado, y de acuerdo con la gráfica, fue el rango con mayor porcentaje que los demás, pero se puede observar más la interacción en las delegaciones correspondientes al Distrito Federal.

Por otro lado, antes de pasar directamente a los resultados obtenidos por el público radioescucha acerca del programa musical, considero que es conveniente mencionar el lugar idóneo, en el cual, el radioescucha sintoniza la radio y el programa: "El Club de los Beatles".

Asimismo, de lo general a lo particular, se dan a conocer los resultados proporcionados por el radioescucha con base en su frecuencia de escuchar la emisora (Universal Stereo) que difunde al programa, así como también, el motivo por el cual la sintoniza, y más adelante, pasar solamente al programa.

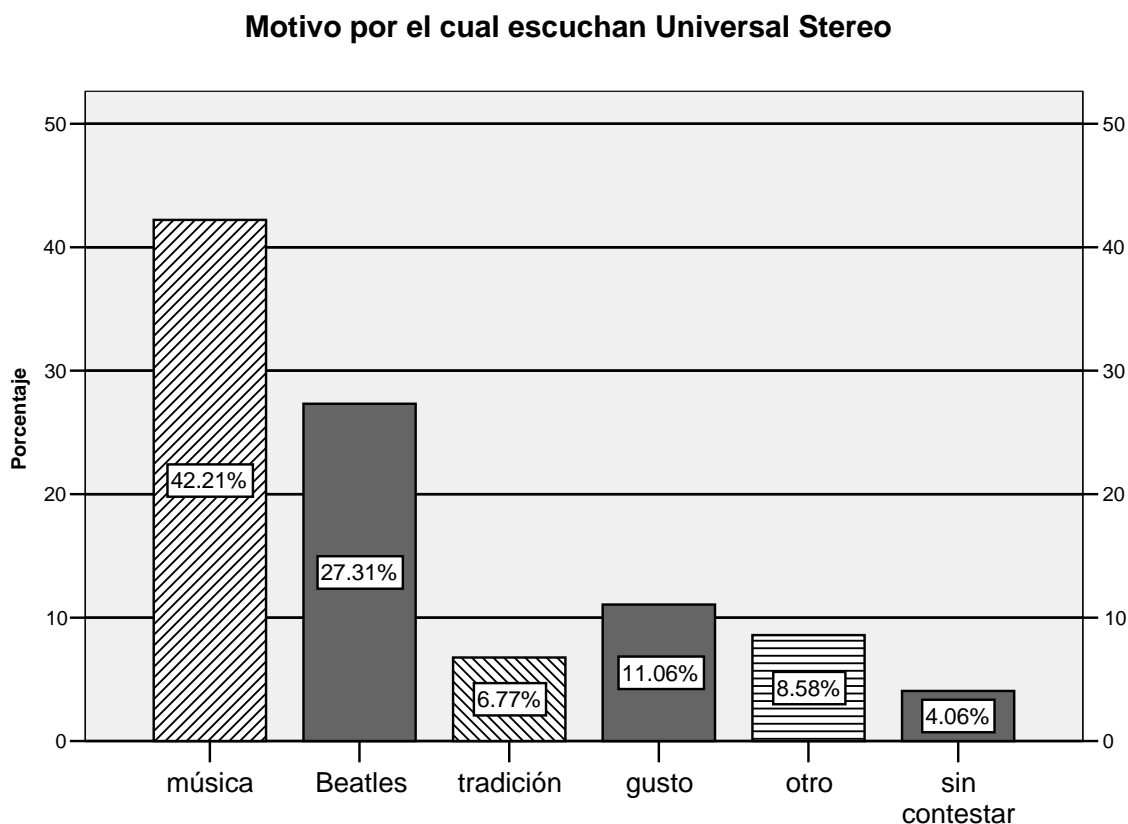
**Lugar específico donde escuchan más la radio**



*Gráfica 6: lugar idóneo donde escuchan la radio*

De acuerdo con esta gráfica, el lugar apropiado para sintonizar la radio, la emisora y el programa por parte de los radioescuchas es el hogar, luego en el automóvil, trabajo y en la calle.

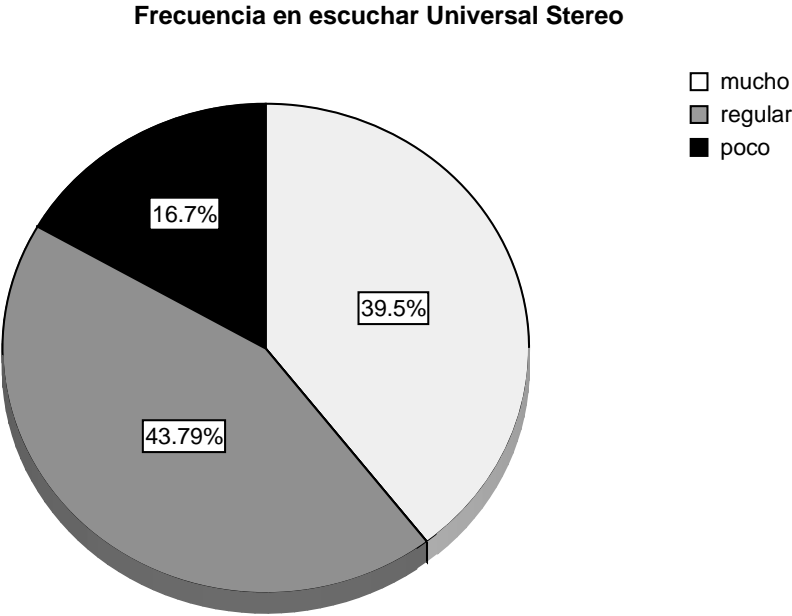
Por lo tanto, a continuación se muestran los resultados que muestran los motivos del público radioescucha para sintonizar y escuchar la emisora del programa (Universal Stereo).



*Gráfica 7: motivo de escuchar Universal Stereo*

Como se puede observar, en la mayor cantidad de estos resultados proporcionados por el público, los principales motivos de escuchar Universal Stereo es, uno, la música, y dos, los Beatles respectivamente, aunque dentro del primero también puede estar añadido la música del grupo o el programa, pero en este caso, no hubo una explicación específica por parte de los entrevistados.

Al adentrarme al programa radiofónico, la siguiente explicación corresponde a los resultados obtenidos por los radioescuchas que con frecuencia sintonizan a la emisora del Grupo Radio Centro, Universal Stereo y difunde el programa.



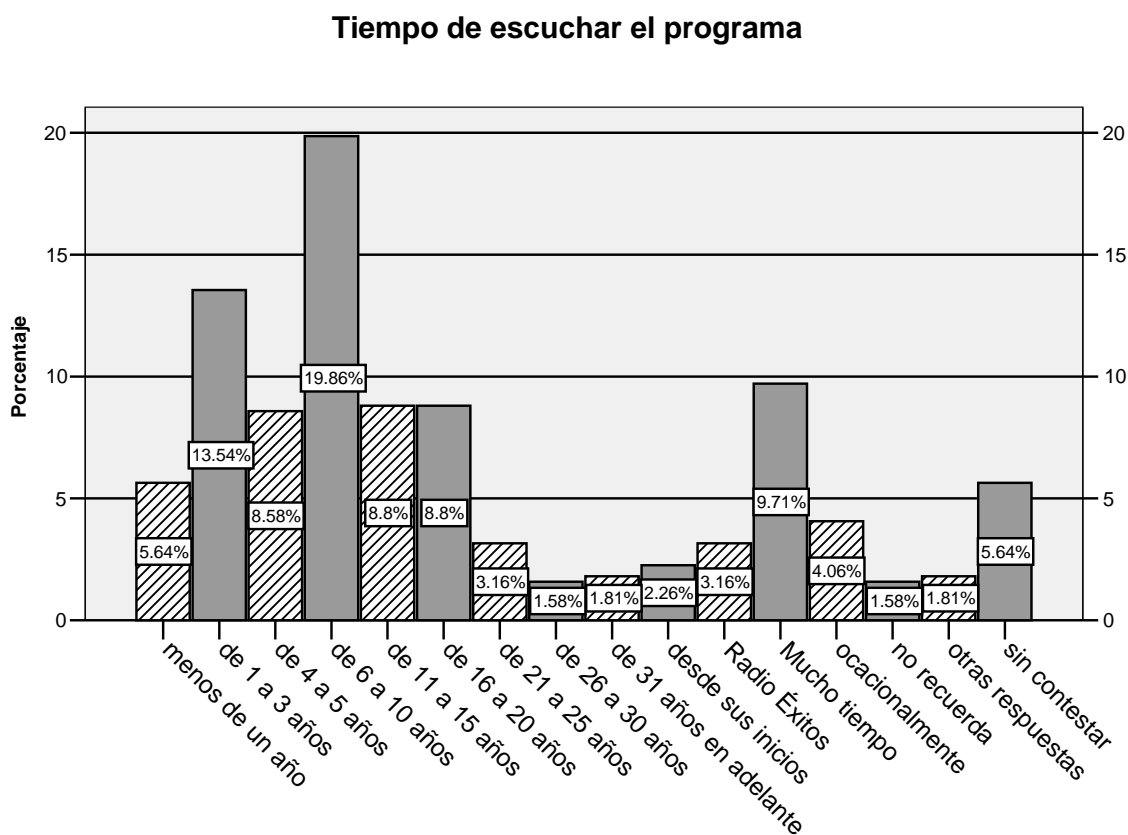
*Gráfica 8: frecuencia del radioescucha en sintonizar Universal Stereo*

Con base en estos resultados, se puede decir que en el mayor porcentaje (regular) puede insinuar que el público radioescucha al sintonizar regularmente la estación, se debe principalmente por escuchar solamente las dos emisiones por día de “El Club de los Beatles”, o una de ellas.

### 4.3. Determinación de resultados (en relación con El Club de los Beatles)

Es importante señalar, antes de dar a conocer los resultados del radioescucha en su interacción con “El Club de los Beatles”, el procedimiento realizado en esta investigación con base en los puntos abordados en la metodología empleada y que anteriormente fue explicada.

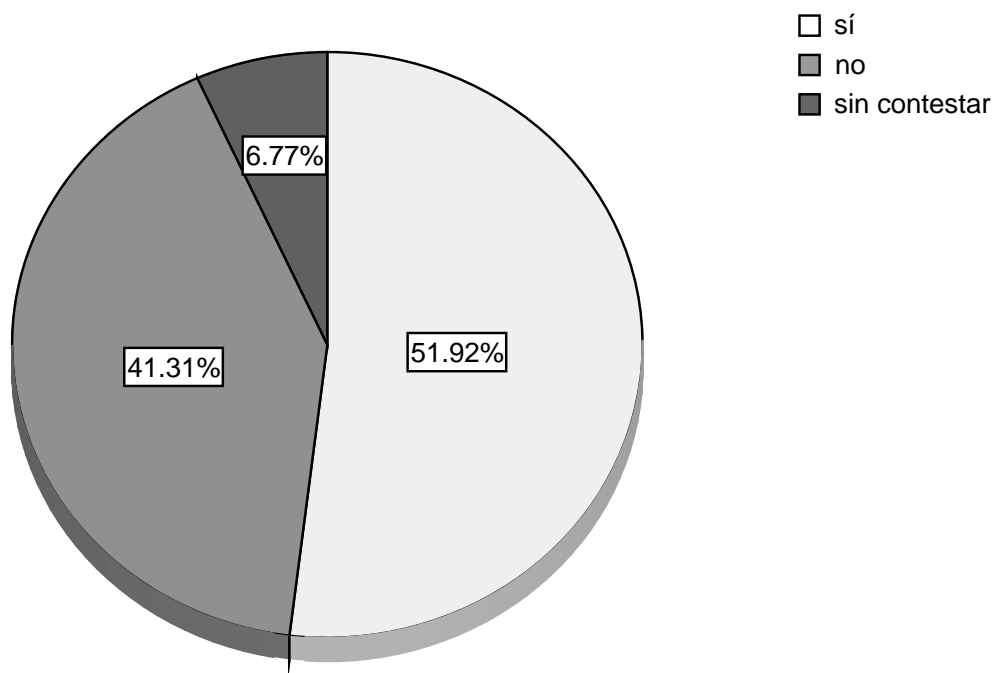
Además, cabe mencionar, que dicha metodología y los resultados aportados por el público van en relación con la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios, y a su vez, relacionada con la hipótesis de este trabajo de investigación y que, ésta última, dependerá de sus resultados finales.



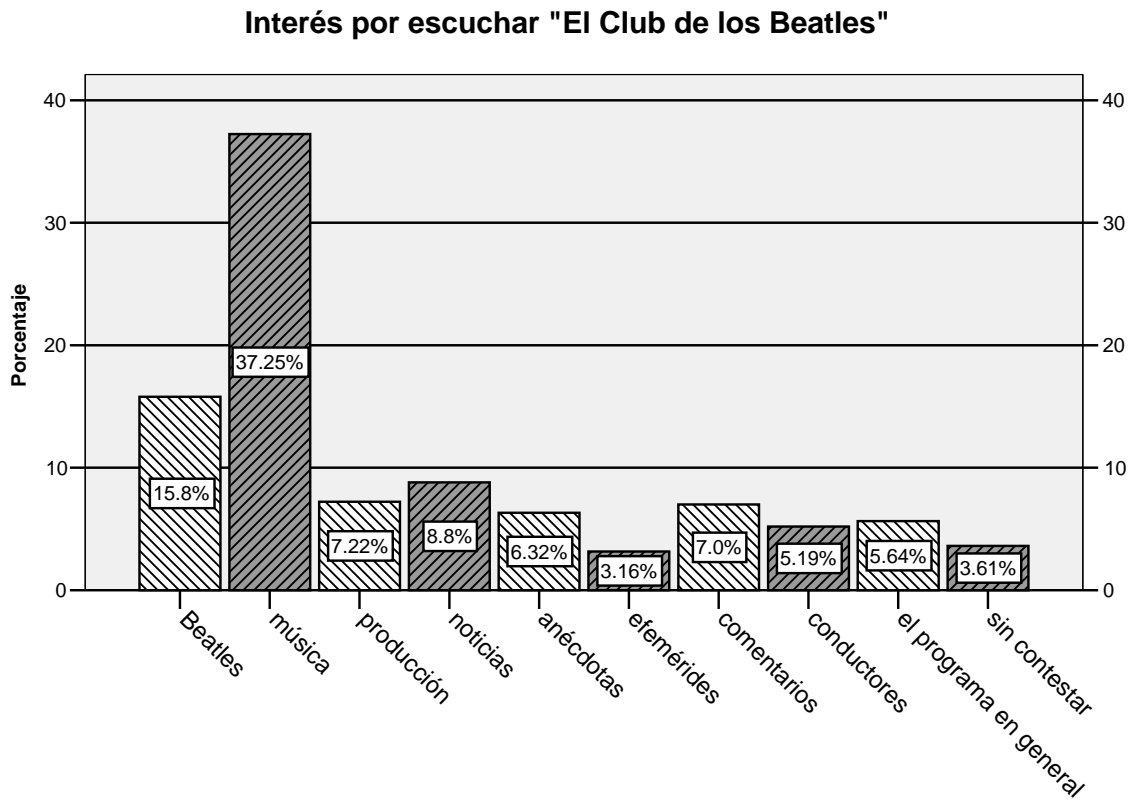
Gráfica 9: tiempo de escuchar a “El Club de los Beatles” por el radioescucha



Si dichas transmisiones del programa de "El Club de los Beatles" conoces, ¿Éste influye en gran parte a que escuches Universal Stereo solamente por escuchar a los Beatles en su programa exclusivo de la estación?



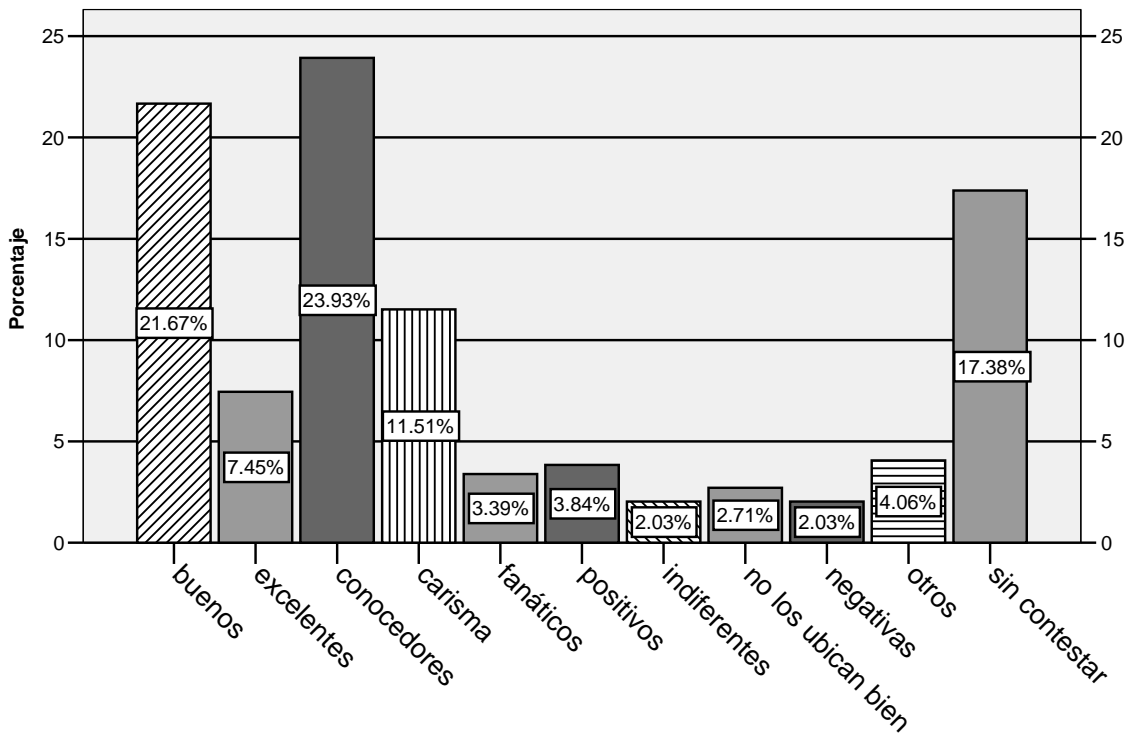
*Gráfica 10: influencia de "El Club de los Beatles" por sintonizar Universal Stereo*



*Gráfica 11: principales motivos del radioescucha por sintonizar al programa<sup>7</sup>*

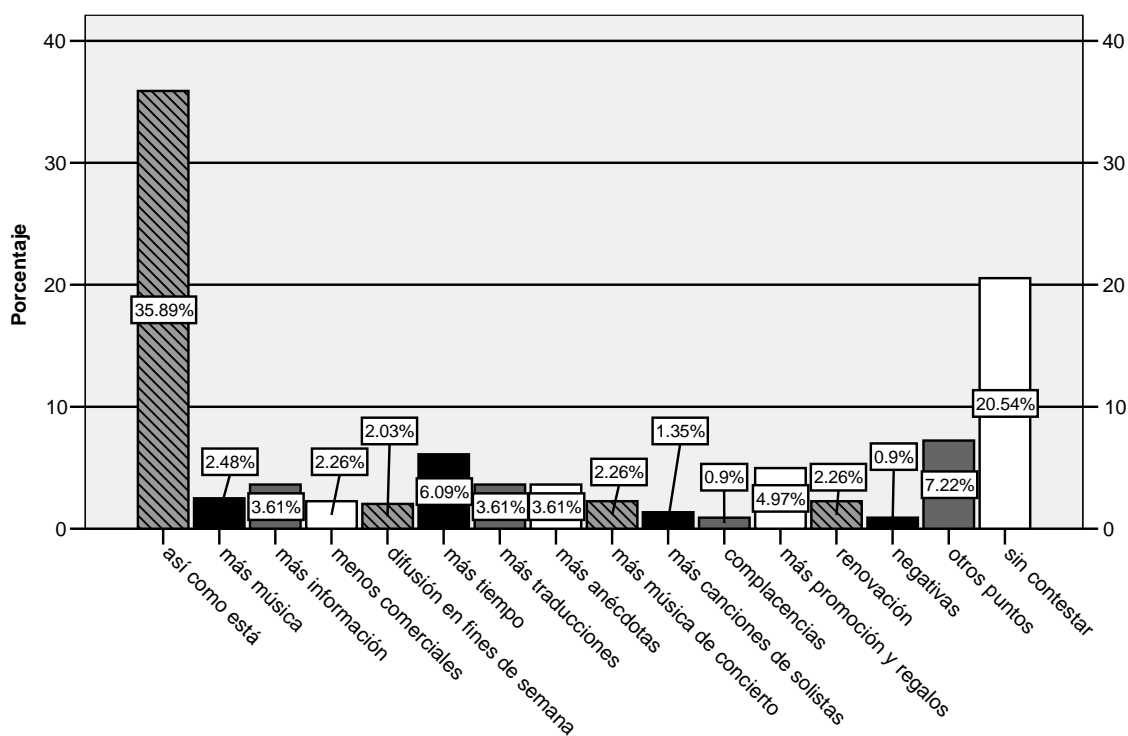
<sup>7</sup> De acuerdo con la explicación de esta gráfica, los principales motivos del radioescucha en sintonizar a “El Club de los Beatles” son los fundamentales “usos” abordados en el capítulo anterior y en relación con la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios.

**opinión acerca de los conductores del programa**



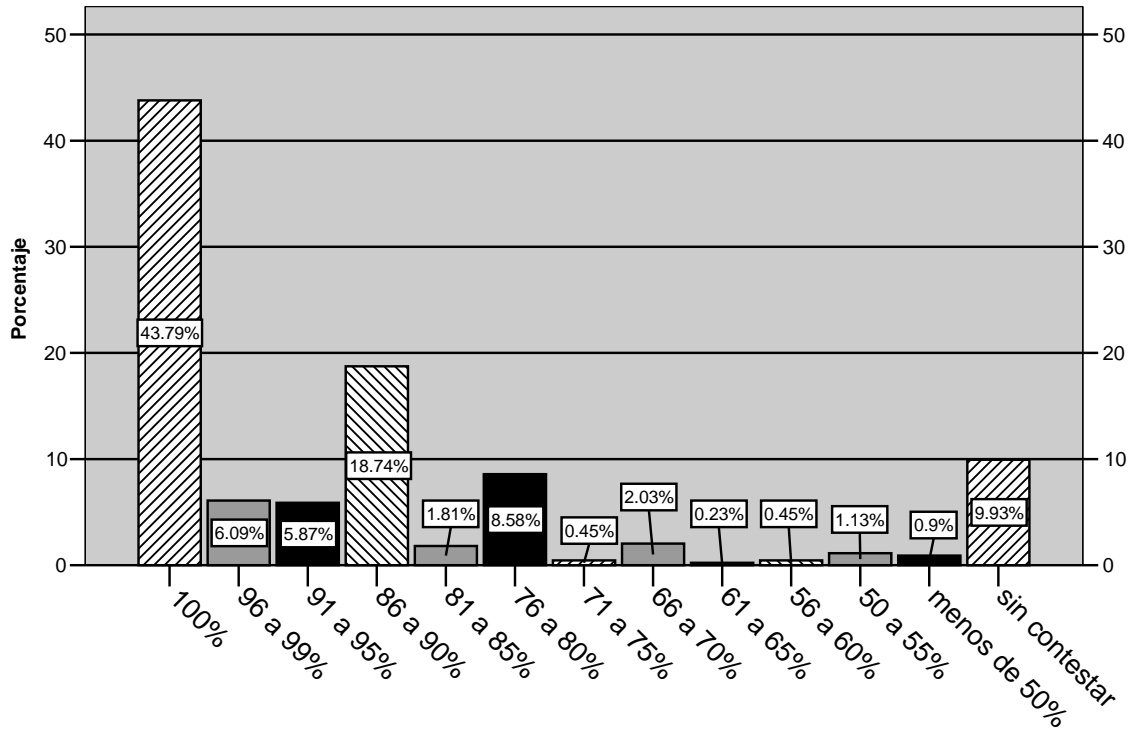
*Gráfica 12: opinión personal del radioescucha acerca de los conductores del programa*

¿Qué le anexarías, quitarías o dejaras igual al programa? Tomando en cuenta: música, anécdotas, información general, etc.



*Gráfica 13: posibles cambios de estructura y modificación que daría el público radioescucha para "El Club de los Beatles"*

**calificación para "El Club de los Beatles"**



*Gráfica 14: evaluación final y personal del público radioescucha para "El Club de los Beatles"*

#### 4.4. Observaciones finales

De acuerdo con los resultados del público radioescucha de “El Club de los Beatles”, dados a conocer por su interacción a dicho programa, se pueden determinar sus observaciones finales a cada pregunta respondida, y mostradas gráficamente, por las 443 personas entrevistadas.

Como ya se había mencionado, el público joven, el género masculino, profesionistas, solteros y residentes de la delegación Coyoacán como en los distintos municipios del Estado de México y que pertenezcan al Valle de México, son el mayor rango de personas que interactúan con el programa de radio.

Asimismo, el hogar es el lugar apropiado donde sintonizan el programa, así como también, la música es el principal motivo por el cual escuchan la emisora del programa (Universal Stereo), demostrando a su vez, la poca frecuencia de los radioescuchas al sintonizarla, esto último, ¿será que nada más la gente escucha a “El Club de los Beatles”? De acuerdo con los demás resultados, sí.

Al continuar con las observaciones finales de las siguientes gráficas correspondientes, ahora, al programa de radio, en relación con el tiempo de sintonizarlo por parte de los radioescuchas, corresponde en mayor número entre 6 a 10 años de interacción con él.

Aunque, por otro lado, no se deja de lado al demás público radioescucha que, con mayor o menor tiempo de sintonizar el programa, tome muy en cuenta, primero, recordar la época de los Beatles, y segundo, la atracción personal de los jóvenes, o al ser inculcado por sus padres.

Con base en la gráfica diez, si el programa influye al radioescucha en escuchar Universal Stereo por la música de los Beatles, de acuerdo con su resultado, la

mayor cantidad de público sí lo considera. Esta cifra se relaciona con el principal motivo por el cual sintonizan la emisora del programa y que algunos radioescuchas habían señalado la música, sin especificar cuál: la de los Beatles o la demás programación.

En relación con la principal causa de escuchar el programa, y de acuerdo con los resultados, esencialmente es la música de los Beatles, ya que es el principal soporte de toda programación, aunque también sintonizan este espacio radiofónico por el propio grupo musical y por las fuentes de noticias de todo tipo, abordadas en él.

Además, dichas razones por sintonizar el programa son los principales "usos" (*ver usos correspondientes en el apartado 3.2 del capítulo 3, pág. 115*) que su audiencia requiere o necesita para satisfacer sus necesidades por medio de sus "gratificaciones", conllevando así, la relación del entretenimiento y de la información empleados en el programa para el radioescucha.

Por otro lado, debido a las respuestas del público con base en sus opiniones hacia los conductores, la mayoría los catalogó como conocedores de todo lo relacionado con la música y vida de los Beatles. Esto quiere decir, que independientemente del conductor a referirse: Manuel Guerrero y Enrique Rojas, son destacados en su función dentro de las emisiones de "El Club de los Beatles", porque, de alguna manera, lo guían, lo dirigen y lo dan a conocer.

Mientras tanto, de acuerdo con el sentido de la penúltima pregunta abordada, la mayor parte de este público prefirió que "El Club de los Beatles" quedara igual como se está difundiendo, sin cambios en su total estructura, aunque en otros

resultados, optaron por aumentar su horario de transmisión en horas, emisiones y en fines de semana.<sup>8</sup>

Por lo tanto, y de acuerdo con la última pregunta, acerca de la evaluación general hacia el programa, la mayor parte de su público entrevistado lo calificó en un 100%, considerándolo de su esencial interés: música, información en general relacionada con los Beatles, lo que conlleva al entretenimiento e información para recordar y atraer al público mayor y joven, respectivamente.

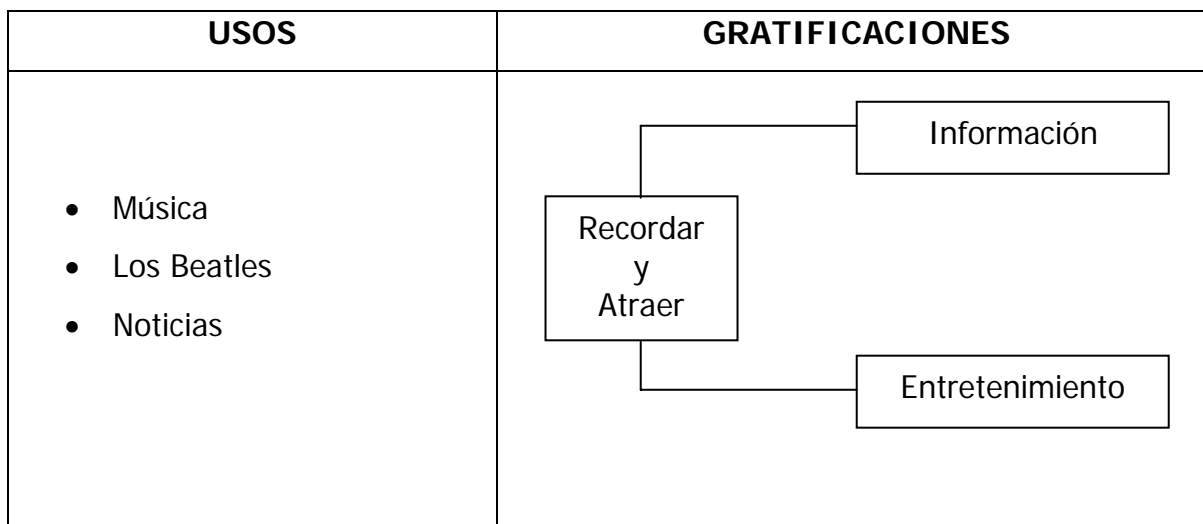
Al tomar muy en cuenta todos los resultados finales, basados metodológicamente, la hipótesis de esta investigación, tanto su variable independiente como su dependiente, no se modificaron, siguen igual.

---

<sup>8</sup> En la segunda mitad del año 2003, el programa se transmitía los sábados en las dos emisiones que cuenta en el día, pero por el formato de la estación y su programación, se descartó la difusión del programa en fines de semana.



4.5. Estructura final de los principales “usos y gratificaciones” del público radioescucha hacia “El Club de los Beatles”



*Tipología final de “usos y gratificaciones” del público radioescucha de “El Club de los Beatles”.*

De acuerdo con las observaciones finales anteriormente señaladas y explicadas, testimoniadas por el público radioescucha del programa, se puede apreciar el presente cuadro que el propio McQuail había formulado con base en la teoría funcionalista de los “usos y gratificaciones” de los medios, donde se observan los principales usos desempeñados por este público radioescucha con “El Club de los Beatles”.

Por ello, tanto la música como los Beatles y las noticias (usos), hacen recordar y atraer (gratificaciones) al público radioescucha que sintoniza y sigue sintonizado al programa radiofónico musical.

De esta manera, las principales “gratificaciones” demostradas por el propio público son la información y el entretenimiento adquiridos por “El Club de los Beatles”.

Con base en esta explicación, "El Club de los Beatles" es una fuente de entretenimiento y de información para el público radioescucha que gusta de la música, obra y vida del cuarteto de Liverpool, demostrando así, su interés y atracción en dichos contenidos.

Dicho de otra manera, y de acuerdo con los resultados obtenidos, se puede comprobar que un fragmento del público radioescucha (adultos contemporáneos) sintoniza el programa por el motivo de recordar su época transcurrida cuando los Beatles todavía interpretaban y componían sus propias canciones, y que el otro factor del público (jóvenes), sintoniza el programa porque les atrae principalmente la música del grupo dentro de cada emisión.

Es así, como culmina este capítulo con la obtención de resultados aportados por el público radioescucha que ha interactuado con el programa de radio, y a su vez, estos resultados han sido explicados personalmente.

Por estos motivos, se demostró la relación del público con los "usos y gratificaciones" que adentran a través de "El Club de los Beatles", y que dicha teoría funcionalista de los medios respaldó las necesidades que el público radioescucha ha demostrado por el programa.

No queda más por mencionar, que el gusto mostrado por la audiencia hacia el programa, fundamentalmente por la música y vida del cuarteto de Liverpool (Los Beatles), pues, al ser un grupo muy destacado a nivel internacional e histórico, musicalmente hablando, la única forma de recordarlo y escucharlo, está precisamente dentro del espacio radiofónico de "El Club de los Beatles", un programa muy destacado e influyente. Los resultados ahí lo abalan, al mostrar los usos y gratificaciones de su audiencia.

## CONCLUSIONES

Es increíble, que en pleno siglo XXI, aún se pueda observar a mucha gente que gusta del grupo musical más grande en la historia, llamado los "Beatles", el cual surgió en la década de los sesenta y puso fin a su carrera a principios de los setenta, y más aún lo es, el que muchas personas jóvenes, nacidas después de la trágica muerte de John Lennon, sientan afinidad por este cuarteto de Liverpool.

Por lo tanto, existe la necesidad del público radioescucha, sea fan o no tan fan de los Beatles, de escuchar las canciones del grupo que marcó una época, y que todavía, sigue demostrando su inquietud por sintonizarlas en cualquier momento y/o lugar, en donde éste se encuentre.

A ello, se debe la existencia de un programa de radio musical que, después de mucho tiempo en difundirse, ha generado más y nuevos fanáticos del cuarteto de Liverpool donde, esta gente, el público radioescucha, siga expresando interés en escuchar la música de los Beatles, y saber, en materia de información, noticias, comentarios, anécdotas, etc., que estén relacionados con el grupo musical.

Sin duda, "El Club de los Beatles", al estar estructurado por canciones, tanto del grupo y de su faceta como solistas, se establece, que de alguna forma, éstas constituyen el soporte principal del programa, sin dejar de considerar otro aspecto fundamental, como lo es el uso de la palabra, al brindar información de todo tipo.

Es así, como se fue concretando la hipótesis de este trabajo de investigación acerca del estudio de recepción de "El Club de los Beatles": "El público radioescucha que sintoniza el programa "El Club de los Beatles" no dejará de escucharlo porque se sienten atraídos por la vida y obra de los Beatles, que de alguna manera, les permite recordar épocas pasadas, y al mismo tiempo, atrae a

las nuevas generaciones, teniendo en cuenta que dicho programa, es fuente de entretenimiento y de información acerca del grupo”.

Los resultados obtenidos a través de los radioescuchas del programa, se van adecuando a la hipótesis de este trabajo, debido en primera instancia a su visión personal mostrada por ellos, al todavía seguir escuchando la música y la información acerca del cuarteto de Liverpool dentro de “El Club de los Beatles”.

También, de alguna manera, “El Club de los Beatles” es una fuente que permite recordar a la gente contemporánea al grupo y que gustó de éste con base en la música, y además, atrae a las nuevas generaciones que, de manera personal o influenciados por sus padres, tuvieron la inquietud de escuchar la música del grupo.

Asimismo, los lineamientos con que cuenta el programa, en relación con su programación y producción como: el uso de la música y de los datos, son considerados por el público, como fuentes de entretenimiento, y a la vez, de información, ya sea de manera actualizada o histórica, que se relacione con la vida y obra de los Beatles, y así como también, la carrera en solitario de cada integrante: John Lennon, Paul McCartney, George Harrison y Ringo Starr.

Los resultados finales muestran que “El Club de los Beatles” es un factor fundamental del público radioescucha en seguir escuchándolo y sintonizarlo en donde quiera que se encuentre: casa, trabajo o en el auto sin argumentar enfado alguno, sino al contrario: el público radioescucha está ávido de escuchar más a los Beatles, y todo ello se ve reflejado al solicitar un horario más de difusión del programa o llevar su transmisión a los fines de semana.

De algún modo, el programa de radio, que desde Radio Éxitos en “7 minutos y 90 segundos con los Beatles”, hasta hoy en día en Universal Stereo, se ha ido

incrementando en cuanto a tiempo de transmisión y de producción, debido al propio público radioescucha de “ayer, hoy y siempre”. Algunos de ellos, han escuchado el programa desde sus inicios, otros más en poco tiempo, etc., y por tal motivo, no será fácil el dejarlo de escuchar.

Tal vez el tiempo, las condiciones del programa, el público radioescucha, entre otros factores, permitirán que la existencia de “El Club de los Beatles”, sea mínimo, tal vez, de unos “veinte” años como lo dice Enrique Rojas, o “cuarenta años más” como lo menciona Manuel Guerrero, a pesar de que los Beatles llevan más de treinta años de haberse separado.

Esto influye en la calificación final del público radioescucha al evaluar personalmente a “El Club de los Beatles”, considerándolo, en la mayoría de ellos, en un 100% de calificación. Esto, también repercute los usos que el programa maneja para entretener e informar a su público: los Beatles, música, noticias, comentarios y conductores, y por supuesto, las gratificaciones presentadas u otorgadas por el radioescucha.

Para concluir, quiero mencionar, en lo personal, que se ha convertido en una tradición escuchar y sintonizar a “El Club de los Beatles” por parte de su público, lo que día con día va generando nuevos interesados por la música de los Beatles y posiblemente serán nuevos fanáticos del grupo, ocasionado inconscientemente por los objetivos y propósitos de este programa de radio musical.

Por ende, “El Club de los Beatles” retiene el tiempo, en la época en que los Beatles, hicieron ver al mundo su fascinación por la música, y el mundo, a su vez, mostró, con el paso de los años, una inquietud por escuchar y conocer más acerca del grupo, lo que provocó que dicho programa, se interesara en entretener e informar (al receptor) con la finalidad de hacer recordar y atraer a la gente que guste de la música del grupo más famoso de la época contemporánea.

Ya para finalizar, cabe resaltar que la importancia de haber realizado este trabajo de investigación, en cuanto a la audiencia del programa, radicó en que soy una de las personas que, sin querer o por accidente, escuché una de las emisiones del programa -la música de los Beatles- y por ello, al ser fan del grupo, tuve la interés de llevar a cabo esta indagación ya concluida, en cuanto al tema abordado, desarrollado y explicado.

Espero que esta aportación sea de gran utilidad para los que algún día la requieran. Gracias.

*Viva la buena música.*

**ANEXOS**

## ANEXO I

(Recursos técnicos desempeñados en radio, que su explicación procede del capítulo 1)

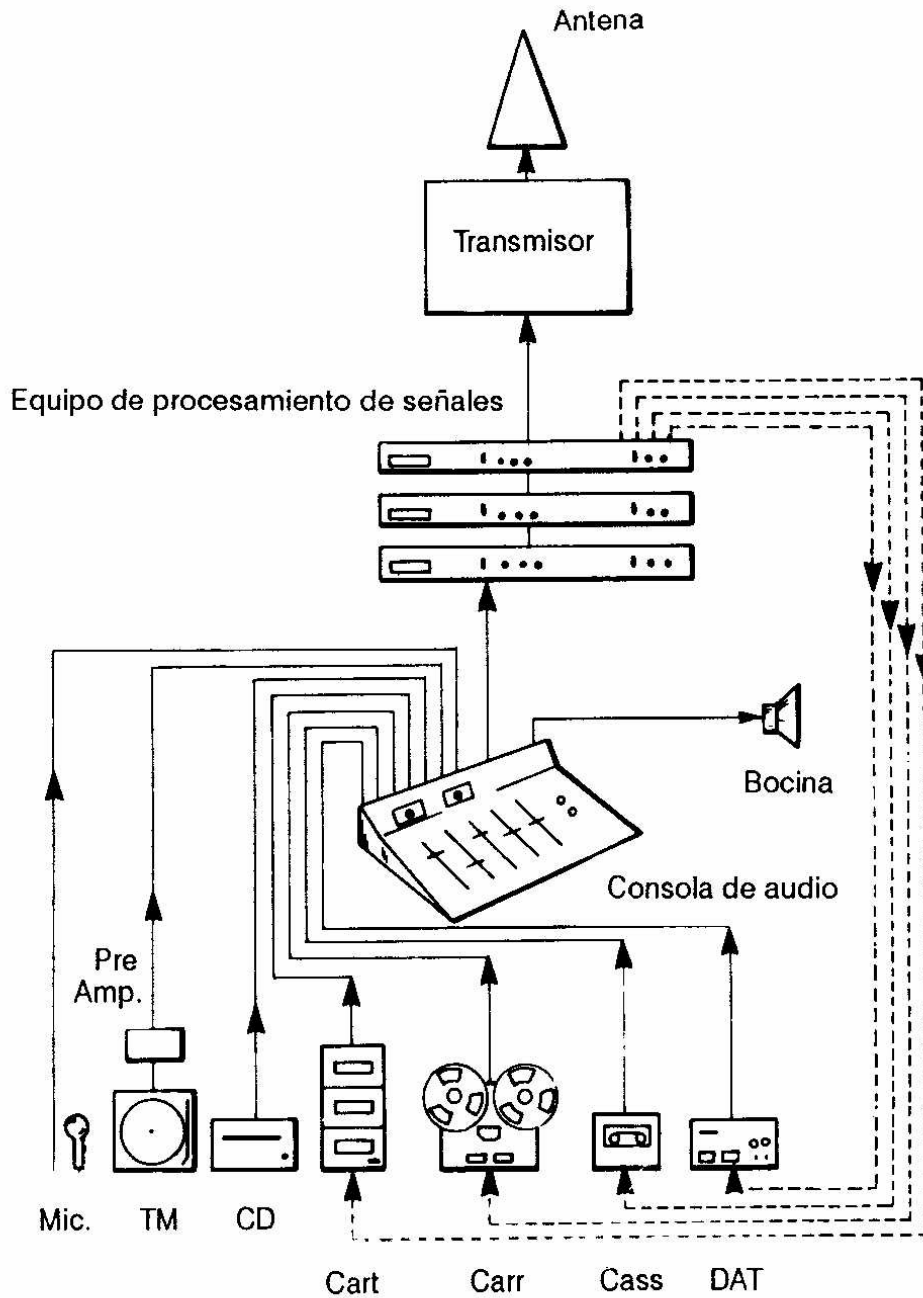
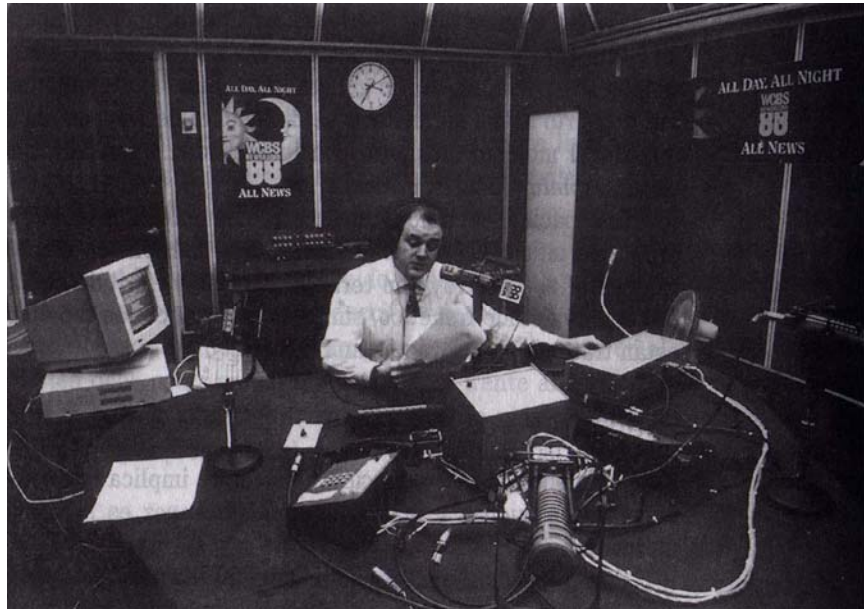


Diagrama de los recursos técnicos en una cabina de radio

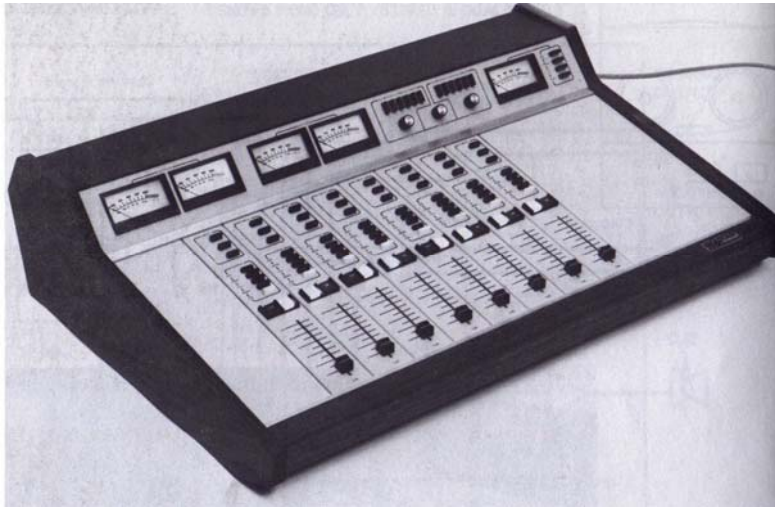




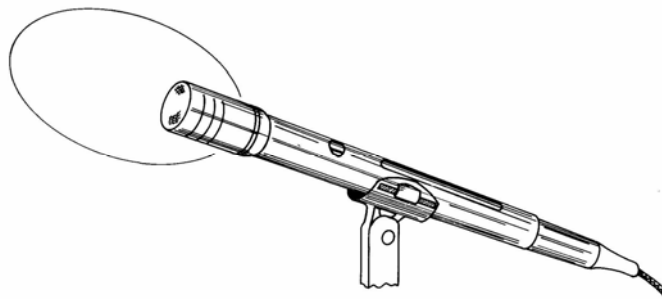
a) cabina de locución



b) cabina de operación



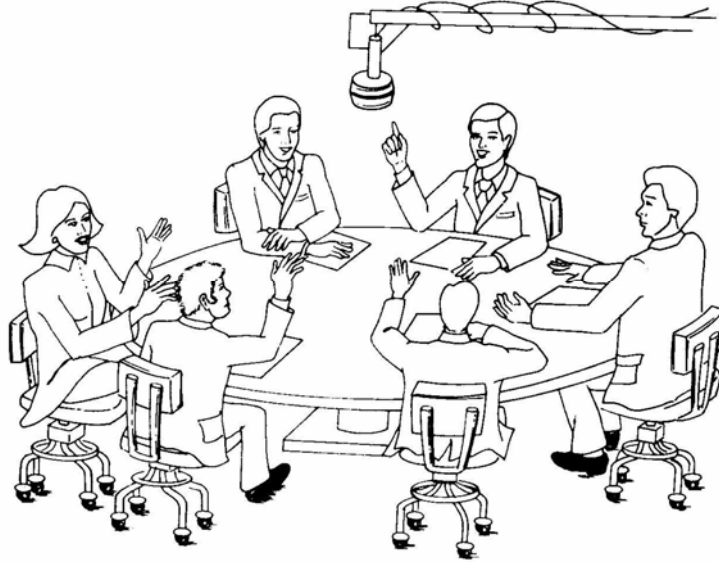
Consola de audio



a) micrófono unidireccional



b) micrófono bidireccional



c) micrófono omnidireccional



Tornamesa



Reproductor de CD



Grabadora de casete



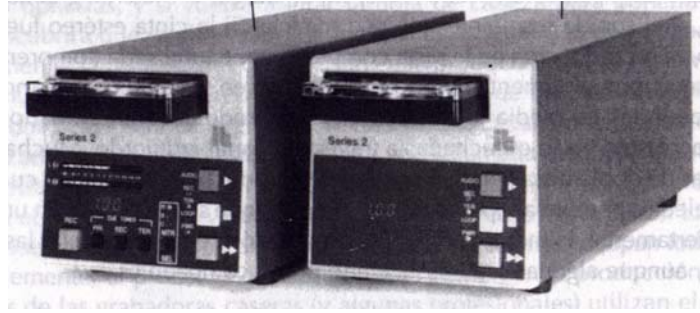
Grabadora DAT



Reproductor de Minidisc



Computadora



Cartuchera



Magnetófono (reproductor de carrete abierto)

Instrumentos para reproducir y grabar en ellos



a) cd´s



b) casete DAT



c) cinta de carrete abierto



d) casete reproductor

## ANEXO II

(Cuadros de los rangos correspondientes, y explicados anteriormente en sus respectivas gráficas, de los radioescuchas de "El Club de los Beatles" al ser entrevistados)\*

---

\* Nota: para la presentación de los cuadros se utilizó el *software* SPSS versión 13.0, dicho programa, permitió facilitar la explicación de cada rango.



edad

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	1	.2	.2	.2
11	1	.2	.2	.5
12	1	.2	.2	.7
13	1	.2	.2	.9
14	8	1.8	1.8	2.7
15	10	2.3	2.3	5.0
16	8	1.8	1.8	6.8
17	9	2.0	2.0	8.8
18	7	1.6	1.6	10.4
19	16	3.6	3.6	14.0
20	12	2.7	2.7	16.7
21	14	3.2	3.2	19.9
22	16	3.6	3.6	23.5
23	18	4.1	4.1	27.5
24	18	4.1	4.1	31.6
25	11	2.5	2.5	34.1
26	11	2.5	2.5	36.6
27	10	2.3	2.3	38.8
28	13	2.9	2.9	41.8
29	10	2.3	2.3	44.0
30	17	3.8	3.8	47.9
31	8	1.8	1.8	49.7
32	9	2.0	2.0	51.7
33	12	2.7	2.7	54.4
34	8	1.8	1.8	56.2
35	12	2.7	2.7	58.9
36	5	1.1	1.1	60.0
37	6	1.4	1.4	61.4
38	9	2.0	2.0	63.4
39	5	1.1	1.1	64.6
40	10	2.3	2.3	66.8
41	5	1.1	1.1	67.9
42	10	2.3	2.3	70.2
43	7	1.6	1.6	71.8
44	8	1.8	1.8	73.6
45	8	1.8	1.8	75.4
46	11	2.5	2.5	77.9
47	8	1.8	1.8	79.7
48	10	2.3	2.3	81.9
49	9	2.0	2.0	84.0
50	13	2.9	2.9	86.9
51	5	1.1	1.1	88.0
52	11	2.5	2.5	90.5
53	6	1.4	1.4	91.9
54	8	1.8	1.8	93.7
55	6	1.4	1.4	95.0
56	2	.5	.5	95.5
57	4	.9	.9	96.4
58	5	1.1	1.1	97.5
59	4	.9	.9	98.4
60	1	.2	.2	98.6
62	1	.2	.2	98.9
65	2	.5	.5	99.3
66	1	.2	.2	99.5
67	1	.2	.2	99.8
69	1	.2	.2	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**Sexo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Femenino	189	42.7	42.7	42.7
	Masculino	254	57.3	57.3	100.0
	Total	443	100.0	100.0	

**Ocupación**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otro	10	2.3	2.3	2.3
	Estudiante	113	25.5	25.5	27.8
	Profesionista	165	37.2	37.2	65.0
	Hogar	19	4.3	4.3	69.3
	Empleado	88	19.9	19.9	89.2
	Comerciante	24	5.4	5.4	94.6
	Obrero	13	2.9	2.9	97.5
	Jubilado	6	1.4	1.4	98.9
	Desempleado	2	.5	.5	99.3
	Sin Contestar	3	.7	.7	100.0
	Total	443	100.0	100.0	

**estado civil**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	soltero	245	55.3	55.3	55.3
	casado	186	42.0	42.0	97.3
	divorciado	9	2.0	2.0	99.3
	viudo	2	.5	.5	99.8
	sin contestar	1	.2	.2	100.0
	Total	443	100.0	100.0	

**delegación o municipio**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Alvaro Obregón	36	8.1	8.1	8.1
Azcapotzalco	11	2.5	2.5	10.6
Benito Juárez	25	5.6	5.6	16.3
Coyoacán	70	15.8	15.8	32.1
Cuajimalpa	1	.2	.2	32.3
Cuauhtémoc	15	3.4	3.4	35.7
Gustavo A. Madero	25	5.6	5.6	41.3
Iztacalco	15	3.4	3.4	44.7
Iztapalapa	49	11.1	11.1	55.8
Magdalena Contreras	9	2.0	2.0	57.8
Miguel Hidalgo	10	2.3	2.3	60.0
Tláhuac	6	1.4	1.4	61.4
Tlalpan	40	9.0	9.0	70.4
Venustiano Carranza	21	4.7	4.7	75.2
Xochimilco	19	4.3	4.3	79.5
Municipios del Estado de México	76	17.2	17.2	96.6
Sin contestar	15	3.4	3.4	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**Lugar específico donde escuchas más la radio**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
casa	208	47.0	47.0	47.0
trabajo	101	22.8	22.8	69.8
auto	114	25.7	25.7	95.5
transporte, calle (walkman)	20	4.5	4.5	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**Motivo por el cual escuchan Universal Stereo**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid otro	38	8.6	8.6	8.6
música	187	42.2	42.2	50.8
Beatles	121	27.3	27.3	78.1
tradición	30	6.8	6.8	84.9
gusto	49	11.1	11.1	95.9
sin contestar	18	4.1	4.1	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**¿Por qué?**

	Frequency	Percent
Missing System	443	100.0

**Si tu respuesta es sí, ¿Qué tanto de manera frecuente la escuchas?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid mucho	175	39.5	39.5	39.5
regular	194	43.8	43.8	83.3
poco	74	16.7	16.7	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**¿Desde cuándo escuchas el programa?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid otras respuestas	8	1.8	1.8	1.8
menos de un años	25	5.6	5.6	7.4
de 1 a 3 años	60	13.5	13.5	21.0
de 4 a 5 años	38	8.6	8.6	29.6
de 6 a 10 años	88	19.9	19.9	49.4
de 11 a 15 años	39	8.8	8.8	58.2
de 16 a 20 años	39	8.8	8.8	67.0
de 21 a 25 años	14	3.2	3.2	70.2
de 26 a 30 años	7	1.6	1.6	71.8
de 31 años en adelante	8	1.8	1.8	73.6
desde sus inicios	10	2.3	2.3	75.8
Radio Éxitos	14	3.2	3.2	79.0
Mucho tiempo	43	9.7	9.7	88.7
ocasionalmente	18	4.1	4.1	92.8
no recuerda	7	1.6	1.6	94.4
sin contestar	25	5.6	5.6	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**Si conoces las transmisiones del programa: "El Club de los Beatles", ¿ éste  
Influye en gran parte a que escuches "Universal Stereo" solamente por  
escuchar a los Beatles en su programa exclusivo de la estación?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sí	230	51.9	51.9	51.9
no	183	41.3	41.3	93.2
sin contestar	30	6.8	6.8	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**¿Por qué?**

	Frequency	Percent
Missing System	443	100.0

**¿Qué es lo que influye a que escuches "El Club de los Beatles"?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Beatles	70	15.8	15.8	15.8
música	165	37.2	37.2	53.0
producción	32	7.2	7.2	60.3
noticias	39	8.8	8.8	69.1
anécdotas	28	6.3	6.3	75.4
efemérides	14	3.2	3.2	78.6
comentarios	31	7.0	7.0	85.6
conductores	23	5.2	5.2	90.7
el programa en general	25	5.6	5.6	96.4
sin contestar	16	3.6	3.6	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**¿Qué opinas de los conductores de "El Club de los Beatles"?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid otros	18	4.1	4.1	4.1
buenos	96	21.7	21.7	25.7
excelentes	33	7.4	7.4	33.2
conocedores	106	23.9	23.9	57.1
carisma	51	11.5	11.5	68.6
fanáticos	15	3.4	3.4	72.0
positivos	17	3.8	3.8	75.8
indiferentes	9	2.0	2.0	77.9
no los ubican bien	12	2.7	2.7	80.6
negativas	9	2.0	2.0	82.6
sin contestar	77	17.4	17.4	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**¿Qué le anexarías, quitarías o dejarías igual el programa, tomando en cuenta la música, anécdotas, información en general, etc.?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid otros puntos	32	7.2	7.2	7.2
así como está	159	35.9	35.9	43.1
más música	11	2.5	2.5	45.6
más información	16	3.6	3.6	49.2
menos comerciales	10	2.3	2.3	51.5
difusión en fines de semana	9	2.0	2.0	53.5
más tiempo	27	6.1	6.1	59.6
más traducciones	16	3.6	3.6	63.2
más anécdotas	16	3.6	3.6	66.8
más música de concierto	10	2.3	2.3	69.1
más canciones de solistas	6	1.4	1.4	70.4
complacencias	4	.9	.9	71.3
más promoción y regalos	22	5.0	5.0	76.3
renovación	10	2.3	2.3	78.6
negativas	4	.9	.9	79.5
sin contestar	91	20.5	20.5	100.0
Total	443	100.0	100.0	

**¿Qué calificación de cero a cien por ciento acreditarías a "El Club de los Beatles"?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 100%	194	43.8	43.8	43.8
96 a 99%	27	6.1	6.1	49.9
91 a 95%	26	5.9	5.9	55.8
86 a 90%	83	18.7	18.7	74.5
81 a 85%	8	1.8	1.8	76.3
76 a 80%	38	8.6	8.6	84.9
71 a 75%	2	.5	.5	85.3
66 a 70%	9	2.0	2.0	87.4
61 a 65%	1	.2	.2	87.6
56 a 60%	2	.5	.5	88.0
50 a 55%	5	1.1	1.1	89.2
menos de 50%	4	.9	.9	90.1
sin contestar	44	9.9	9.9	100.0
Total	443	100.0	100.0	

ANEXO III



Cartel de "El Club de los Beatles"





Entrevistando a Manuel Guerrero en el Foro Coyoacanense "Hugo Argüelles", mayo de 2004.



Conferencia dada en EMI Capitol por Manuel Guerrero y Enrique Rojas, diciembre de 2003.



Con Manuel Guerrero en la casa editorial EMI Capitol, diciembre de 2003.



Con Enrique Rojas en la casa editorial EMI Capitol, diciembre de 2003.

## GLOSARIO

**Amplitud:** fuerza o altura de una onda sonora o radiofónica.

**Antena:** dispositivo para la transmisión o recepción de ondas de radio, en su forma electromagnética.

**Audiencia:** sector de público que interactúa y demuestra cierto interés a una emisión, programa, espacio o emisora correspondiente, tanto en radio como televisión.

**Bidireccional:** patrón de recepción de sonido procedente de dos direcciones.

**Casa discográfica:** estudio musical para grabar y producir material discográfico.

**Continuista:** persona encargada de ejecutar y dar seguimiento a la programación de una emisora.

**Corresponsal:** persona que reside en lugares lejanos y se dedica a ofrecer información sobre los hechos relevantes que suceden cerca de su ciudad o comunidad.

**Cue:** instrucción para iniciar una acción.

**Demo:** grabación de muestra de un producto radiofónico.

**Dicción:** manera correcta de pronunciar las palabras.

**Difusión:** en términos radiofónicos, es emitir un mensaje a través de ondas hertzianas.

**Digital:** grabación, circuito o pieza de equipo en el que la salida de sonido varía en forma discreta (niveles de voltaje analizados por muestreo y convertidos a datos binarios), de modo que puede ser reproducido sin degradar la señal.

**DVD:** término para señalar al videodisco digital.

**Edición:** unión de planos sonoros realizados en posproducción.

**Efecto:** en términos generales conocido como ruido.

**Efectista:** aquella persona que selecciona y produce los efectos sonoros para crear un ambiente y centra una creación en vivo; ruidos en función de las necesidades rítmicas de un programa, como una radionovela.

**Elementos del lenguaje musical:** ritmo, melodía, armonía y timbre.

**Elementos del lenguaje radiofónico:** sonido voz, sonido efecto-ruido, sonido música y silencio.

**Emisión:** en radio, espacio que cuenta con los elementos de difusión.

**Emisora:** comúnmente denominada estación de radio.

**Estación radiofónica de formato hablado:** espacio radiofónico que su contenido corresponde solamente a la palabra, como programas de noticias, entrevistas, de debate, de opinión, etc.

**Estación radiofónica de formato musical:** espacio radiofónico que su contenido corresponde solamente a la difusión de la música, aunque con pequeñas intervenciones de locutores o conductores.

**Estéreo:** sistema de grabación y/o reproducción de sonido que utiliza dos canales derecho e izquierdo, para imitar lo más realmente posible al sonido en vivo.

**Feedback:** retroalimentación. Es toda forma o posibilidad de respuesta inherente al sistema dado, o al proceso mismo, que ejerce el receptor en relación cíclica con el emisor. La posibilidad de respuesta del receptor hacia el emisor.

**Fidelidad:** grado de precisión con el que el sistema reproduce en su salida las características esenciales de la señal que recibe en su entrada.

**FM:** sistema por el que se modifica la frecuencia portadora del transistor de acuerdo con la señal del sonido.

**Fondear:** utilizar música de fondo con el fin de acompañar un texto hablado.

**Formato radiofónico:** estilos diferentes de cada emisión radiofónica, como el hablado y musical. A su vez, es la estrategia de programación en una estación de radio para atraer a un determinado tipo de público.

**Frecuencia:** número de ciclos que una onda sonora o radiofónica completa en un segundo.

**Funcionalismo:** teoría que considera a la sociedad como un conjunto de partes (normalmente, instituciones) que funcionan para mantener el conjunto y en la que el mal funcionamiento de una parte obliga al reajuste de las otras. En relación con los medios de comunicación, interpreta fundamentalmente una perspectiva general de estos medios de comunicación en su conjunto, por lo que se tiene a manifestar las funciones producidas por el sistema de comunicación de masas.

**Funciones en la música para radio:** función gramatical, función expresiva, función descriptiva, función reflexiva y función ambiental.

**Género musical:** tipos de música correspondientes entre sí y que sus ritmos se asemejen.

**Géneros periodísticos:** artículo, reseña descriptiva, reseña crítica, nota informativa, reportaje, entrevista, etc.

**Grabar:** procedimiento de capturar o registrar sonidos e imágenes.

**Grupo radiofónico:** empresa o compañía estructurada por estaciones radiofónicas, ya sea de emisoras permisionarias o concesionarias, cuyo objetivo es difundir emisiones con fines específicos y personales.

**Hertz:** unidad de medición de la frecuencia que se basa en el número de ciclos por segundo de las ondas sonoras.

**Lenguaje:** es la facultad humana, sistemas de signos por el cual el hombre elabora, expresa y comunica sus pensamientos.

**Lingüística:** disciplina científica que se encarga de estudiar el lenguaje. Su atención se centra en los sonidos, las palabras y la sintaxis de una lengua concreta, en las relaciones existentes entre las lenguas, o en las características comunes a todas ellas.

**Masa o masiva:** en términos teóricos de la comunicación, connota a referirse a un gran volumen, ámbito o extensión de gente o producción.

**Mediática:** referente a los medios de comunicación.

**Medio de comunicación:** aquel medio surgido como producto para satisfacer necesidades de comunicación, como cine, radio, televisión, prensa, etc.

**Medios electrónicos:** radio, televisión, cine e Internet (computadora).

**Metodología:** disciplina que estudia los métodos, forma en que la disciplina maneja el método de algo para llegar a una conclusión, por medio de un procedimiento, y que sirva de explicación.

**Montaje:** disponer y ordenar el material de una forma determinada.

**Multitrack:** dispositivo que graba diversas fuentes de audio.

**Música:** movimiento organizado de sonidos a través de un continuo de tiempo, compases y ritmos.

**Nota informativa:** información breve de un hecho o suceso.

**Noticiero:** espacio radiofónico en donde se dan las noticias.

**Noticiero:** persona encargada de dar las noticias.

**Omnidireccional:** patrón de recepción de sonido procedente de todas direcciones.

**Onda:** ciclo completo de la energía eléctrica o sonora.

**Payola:** ofrecimiento de dinero por parte de una compañía discográfica a una emisora de radio para difundir varias veces melodías de moda.

**Perfil del radioescucha:** sectores de públicos interesados en un espacio radiofónico y que, entre éstos, se diferencian por rangos, como edades, niveles de escolaridad, ocupaciones, procedencia, etc.

**Perfil de un espacio radiofónico:** elementos y propósitos que constituyen un espacio de radio para un determinado y seleccionado público radioescucha.

**Posproducción:** etapa final de la producción de un producto audiovisual. Es el armado final del mismo producto.

**Preproducción:** primera etapa de la producción de un producto audiovisual.

**Producción:** etapa intermedia entre la preproducción y posproducción de un producto audiovisual. También se le denomina la realización o ejecución del producto. Además, es el proceso de manejo de los elementos sonoros con equipo de radio o televisión para transmitir un mensaje y conseguir un efecto.

**Producción radiofónica:** requerimiento constante de los elementos del lenguaje radiofónicos dentro de un producto radiofónico.

**Programación:** selección y disposición de música, textos y otros elementos de un programa de manera que resulten atractivos a los radioescuchas de una emisora.

**Radio:** tecnología de transmisión de sonidos que se ha desarrollado como un medio de características propias.

**Radioescucha:** persona interactiva a uno o más espacios radiofónicos.

**Radionovela:** historia o dramatización transmitida por radio y que en ella se manejen los usos del lenguaje radiofónico.

**Rating:** niveles de medición, altos o bajos, de la audiencia de un espacio difundido en radio o televisión.

**Recepción:** en este caso en radio, la audiencia o público que le llega el mensaje.

**Recursos humanos:** personal que elabora y ejecuta los recursos técnicos en una emisión radiofónica.

**Recursos técnicos:** aquellos aparatos, equipos o herramientas indispensables para su funcionamiento de una emisión de radio.

**Redactor:** es el que sigue la información de las agencias informativas, periódicos, revistas, libros y otras fuentes para seleccionar y redactar los acontecimientos de mayor relevancia.

**Reportaje:** es el género mayor del periodismo, el cual se estructura de la entrevista, noticia, anécdota, crónica, etc. Es pues, una indagación de investigación sustentada en datos provenientes de la realidad de carácter social.

**Reportero:** aquella persona que asiste a lugares donde se genere la información y obtiene datos, entrevistas, testimonios, control remoto, enlace e información fresca de los hechos.

**Rock 'n roll:** género musical procedente del *R&B*, surgido a mediados del siglo XX y que su mayor auge fue en la década de los sesenta en todo el mundo.

**Rocola:** difusión de música grabada que proviene del gramófono, aparato antiguo que reproduce discos grabados.

**Señal de audio:** señal sonora que ha sido procesada de forma electromagnética.

**Slogan:** frase que identifica a un determinado producto, espacio, empresa, etc.

**Sonido:** sensación que perjudica al órgano de la audición, el oído.

**Teoría:** herramienta metodológica que sirve para explicar un objeto de estudio.

**Teoría funcionalista:** (*ver funcionalismo*).

**Tipología:** estudio y clasificación de tipos que se practica en diversas ciencias.

**Tipos de usos en radio:** sintonía, careta, indicativo, ráfaga, golpe musical, cortina musical, puente musical, colchón musical, chispa, mezcla, tema musical y cierre musical.

**Track:** pista musical o efecto de sonido.

**Transductor:** cualquier dispositivo que convierte una forma de energía en otra, por ejemplo: de mecánica a eléctrica, de acústica a eléctrica, de eléctrica a magnética, etc.

**Transmisión:** (*ver difusión*).

**Transmisor:** dispositivo responsable de producir las ondas de radio que conducen la señal de una estación.

**Unidad móvil:** vehículo que transporta el control del programa, el de audio, de grabación y de la recepción instantánea, así como el control técnico y el equipo de transmisión.



## FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas:

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa; María Antonieta Rebeil e Ignacio Rodríguez. **Perfiles del cuadrante**. Trillas. México, 1991, 314 p.

BAENA, Guillermina. **Tesis en treinta días**. Editores Mexicanos. México, 1988, 104 p.

BAER, Patrick. **La teoría social en el siglo XX**. Ciencias Sociales. Alianza. España, 2001, 271 p.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Cátedra signo e imagen. España, 1994, 250 p.

BELTRÁN MONER, Rafael. **Ambientación musical**. Selección, montaje y sonorización. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 1991, 176 p.

BENOIT, Philip; Carl Asuman y Lewis B. O'Donnell. **Producción en la radio moderna**. Thomson Editores. México, 2001, 411 p.

BLAXTER, Loraine y otros. **Cómo se hace una investigación**. Gedisa. España, 2000, 351 p.

CÉSAR Galeano, Ernesto. **Modelos de comunicación**. Ediciones Macchi. Argentina, 1997, 146 p.

CERVANTES DE COLLADO, Cristina y Maximiliano Maza. **Guión para medios audiovisuales**. Cine, radio y televisión. Alhambra Mexicana. México, 1994, 404 p.

CORRAL, Manuel. **La ciencia de la comunicación en México**. Trillas. México, 2003, 148 p.

DE ANDA Y RAMOS, Francisco. **La Radio**. El despertar del gigante. Trillas. México, 1997, 512 p.

DE FLEUR, Melvin y Sandra Ball-Rokeach. **Teorías de la comunicación de masas**. Paidós. México, 1987, 349 p.

DE MORAGAS SPA, Miguel. **Teorías de la comunicación**. Gustavo Gili. España, 1984, 362 p.

- ECO, Umberto. **Cómo se hace una tesis**. Gedisa. España, 2000, 233 p.
- FERNÁNDEZ, Claudia y Andrew Pasman. **El tigre**. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa. Grijalbo. México, 2000, 542 p.
- GOMEZJARA, Francisco. **Sociología**. Porrúa. México, 1998, 501 p.
- GONZÁLEZ, Susana. **Manual de redacción e investigación documental**. Trillas. México, 1990, 204 p.
- GROSS, Lynnes y David. E. Reese. **Manual de producción radiofónica**. Estudio y equipo. Instituto Tecnológico y Estudio Superior de Montaje. Alhambra Mexicana. México, 1997, 204 p.
- HOCHMAN, Elena y Maritza Montero. **Técnicas de investigación documental**. Trillas. México, 1978, 88 p.
- KAPLÚN, Mario. **Producción de programas de radio**. El guión – la realización. Ediciones CIESPAL. Quito, 1994, 470 p.
- KATZ, Elihu y Paul F. Lazarsfeld. **La influencia personal**. El individuo en el proceso de comunicación de masas. Hispano europea. España, 1979, 446 p.
- KEITH, Michael. **Radio Production**. Art and science. Focal Press. USA, 1991, 255 p.
- LÓPEZ VENERONI, Felipe. **La ciencia de la comunicación**. Método y objeto de estudio. Trillas. México, 2003, 144 p.
- MARCHAMALO, Jesús y Miguel Ángel Ortiz. **Técnicas de comunicación en radio**. La realización radiofónica. Paidós. España, 1994, 156 p.
- MATTELART, Armand y Michele Mattelart. **Historia de las teorías de la comunicación**. Paidós. España, 1997, 142 p.
- McLEISH, Robert. **Técnicas de creación y realización en radio**. Instituto Oficial de Radio y Televisión. España, 1986, 292 p.
- McQUAIL, Denis. **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**. Paidós. México, 2001, 632 p.
- NORBERG, Eric G. **Programación radiofónica: estrategias y tácticas**. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 1996, 204 p.

SCHEMELKES, Corina. **Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis)**. Harla. México, 1988, 214 p.

**Sonido de la radio, el**. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. UAM, IMER, Plaza y Janés. México, 1988, 214 p.

WOLF, Mauro. **La investigación de comunicación de masas**. Críticas y perspectivas. Paidós. México, 2002, 318 p.

ZETTL, Herbert. Manual de producción de televisión. Thomson Editores. México, 1999, 558 p.

Tesis:

BALTASAR, Nora Hilda y Teresa Hernández. **Organización Radio Centro y Núcleo Radio Mil en la década de los ochenta**. Tesis de ciencias de la comunicación. FCPS, UNAM, CU, 1993, 121 p.

MEDINA, Angélica; Ruth Olivares y Leticia Suárez. **La radio a través de la radio**. Un manual de producción. Tesis de ciencias de la comunicación. FCPS, UNAM, CU, 1994, 159 p.

ROSALES GONZÁLEZ, Rodrigo. **Internet y comunicación: propuesta de página electrónica para los alumnos del SUA de la FCPS en la UNAM**. Tesis de ciencias de la comunicación. FCPS, UNAM, CU, 2001, 145 p.

SANTANA REYES, Sandra. **La radio y sus recursos, el locutor de frecuencia modulada en el D.F. en los noventa**. Tesis de ciencias de la comunicación. FCPS, UNAM, CU, 1998, 153 p.

Entrevistas:

CARRASCO GARCÍA, Luis (productor y realizador en radio, profesor de la FCPS, UNAM). **La radio musical**. Elementos de producción radiofónica. Entrevista personal. Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE). Coyoacán, México D.F., 30 de julio, 2004.

GUERRERO, Manuel (conductor de la primera emisión de El Club de los Beatles). **El Club de los Beatles**. Historia, trayectoria y elementos que lo conforman. Entrevista personal. Foro Coyoacanense "Hugo Argüelles", Coyoacán, México D.F., 25 de abril; 16, 23 y 30 de mayo; 13 de junio; 11 de julio, 2004.

Radioescucha de El Club de los Beatles, el. **La interacción con “El Club de los Beatles”**. Entrevista temática. 6 y 7 de diciembre de 2003, Casa productora EMI Capitol, Cuauhtémoc, México D.F.; 23 y 30 de mayo de 2004, Foro Coyoacanense “Hugo Argüelles”, Coyoacán, México D.F., 443 entrevistados.

ROJAS, Enrique (conductor de la segunda emisión de El Club de los Beatles). **Trascendencia de El Club de los Beatles**. Entrevista personal. Sala “Miguel Covarrubias”, UNAM, CU, 9 de noviembre, 2004.

ZAVALA, Luis Gerardo (locutor del IMER). **Los Beatles en la radio en México**. Entrevista personal. Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Benito Juárez, México D.F., 27 de abril, 2004.

Conferencias:

AGUIRRE, Francisco (presidente de Grupo Radio Centro) y otros. **A diez años de Grupo Radio Centro en la Bolsa de Valores de Nueva York**. Conferencia en cadena con las emisoras de GRC. Grupo Radio Centro, Miguel Hidalgo, México D.F., 1 de julio, 2003.

CARRASCO GARCÍA, Luis (productor y realizador en radio, profesor de la FCPS, UNAM). **Técnicas de producción y realización por radio**. Elementos del lenguaje radiofónico y recursos técnicos y humanos de la radio. Clase impartida del séptimo semestre de la carrera de Ciencias de la Comunicación del área de Producción. Plan 1997. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM, CU, semestre 2003-1.

GUERRERO, Manuel y Enrique Rojas (conductores de El Club de los Beatles). **Presentación del disco: “Let it be... Naked” de los Beatles**. Conferencia. Casa discográfica EMI Capitol, Cuauhtémoc, México D.F., 7 de diciembre, 2003.

RAMOS PADILLA, Carlos (conductor del noticiario ABC Radio). **La producción de radio**. Conferencia. Sala Isabel y Ricardo Pozas. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, CU, 23 de octubre, 2003.

Programas:

**Club de los Beatles, el**. Programa musical de radio. Transmitido por Universal Stereo: 92.1 de Frecuencia Modulada de Grupo Radio Centro, lunes a viernes de

8:00 a.m. a 9:00 a.m., primera emisión y de 1:00 p.m. a 2:00 p.m., segunda emisión, difusión en todo el Valle de México.

**Cuarteto de Liverpool en México, el.** Reportaje. Transmisión de televisión por Canal 11 del IPN, 8 p.m., 31 de mayo, 2004.

Páginas de Internet y correos electrónicos:

[afernandez@grc.com.mx](mailto:afernandez@grc.com.mx)

[mguerrero@grc.com.mx](mailto:mguerrero@grc.com.mx)

<http://comunicacion.idoneos.com> [agosto 2004]

<http://rehue.csociales.uchile.cl> [septiembre 2004]

<http://www.arvm.com.mx> [julio 2004]

<http://www.grc.com.mx> [julio 2004]

<http://www.google.com.mx> [julio 2005]

<http://www.infoamerica.org> [octubre 2004]

<http://www.portamundos.com> [septiembre 2004]

<http://www.pue.udlap.mx> [octubre 2004]

<http://www.universalstereo.com.mx> [junio 2004]