

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**“POWER BEAT, PROPUESTA RADIOFÓNICA JUVENIL DE
MÚSICA ELECTRÓNICA MEZCLADA”**

T E S I S
QUE PARA OBTENER
EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
P R E S E N T A:

FERNANDO SALVADOR ACOSTA GARCÍA

ASESOR: MATRO. EDUARDO AGUADO CRUZ

COASESORA: MATRA. FRANCISCA ROBLES

MÉXICO, D. F., MARZO 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A mi Dios

Sobre todas las cosas, por darme vida, salud y fortaleza.

A mi Universidad

Por haberme dado la oportunidad de cursar mi carrera profesional en la Máxima casa de estudios de América Latina, orgullosamente UNAM.

A mis padres

Por el apoyo brindado aún en momentos difíciles. Sobre todo a mi mamá, quien siempre ha estado conmigo y me ha ayudado de muchas maneras.

A Lorena

Por su amor y confianza.

A mi familia

Por estar al pendiente de mi.

A mis amigos

Por su amistad incondicional.

Y a los que dudaron de mi

Porque fui capaz de superar sus expectativas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1. LA RADIO Y LA MÚSICA ELECTRÓNICA	
1.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN.....	8
1.2. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.....	10
1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO.....	12
1.2.2. LENGUAJE RADIOFÓNICO.....	16
1.2.3. GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS.....	19
1.2.4. GÉNEROS MUSICALES.....	22
1.3. MÚSICA ELECTRÓNICA.....	24
1.3.1. PANORAMA HISTÓRICO DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA EN EL MUNDO.....	31
1.3.2. ANTECEDENTE DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA EN MÉXICO Y SU RADIODIFUSIÓN A PARTIR DE LA DÉCADA DE LOS 90 HASTA LA ACTUALIDAD EN EL D.F.	34
CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS PROGRAMAS ACTUALES DE MÚSICA ELECTRÓNICA EN LA RADIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.	
2.1. SELECTOR.....	42
2.2. MÁS NESCAFÉ RADICAL.....	53

CAPÍTULO 3. LOS JÓVENES Y LA RADIO

3.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS JÓVENES COMO AUDITORIO RADIOFÓNICO	67
3.1.1. INTERESES Y NECESIDADES GENERALES DE LOS JÓVENES.....	71
3.1.2. RELACIÓN DE LOS JÓVENES CON LA RADIO.....	73

CAPÍTULO 4. DISEÑO DEL PROGRAMA “POWER BEAT”

4.1. PROTOCOLO DEL PROGRAMA “POWER BEAT”	88
4.2. GUIÓN DEL PROGRAMA “POWER BEAT”	112
4.3. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA “POWER BEAT”	135
CONCLUSIONES.....	140
ANEXO 1. ESCALETA DEL PROGRAMA.....	148
ANEXO 2. GUIONES DE LA PRODUCCIÓN.....	149
ANEXO 3. ENTREVISTAS.....	165
ANEXO 4. CUESTIONARIO MUESTRA.....	173
BIBLIOGRAFÍA.....	174

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, hemos presenciado un constante desarrollo y evolución en la música, que a su vez, ha repercutido en nuestro país, un caso específico es la música electrónica, resultado de los avances tecnológicos y científicos del momento.

Como sabemos, la música es una forma de comunicación y expresión de los sentidos, que utiliza un lenguaje universal, que no distingue raza, ideología, clase social, edad o sexo.

Hoy en día, en México, ante esta nueva forma de hacer música, un sector de los jóvenes se han venido identificando con ella. Un ejemplo claro de este fenómeno social son los diversos eventos y actividades llevadas a cabo desde la década de los 90. Entre estos destacan, conferencias, talleres, cursos, conciertos, así como programas radiofónicos en estaciones importantes de corte juvenil de la Ciudad de México.

En la actualidad, existen dos programas de música electrónica, *Selector*, perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio y *Más Nescafé Radical*, de Televisa Radio. Por su parte, *Power Mix*; de Radioactivo 98.5 FM, *Power Dance*; de Código 100.9 FM, *Concepto Radical*; de WFM 96.9, *Vox Beat*, de Vox FM 101.7 FM, entre los más importantes, fueron algunos de los escasos programas de música electrónica continua que no tuvieron éxito en la radio del D.F., razón por la que salieron del aire.

Uno de los principales problemas es la estructura, temática y producción de estos, hipótesis de la cual partimos en nuestra tesis, que dice textualmente: “Actualmente los programas de música electrónica en la radio del D.F., no cuentan con una estructura, temática y producción atractiva para los jóvenes”.

La juventud mexicana representa un público masivo y heterogéneo, que busca nuevas formas de expresión, diversión y entretenimiento. Por lo cual, necesita de una relación más estrecha con los medios de comunicación, es decir, una mayor apertura de los espacios juveniles, especialmente en la radio, la cual ocupa el primer lugar de preferencia en nuestro país.

De esta forma, surge la idea de proponer *Power Beat*, un programa radiofónico de música electrónica mezclada que pretende satisfacer las necesidades y los gustos de esta nueva generación de jóvenes deseosos por conocer a fondo este género musical y lo que pasa en torno a este movimiento.

Power Beat tiene como principal objetivo entretener e informar a jóvenes de 18 a 20 años de edad, de clase media y media baja del D.F., ya que es un público que por su posición socioeconómica, no tiene total acceso a la música electrónica, por los costos elevados de los discos y/ o eventos.

Esta propuesta radiofónica, se sustentará por su temática, estructura y producción, que serán los pilares principales del programa. *Power Beat* difundirá información y música de carácter electrónico, desde eventos, discografías, D.J's, presentaciones, cultura electrónica, un sin fin de subgéneros de música electrónica, etc.

También habrá invitados, entrevistas, enlaces en vivo, cápsulas informativas, regalos y una sección de cartelera que enriquecerán y beneficiarán al público, por medio de orientaciones y recomendaciones alternativas para la distracción nocturna.

Al mezclar música electrónica utilizará y combinará los diferentes subgéneros musicales, para lograr que sea entretenido, ameno, y con un ritmo vibrante.

Al mismo tiempo, será fundamental la participación de D.J's; maestros conocedores de la escena. *Power Beat* buscará la comunicación y la relación mutua con su público juvenil, para conocer sus necesidades, peticiones, sugerencias, opiniones y críticas con respecto al programa.

Además, incitará a los jóvenes a la diversión, esparcimiento y recreación, propondrá nuevos espacios de expresión y alternativas musicales juveniles en la radio mexicana, como otro de los objetivos del programa.

Para llevar a cabo esta propuesta radiofónica, se necesitó conocer principalmente, el medio de comunicación al que se encuentra enfocado, es decir, la radio, sin dejar de mencionar los conceptos básicos de comunicación de los que parte.

En el primer capítulo, titulado "La radio y la música electrónica", se abordan los puntos anteriores. Además, se mencionan las características de la radio, su lenguaje, los géneros radiofónicos y musicales, que nos permiten llegar al concepto de música electrónica, su panorama histórico en el mundo, así como sus antecedentes en nuestro país y radiodifusión en la Ciudad de México.

El segundo capítulo, se llama "Análisis descriptivo de los programas radiofónicos juveniles de música electrónica en el D.F.", se compone de la investigación sobre los programas actuales de música electrónica, como son; *Selector*, de Órbita 105.7 FM y *Más Nescafé Radical*; de Los 40 Principales antes Vox 101.7 FM, donde por medio de un monitoreo realizado durante el mes de septiembre de 2004 y algunas entrevistas a personas involucradas en estos proyectos, se recabó la información necesaria para su análisis.

Consiste en una descripción general de la estructura, temática y producción que se escucha al aire durante las transmisiones radiofónicas. Lo anterior, es con el fin de ver las carencias y errores de estos programas. A partir de su estudio, permitirá la creación de la propuesta, *Power Beat*.

En el Capítulo 3, “Los jóvenes y la radio”, se aborda el tema de la juventud y su relación con respecto a este medio de comunicación. En este apartado, encontramos las características generales de los jóvenes, sus intereses y necesidades, así como su acercamiento a la radio.

Por su parte, el Capítulo 4, “Diseño del programa *Power Beat*, trata sobre la elaboración de la propuesta radiofónica, que tiene como objetivos: Mostrar al público, que ha surgido un movimiento de música electrónica que evoluciona constantemente en todo el mundo; ser un programa juvenil interactivo de información y entretenimiento, mediante la temática, estructura y producción de la emisión; hacer que los jóvenes tengan un relación más estrecha con el programa y en general con la radio, por medio de su participación con llamadas telefónicas, correos electrónicos y página web, además de un mayor acceso a la música electrónica, que englobará una diversidad de subgéneros musicales.

El diseño de la propuesta *Power Beat*, consta en primer lugar del protocolo del programa, donde se mencionan y describen, algunos de los puntos como son: nombre, concepto y descripción del programa, temática a tratar, estación meta, duración, público, recursos humanos y recursos técnicos, materiales de producción, etc.

En segundo lugar, se encuentra, el guión del programa piloto, el cual aborda una temática música electrónica, con la finalidad de que el público conozca y se informe respectivamente.

Por otro lado, se plasma una parte de la información que se investigó para la elaboración de esta Tesis, con el objetivo de aprovecharla y trasladarla, de una manera sencilla, concreta, creativa, sistemática y estructural como lo es el guión.

El último apartado de este capítulo, lo integra el presupuesto de la propuesta *Power Beat*, que incluyen de manera desglosada, los costos de los recursos

humanos, recursos técnicos, material de producción y, finalmente, el costo total del programa.

Al final de esta tesis, se encuentran como anexos: la escaleta del programa, los guiones de las cápsulas informativas, entrada institucional, caretas, rúbricas, identificativos, rompe cortes y demo, que se realizó para conocer de manera general el concepto del programa, además de las entrevistas realizadas a diversas personalidades, muestra del cuestionario que se aplicó para conocer algunos gustos y necesidades del posible público. Y las conclusiones a las que se llegaron en este trabajo.

Es necesario aclarar que esta investigación se realizó desde el mes de agosto de 2004, hasta diciembre del mismo año, periodo en el que la estación de radio Órbita FM, cambió de nombre y de administración. Ahora se llama Reactor 105 y su programación se sustituyó totalmente, desapareció *Selector*, objeto de estudio, pero por cuestión de identificación se le dejó el nombre anterior a dicha radiodifusora. A pesar de este acontecimiento, no se vio afectada nuestra propuesta, es decir, sigue vigente, por su concepto y porque está dirigida a otra emisora de corte electrónico, que surgió al término de esta investigación, llamada Beat 100.9 FM.

CAPÍTULO 1. LA RADIO Y LA MÚSICA ELECTRÓNICA

1.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN

Para comenzar este primer capítulo, es necesario tomar en cuenta algunos conceptos importantes de diferentes autores y estudiosos, que ayuden a comprender por qué la radio es un medio de comunicación masivo.

Partimos del concepto básico de comunicación, o sea el proceso por medio del cual un emisor emite un mensaje para que llegue a un receptor, con la intención de transmitir información, ideas, sentimientos, emociones, etc., siempre y cuando se maneje un mismo código y contexto entre los interactores.

El estudioso de la comunicación Manuel Corral dice que “La comunicación no será posible en tanto en este campo no se de la puesta en común de ideas e intereses concretos y respuestas entre los elementos del proceso”.¹

Varios autores definen a la comunicación desde diferentes puntos de vista, pero lo que tienen en común son los tres elementos primordiales: el emisor, el mensaje y el receptor, los cuales son la base esencial del proceso comunicativo.

Dice el teórico Charles Wright, que la comunicación “Es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos, el proceso es a la vez fundamental y vital. Fundamental, en cuanto toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, está fundada en la capacidad biológica que tiene el hombre para transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia de persona a persona.

¹ Wright. Charles R. Análisis Funcional y Comunicación de Masas, de Morgas. Sociología de la Comunicación de Masas. Pág. 65.

Es vital en tanto la posibilidad de comunicación con los otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir; del mismo modo, su ausencia sería trastorno patológico de la personalidad”.²

A cada tipo de lenguaje necesariamente corresponderá una forma de comunicación, entre las principales están: la comunicación oral, que se manifiesta por medio del habla; la comunicación escrita, a través de la escritura alfabética; la comunicación corporal, o sea utilizando movimientos con el cuerpo; y la comunicación mímica, que se expresa por señas. Por su parte, el marco de referencia son aquellas expectativas que se ponen en común, o sea experiencias y significados. Esto se puede interpretar como el manejo de un mismo código entre los elementos de la comunicación.

Por otro lado, Charles Wright menciona que la comunicación de masas se vincula con la idea de la televisión, radio, cine, comics, periódicos, revistas, etc. Pero debemos recordar que éstos sólo son medios o instrumentos técnicos que se relacionan con el proceso de la comunicación de masas.

La tecnología y la modernización son unos de los factores principales, en los cuales se basa este proceso. “La comunicación de masas es un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintivas: aquellas que sus mensajes son públicos, dirigidos a conglomerados de individuos, anónimos y dispersos en una extensión geográfica considerable, se requiere de una compleja organización y de una gran discusión de trabajo, con la consiguiente gradación de gastos, etc.”.³

Por lo tanto, la comunicación masiva o de masas se entiende como un proceso de interacción complejo que cuenta con sus propias características y se sirve de instrumentos técnicos para llegar a su público meta.

² Ibid. Pág. 66.

³ Ibid. Pág. 67.

1.2. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Ahora bien, los medios de comunicación de masas son el conjunto de elementos técnicos por medio de los cuales se transmiten o transportan los mensajes, que van dirigidos a un cierto público. “Éstos pueden ser medios impresos o electrónicos como: televisoras, empresas cinematográficas, estaciones radiofónicas, editoriales, entre otros”,⁴ sin dejar de mencionar que son quienes producen dichos mensajes.

El sociólogo Maeionis menciona que “Los medios de comunicación de masas, es cualquier instrumento tecnológico o social utilizado para seleccionar, transmitir o recibir algún contenido de información”.⁵

De acuerdo a su teoría, Denis Mc Quail dice que “Los medios de comunicación son todos aquellos instrumentos que sirven para transmitir alguna información, consejo, sentimiento, idea, etc., de un individuo a otro o de una sociedad a otra, es decir, al mundo en su totalidad. Sus características son:

- a) Requieren de organizaciones formales complejas, tales como, empresas, instituciones o asociaciones, etc.
- b) Se dirige a públicos amplios, es decir, a multitudes.
- c) Las comunicaciones masivas son públicas, o sea, llega a gente de diferente edad, sexo, clase social o nivel socioeconómico.
- d) El público de los medios de comunicación de masas es heterogéneo, es decir, tiene diferentes gustos y necesidades.
- e) La relación entre el emisor y el público es impersonal, o sea, que no es de persona a persona, sino que se sirve de un canal, en este caso de medios electrónicos.

⁴ Bakle H., Haroldsen Edwin O. Una taxonomía de conceptos de comunicación. México. Pág. 35.

⁵ Maeionis y Plus. “Sociología”, “Los medios de comunicación”. Pág 574.

- f) Su público es una colectividad característica de la sociedad moderna, tienen un interés común, comportamiento y acciones similares, por otro lado no se conocen entre sí, es limitada su interacción y organización”.⁶

Una vez conocidas las características de los medios de comunicación masivos, por lo que dicen los diferentes autores, debe mencionarse que los estudios siguen avanzando conforme a la sofisticación de éstos. Esta investigación se centrará en uno solo, o sea, la radio, para llevar a cabo la propuesta radiofónica *Power Beat*, ya que reúne las características necesarias para llegar a un auditorio de juvenil.

La radio, al igual que la comunicación, tiene diversas definiciones según los autores que la estudian. La autora Josefina Vilar define la radio como “Un complejo tecnológico que pone en contacto por lo menos a dos sujetos: los emisores y los receptores. Es un medio de comunicación de imágenes sonoras”.⁷

Para el estudioso Rudolf Arheim “La radio no ha de considerarse como simple aparato de transmisión, sino como un medio para crear, según sus propias leyes, una representación acústica de la realidad”.⁸

El guionista Marco Julio Linares menciona que la radio sigue siendo el medio de comunicación social a través del cual el sentido y la palabra reivindican o enajenan individual y socialmente, en función de los fines para los que sean utilizados.

Por otro lado, el teórico Mario Kaplún dice que “La radio es un gran instrumento potencial de educación y cultura popular, pero como todo instrumento exige conocerlo, saberlo manejar, adaptarse a sus limitaciones y a sus posibilidades. Usar bien la radio es una técnica y un arte”.⁹

⁶ Mc. Quail Denis. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Págs. 20-23.

⁷ Vilar Josefina. El Sonido de la Radio, ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. Pág. 48.

⁸ Arheim Rudolf. Estética Radiofónica. Pág. 123.

⁹ Kaplún Mario. Producción de programas de radio. El guión y la realización. Págs. 47- 49.

Sintetizando, la radio es un medio de comunicación masivo que ha sabido mantenerse, a pesar de la aparición de nuevos medios, como la televisión e internet, entre otros. Entre sus funciones se encuentra, informar, educar, entretener e incluso divertir. Para Armand Balsebre “La radio cumple con una triple función, como medio de difusión, comunicación y expresión”.¹⁰

La radio es un medio que recrea a la realidad por medio de imágenes sonoras, a través de su lenguaje, que es una de sus características principales.

1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

La radio, así como los demás medios de comunicación, cuenta con características propias que la hacen ser un medio flexible, por las diversas funciones que desempeña . A continuación, enumeraremos y explicaremos algunas de éstas para su mejor comprensión, según cada autor.

La autora Pilar Vitoria, en su libro *Producción Radiofónica, Técnicas Básicas* dice que las características de la radio son:

1. Inmediatez, instantaneidad y rapidez. Esto quiere decir que es un medio idóneo para dar a conocer noticias o información desde el lugar que acontecen los hechos, en el momento mismo que se están suscitando. En resumen, la radio es inmediata y simultánea, como dice Mario Kaplún.
2. Actualidad. Se refiere a que este medio siempre está en contacto con los diferentes sectores de la sociedad, en las actividades que desempeñan cotidianamente. Dice el autor E. Prado que la actualidad se refiere a la decodificación de sus mensajes, ya que siempre son en tiempo presente.

¹⁰ Balsebre Armand. El lenguaje radiofónico. Pág. 13.

3. Credibilidad. Ésta se da, a partir de las características anteriores, debido a que la radio inserta protagonistas desde el lugar de los hechos transmitidos, lo que la hace ser veraz y objetiva.
4. Emotividad, intimidad y expresividad. Tiene que ver con el tipo de lenguaje hablado que se maneja, porque persuade a la gente de tal modo que hace que los radioescuchas se identifiquen con ella, provocando algunas reacciones, como emoción, alegría, tristeza, entre otros sentimientos.

Complementando lo anterior, M. Kaplún menciona que “Una de las principales características de la radio es su lenguaje, cuenta con un lenguaje radiofónico que lo componen diferentes elementos como: música, palabra hablada, efectos y silencio”.¹¹

Es por eso que se dice que la radio crea ambientes de intimidad entre el emisor y receptor, donde parecería que el mensaje transmitido fuera individual, exclusivamente para las personas que están escuchando el programa en ese momento.

Por lo anterior, Mariano Cebrián Herreros dice que “...se pasó de una radio de uso familiar y grupal a otra cada vez más de uso individualizado”¹², o sea que la radio se ha convertido en un medio más íntimo, es decir más personal.

5. Ubicuidad. Esta característica quiere decir que la radio viene a ser un medio que se puede escuchar en cualquier lugar, en el trabajo, en la escuela, en el campo, en el automóvil, etc.

¹¹ Kaplún Mario. Op. Cit. Págs. 47-49.

¹² Herreros Cebrián Mariano. La mediación técnica de la información radiofónica. Pág. 172.

6. Cotidianidad. Se refiere a una de las grandes ventajas de este medio, ya que permite a la gente realizar sus labores cotidianas mientras ésta puede ser escuchada, sin necesidad de estar al frente del aparato receptor, como el caso de la televisión; esto hace que la gente que transmite los mensajes radiofónicos lo hagan de una manera sencilla, clara y precisa. Por eso Kaplún menciona que su lenguaje sonoro es sencillo y permite una accesibilidad ilimitada.
7. Transportabilidad. Lo que significa que este medio es portátil, o sea que puede viajar a cualquier parte, gracias a la tecnología imperante, que desde 1948 hizo su arribo con la llegada de los transistores. Sintetizando el punto número cinco y éste, Mario Kaplún dice que la radio tiene amplia difusión y largo alcance.
8. Costos. Con respecto a la televisión, el costo de la radio es mucho menor, desde la operación, hasta su recepción, lo cual permite que se maximice el mensaje radiofónico, al llegar a más personas, en menos tiempo y con un costo bajo, permitiendo así la rentabilidad del medio para la publicidad en radio. “La radio es económica en comparación con otros medios de comunicación, debido al bajo costo de su producción”.¹³
9. Fugacidad y unisensorialidad. Éstas son otras cualidades de la radio, que si bien podrían ser una desventaja, la primera significa que los mensajes radiofónicos no son perdurables, sólo existen en el momento mismo de la transmisión, por lo que obliga al auditorio a poner atención en lo que se escucha. Por otro lado, el emisor tiene que ser explícito, ya que el tiempo es breve y no se puede desperdiciar en reiteraciones. En resumen, las emisiones radiofónicas son instantáneas e irreversibles.

¹³ Kaplún Mario. Op. Cit. Pág. 49.

Por su parte la unisensorialidad de la radio significa que alude a un solo sentido, en este caso al oído, por eso los mensajes son claros y su decodificación se lleve a cabo en una primera y única audición.

10. Flexibilidad y versatilidad. Se enfoca a las diversas presentaciones de los mensajes radiofónicos, según el género y formato que adoptan, horarios y un sin fin de lugares, donde se pueden escuchar, siempre y cuando exista un aparato receptor.*

Dice el analista Antonio Cabezas Esteban “Tenemos programas dramáticos, de noticias, de chistes, para niños y para amas de casa. Hasta hay programas de gimnasia por radio; se puede enseñar a leer y a escribir sin la ayuda del maestro... En la radio se reza y se ríe, se canta y se cuentan narraciones... En fin, los programas de la radio son tan variados como son variadas las actividades del hombre”.¹⁴

Aunado a esto, Mario Kaplún hace referencia a la radio como un medio de comunicación a distancia, masivo en cuanto a la gente que recibe sus mensajes. Este autor habla del contenido de la radio, que debe ser atractivo, con calidad y que sirva a la gente.

En el siguiente apartado retomaremos el tema del lenguaje radiofónico, para exponerlo minuciosamente, debido a que se habló de una manera muy superficial, y se necesita enfatizar más porque es un recurso fundamental que tiene gran importancia en la radiodifusión.

Con lo anterior, la radio al ser un medio de comunicación masivo y plural, en cuanto a programación y público, pienso que debe ofrecer, a los jóvenes, más

* Ver Géneros y Formatos Radiofónicos. Pág. 19.

¹⁴ Cabezas Esteban Antonio, Hacia una definición de la radio educativa. Pág. 30.

espacios de expresión, de entretenimiento e información, los cuales son indispensables en el desarrollo de éstos para así formar un receptor activo.

Entre esos medios de comunicación se encuentra la radio con la ventaja de sus características antes mencionadas, además de su público masivo y heterogéneo, en el que encontramos jóvenes en gran cantidad.

1.2.2. LENGUAJE RADIOFÓNICO

El lenguaje radiofónico, según Mario Kaplún, surge de la combinación de cuatro elementos, estos son, la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio. Cada uno tiene sus funciones significantes, que más adelante se explicarán. “Cuando estos recursos sonoros se combinan armónicamente se produce el lenguaje radiofónico para formar una nueva realidad”.¹⁵

Una definición muy completa del lenguaje radiofónico es la que señala Armand Balsebre, la cual dice que “El lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, música, efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radio oyentes”.¹⁶

Por su parte, Josefina Vilar sintetiza los elementos del lenguaje radiofónico y nos dice que “Lenguas naturales (voz), música y ruido son tres modos de significación radiofónica”¹⁷, con este último, debemos tener cuidado, porque su mala utilización en la producción, podría perturbar e interrumpir el proceso de comunicación, en otras palabras afectaría al mensaje transmitido.

¹⁵ Merayo Pérez Arturo. Para entender la radio. Estructura de proceso informativo radiofónico. Pág. 123.

¹⁶ Balsebre Armand. Op Cit. Pág. 15-16.

¹⁷ Vilar Josefina. Q.p. Cit. Pág. 31.

Por lo tanto, según los autores anteriores, podemos definir al lenguaje radiofónico así: Es la manera correcta articular música, voz, efectos y silencio para lograr una significación radiofónica, en otras palabras, es para que un mensaje emitido llegue al receptor de manera exitosa, utilizando adecuadamente los recursos radiofónicos.

A continuación hablaremos de las diferentes características y funciones de los elementos del lenguaje radiofónico, según varios autores:

Voz: Es un instrumento que permite la expresión del pensamiento a través de la palabra. “Las palabras son signos convencionales que tienen determinado significado que les adjudicamos representar la realidad”.¹⁸ Se le conoce también como sonido voz o lenguaje de la voz.

Las cinco características más importantes de la voz son: la dicción, la entonación o tono, el timbre, la intensidad y la modulación. Debemos mencionar que el timbre de la voz permite no sólo la identificación de un programa radiofónico, sino de la estación sintonizada.

Música: Arturo Merayo Pérez coincide con Roland Barthes en que la música no es otra cosa que una cualidad del lenguaje. Por lo tanto, a la música la podemos denominar como la expresión subjetiva del hombre a través del ordenamiento articulado de sonidos, los cuales, a su vez, forman un lenguaje musical.

Un buen manejo de este lenguaje en radio requiere de cuatro elementos, el ritmo, el cual marca el tiempo, la armonía, o sea el tono, la melodía, que es la organización del anterior y el timbre, que permite identificar el agente emisor del sonido.

Mario Kaplún dice que la música tiene las siguientes funciones:

¹⁸ Kaplún Mario. Op. Cit. Pág. 174.

1. Gramatical: opera como una especie de signo de puntuación, que sirve para separar ideas, conceptos, párrafos, etc.
2. Expresiva: posibilita a los oyentes experimentar emociones, que permiten comentar lo escuchado.
3. Descriptiva: permite situar un espacio (época y lugar) determinado.
4. Reflexiva: aquí el oyente puede adoptar una actitud respecto a lo escuchado.
5. Ambiental: acompaña a las actividades de los individuos en lugares y situaciones determinados por la realidad social.

Efectos: son sonidos que dan cuerpo al objeto que emanan; sus funciones son similares a las de la música: narrativa, descriptiva, expresiva y ornamental. “Los efectos son sonidos cortos que no son palabras; producidos por el ser humano, los animales y el medio ambiente; conforman... el decorado radiofónico”.¹⁹

Silencio: se define como la ausencia del sonido, es una pausa valorativa, sirve para dar realce a lo que se produce detrás de ella, o como un recurso dramático. “El silencio es la lengua de todas las fuertes pasiones: amor, sorpresa, cólera y miedo”.²⁰

Después de haber profundizado en los elementos del lenguaje radiofónico, en párrafos anteriores, debemos mencionar que se determina de la siguiente manera: es claro, sencillo, objetivo y conciso para su rápido entendimiento. “La comprensión debe ser fácil para el oyente (darle todo digerido), pero sin ser simplista”²¹, ésta es una de las cualidades que tiene el lenguaje radiofónico, según la autora Pilar Vitoria.

¹⁹ Ibid. Pág. 175.

²⁰ “Le silence dans la communication”. Bruneau J. Thomas. Artículo en *Communication et langages*, Págs. 5-14.

²¹ Vitoria Pilar. Producción Radiofónica. Pág. 23.

En suma, un programa de radio es el resultado de la eficaz combinación de los elementos de su lenguaje. La utilización de éste tiene el objetivo de atraer al radioescucha, proporcionar al oyente información de forma amena, brindar entretenimiento y fomentar su imaginación, es decir, crear en los receptores imágenes sonoras.

1.2.3. GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS

Los géneros radiofónicos se refieren a las diferentes estructuras que pueden adoptar los mensajes comunicativos en este medio, estos pueden ser informativos, dramatizados, musicales, entre otros. En cambio los formatos radiofónicos van enfocados al estilo o forma de realización de cada estructura, donde el contenido y el guión son su característica, tal como: el boletín informativo, magazine o revista, lista de éxitos o top, radionovela, docudrama, publicidad etc.

Es necesario aclarar que no hay una precisión exacta a cerca de los géneros y formatos radiofónicos, ya que pueden variar según cada autor, pero trataremos de acercarnos lo más posible a ellos. Basándonos en los autores Miguel Ángel Ortiz y Federico Volpini, podemos definir algunos de los principales, que hoy en día se escuchan en la radio:

1. Programas informativos

Se pueden distinguir tres formas básicas de presentar el guión en los programas informativos que hacen uso de los géneros periodísticos (nota informativa, artículo, reportaje, crónica, etc.):

- a) El boletín informativo. Es contemplado desde la óptica del guionista de radio; es la confección más elemental o sea el seguimiento de las noticias más

recientes y también puede ser un avance de éstas, que da paso al diario hablado.

b) El diario hablado. Es concebido como estructura de programa, utiliza un guión abierto en cuanto que es susceptible de variación por imperativos de la actualidad. Es decir, una nota puede ser sustituida en la marcha del programa por otra nueva, de mayor importancia o actualidad.

c) Los informativos especiales. A diferencia del diario hablado, aquí sí existe una estructura o guión; su formato es parecido al de cualquier programa convencional y, por su contenido de actualidad se le considera informativo. Su temática varía y puede utilizar recursos mixtos: recursos informativos y recursos propios de cualquier programa de *magazine* o de entretenimiento.

2. Programas musicales

Su estructura y formato se diferencia por varios tipos o clases de programas musicales:

a) Los programas dedicados a listas de éxitos o top. Se caracteriza por un esquema de repetición periódica de los contenidos (canciones).

b) Programas de música especializada. En éstos, los contenidos musicales vienen identificados por el estilo y tipo de música, además de la participación del locutor que comenta las piezas musicales.

c) Programas de revista musical. Se utiliza el guión con asiduidad; en este tipo de programas se pueden encontrar entrevistas, encuestas, opiniones, comentarios, entre otras cosas, pero centrado en la música.

d) Los programas musicales de autor. Aquí es “el presentador quien selecciona la música sin más criterio que su propio gusto o personalidad, ofreciendo una

nueva concepción de la música programada al servicio de un concepto comunicativo diferente, más amplio y personal”.²²

3. Programas de ficción y dramáticos

En estos programas, el guión alcanza todas sus posibilidades; se dice que es “puro”, ya que se distingue de todos los otros géneros. Sus formatos pueden ser radionovelas, radioteatros, docudramas, radiocuentos, etc.

4. Programas magazines o de revista

Se le considera un género radiofónico mixto o misceláneo, como dice Cebrián Herreros, “El magazine constituye una modalidad de programa en el que se combina la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo”²³

Se pueden incluir todo tipo de géneros programáticos: dramáticos, entrevistas, documentales, musicales, etc. Por otro lado, el guión es indispensable, ya que es el esqueleto del programa.

5. Programas documentales

No hay normas rígidas que definan el diseño de este tipo de programas. Son también nombrados reportajes y puede llevar diversos enfoques, informativo, descriptivo, normativo, dramático, etc.; permanece abierto a múltiples propuestas creativas desde el punto de vista del guión.

6. Otro tipo de programas: la publicidad

Se encuentra orientado a informar sobre un producto comercial, por medio de un anuncio, el cual utiliza los mismos códigos y elementos expresivos similares a los programas radiofónicos, debido a que pueden ser informativos, dramáticos, de ficción, etc.

²² Ortiz M. A. Y Marchamalo J. Técnicas de comunicación en radio. Pág. 85.

²³ Cebrián Herreros, citado por Vitoria Pilar. Producción Radiofónica. Pág. 23.

7. Programas especiales

“Se le consideran programas especiales a aquellos que confeccionados con una finalidad concreta, no entran realmente en ninguno de los anteriores, pero pueden tomar forma de uno o varios de ellos (monográficos, conmemorativos, concursos, etc.)”.²⁴

Estos son los géneros y formatos radiofónicos más habituales que están en contacto diario con nosotros. A la hora de sintonizar el radio transmisor nos encontramos con una gran variedad de ellos, que, generalmente, podemos ubicarlos en estas categorías por el tipo de características que poseen.

Para esta investigación, nos referiremos al género musical y a su formato de revista, al cual irá dirigida nuestra propuesta radiofónica, por lo que es importante mencionar, de manera general, algunos de los géneros musicales utilizados actualmente en las radiodifusoras de AM y FM de la Ciudad de México.

1.2.4. GÉNEROS MUSICALES

Es difícil mencionar con exactitud todos los géneros musicales que existen, debido a la diversidad de estos, que si bien podría ser tema de investigación de otra tesis, en este trabajo seremos específicos, sólo hablaremos de los que se escuchan más en la radio mexicana contemporánea.

“La historia de la radio en el hemisferio occidental parte de su desarrollo en Estados Unidos de América y el interés en cuanto a los gustos del público en ese país. México ha seguido muy de cerca los diferentes formatos en la programación que se crean en E. U. A. y algunos se han trasplantado al paso de los años”.²⁵

²⁴ Ortiz Miguel A. Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas. Págs. 149-169.

²⁵ De Anda y Ramos Francisco. La radio. El despertar del gigante. Pág. 437.

Según los historiadores, a partir de los años cincuenta, México ha venido copiando al país vecino del norte la manera de hacer radio, esto desde que se dejó de hacer radio en vivo. Se adoptó el modelo del *Disc Jockey*, que hasta la fecha lo encontramos en la mayoría de las radiodifusoras de género musical, en el cuadrante de FM, de la Ciudad de México, el cual consiste en poner discos, saludar al auditorio, dar la hora y despedir el programa.

En México, los géneros musicales varían en cuanto a su ubicación espacial, es decir, están determinadas por diversos factores, entre estos se encuentran las situaciones geográficas, sociales y culturales, en otras palabras, es diferente el tipo de música en cada región del país, debido a que influyen las ideologías, costumbres, tradiciones, etc.

“Las estaciones de tipo musical trabajan con base en géneros que se delimitan conforme a los gustos de las regiones donde se transmiten. Así encontramos que hay estaciones que sólo manejan un género determinado. La constante en general, es que los espacios radiofónicos se van moviendo conforme a la moda”.²⁶

Francisco de Anda nos menciona los géneros musicales que existen, hoy en día, en las estaciones de radio en México, entre ellos tenemos: ranchera, norteña, grupera, tropical, balada, clásica, adulto contemporáneo y hits (éxitos). Sin olvidar que algunos han sido importados de los Estados Unidos.

Esto no quiere decir que sean todos, pero sí son los géneros musicales más habituales con los que la sociedad mexicana se ha venido identificando actualmente.

La mayoría se dirigen a un público de adolescentes y adultos, con gustos heterogéneos, por lo que puede variar en cada persona, debido a la idiosincrasia

²⁶ Ibid. Pág. 437.

que se va formando en su contexto social, como por ejemplo los jóvenes que buscan nuevas formas de expresión e identificación.

Particularmente, algunos de ellos las encuentran en la música, sobre todo la que se encuentra de moda, como es el caso de la música electrónica, un género muy reciente en la radio mexicana.

1.3. MÚSICA ELECTRÓNICA

“En la actualidad la música electrónica ha sido envuelta en una atmósfera de sensacionalismo, ajena a la seriedad del propósito de su creador, ya que en el proceso de su realización intervienen los últimos adelantos tecnológicos, esto le confiere un halo de actualidad que favorece la curiosidad intrascendente y la crítica superficial”.²⁷

A través del tiempo, hemos observado una constante evolución en los diferentes ámbitos de la sociedad en nuestro país y el mundo; en cuestiones políticas, económicas y culturales, entre ellas la música. Uno de los factores que han influido en esta circunstancia es la tecnología y, por ende, los medios de comunicación.

La música electrónica es un producto de esta revolución tecnológica – científica. “A este tipo de música se le conoce también como música electroacústica o música por computadora”.²⁸

Gino Stefani menciona que “la música electrónica, en un sentido general, es cualquier tipo de producción sonora donde intervienen procesos electroacústicos en alguna de sus fases”.²⁹ Diversos estudios demuestran que su origen como tal,

²⁷ Ortiz García Raquel. Tesis de licenciatura en comunicación: El delirio cultural rave en México. Pág. 5.

²⁸ Entrevista a D.J. Allan House, realizada en agosto del 2004.

²⁹ Gino Stefani. Comprender la música. Pág. 18.

data de los años 50 en Europa con la aparición de los sintetizadores y generadores.

Gracias a distintos experimentos de maestros compositores que buscaban nuevas formas de crear sonidos, surge la música electrónica, pero sin dejar de lado la radio, que fue el medio de comunicación que intervino en su difusión. “Puede ser música la actividad relacionada con cualquier tipo de hecho sonoro”.³⁰

La música electrónica utiliza sonidos grabados con un micrófono (como es la música concreta) y también sonidos producidos mediante generadores electrónicos, amplificadores con altavoces, y generalmente, aunque no siempre, almacenados en una cinta magnética.

En la construcción de una composición electrónica, los sonidos se pueden modificar electrónicamente de varias maneras, entre ellas, por medio del volumen, efectos, como ecos, delay o retardo del sonido, cambio de timbre, etc. Estos sonidos se pueden mezclar, superponer o fragmentar.

“Una composición electrónica puede consistir únicamente de sonidos generados electrónicamente, bien sea almacenados previamente en una cinta o manipulados en vivo. O también puede ser una combinación de sonidos electrónicos e instrumentos o voces, utilizados de forma natural o transformados con medios electrónicos”.³¹

Entre los compositores que han explorado las interesantes posibilidades de la música electrónica, se encuentran Schönberg, Karlheinz Stockhausen, Edgar Varese, John Cage, Pierre Boulez, Luigi Nono y Luciano Berio.

³⁰ Ibid. Pág. 19.

³¹ Bennett Roy. Léxico de Música. Akal Diccionarios para la enseñanza. Pág. 128.

Otra de las definiciones dice, “La música electrónica es la que se crea por medios electrónicos. Este concepto incluye:

a) La música compuesta con cintas magnetofónicas (que sólo existe sobre la cinta y se interpreta por medio de altavoces).

b) La música electrónica en vivo (creada en tiempo real con sintetizadores y otros equipos electrónicos).

c) La música concreta (creada a partir de sonidos grabados y luego modificados).

d) La música que combina el sonido de intérpretes en vivo con música electrónica grabada”.³²

Existen diferentes subgéneros de la música electrónica que se caracterizan por los sonidos que los componen, además de sus beats (pulsaciones electrónicas) que marcan el ritmo; éste puede ser muy lento o todo lo contrario.

Dice en una entrevista D.J. Astral Beat que, “Entre más fuerte sea el beat, más atractiva resulta la música, ya que estimula los latidos del corazón en el cuerpo humano”.³³

“La música electrónica se conduce por derroteros siempre experimentales, la producción de sonidos que existen al experimentar con manifestaciones culturales de distintos puntos del planeta, crean música de una forma diferente y sin utilizar parámetros estrictamente musicales”.³⁴

³² [Enciclopedia Encarta](#). 2001.

³³ Entrevista a D.J. Astral Beat, realizada en agosto de 2004.

³⁴ Ortiz García Raquel. [Op. Cit.](#) Pág. 20.

En la evolución de la música electrónica se han desarrollado diversos estilos o subgéneros, que en ocasiones son definibles y en otras no tanto, debido a las diferentes fuentes de los que surgen.

A continuación mencionaremos y definiremos algunos de los subgéneros principales de la música electrónica, que en combinación con otros forman unos secundarios, los cuales causarían conflicto enumerarlos.

Se tomarán en cuenta, sobre todo, aquellos que se apeguen a nuestra propuesta radiofónica *Power Beat*, efecto de esta investigación, es decir, principalmente los que se tocan en los raves. Esto, debido, a la cualidad de ser dinámicos y atractivos por el beat que los determina, el cual sobrepasa las 100 pulsaciones por minuto.

Haciendo referencia a lo anterior, en 1998, Erich Martino, D.J. de Radioactivo 98.5 FM, decía en una entrevista, para una revista llamada *Pulse Latino*, distribuida en las tiendas de discos *Tower Records*: “Los géneros musicales, son desde que yo me acuerdo un problema al que nunca he encontrado razón para existir”.³⁵

De manera sarcástica, lo que el D.J. quiso decir es que, debido a los diversos ritmos de la electrónica, llegan a confundir al público, porque algunos son parecidos por sus sonidos, pero en realidad tienen propiedades que los hacen diferentes y definibles al conocerlos a fondo.

Según Raquel Ortiz García, autora de la tesis *El delirio cultural rave en México*, los subgéneros de la música electrónica son:

³⁵ Pulse Latino. Tower Records. Pág. 40.

SUBGÉNERO	CARACTERÍSTICAS
Acid	Su característica es muy distintiva, suena como líquido; tiende a sonidos crujientes, repetitivos y somníferos. Su beat es constante y no muy fuerte.
Ambient	Está diseñado para relajar la mente a través de ritmos y sampleos o sonidos muy suaves.
Breakbeat	Es simbolizado por el uso de sampleos de Hip – hop y de Reggae. Es suave, la velocidad del beat es de 65 a 80 por minuto.
Chill Out	Se caracteriza por ser música muy ligera, que, a veces, sirve para hacer pausas en ritmos más pesados.
Dance	Es un género también conocido como música comercial por su estilo cantado y melódico. Se asocia como un subgéneroailable.
Darkside	Vertiente de sonoridades oscuras, propiciadas por un bajo obsesivo; suele incluir sampleos de filmes de terror y efectos misteriosos.
Drum and Bass	Es conocido, también, como Techstep; el Drum and Bass se caracteriza por ser un ritmo muy cercano a los sonidos maquinales y la artillería industrial, excitante, ruidoso y ensordecedor. El beat es uniforme.
Dub	Tiene su origen en Jamaica, donde se designaba una base instrumental con ecos.
EBM	Electro Body Music, estilo con ritmos fríos monocordes y maquinales.
Electro	Nacido en los 80. Mezcla de Groove negro con la música electrónica.
Experimental	Es vanguardista, extraño e inclasificable. Intenta ir más lejos, buscando nuevos ritmos.
Garage	Variante del House, se caracteriza por voces potentes.

House	Tiene su origen en la música disco, el soul y el phylly sound, tiene un sonido limpio, es alegre y su ritmo es de 120 bpm, similar a los latidos del corazón.
Industrial	Estilo nacido en a fines de los 70 que experimenta con ruidos, música de máquinas, ritmos metálicos y sonidos urbanos.
Jungle	Surgido en Inglaterra, resultado de la aceleración del Breackbeat.
Latin	Música de baile creada por hispanos, con señas propias de identidad.
Madchester	Mezcla entre el Rock y el Techno, caracterizado por un pulsante bajo.
Microwave	Electrónica experimental basada en silencios, pulsaciones de ondas y errores digitales.
Minimal	Califica un tipo de música con pocos sonidos y ritmos repetitivos, sin breacks o cortes de ritmo. El minimalismo es una corriente academicista típica de este siglo. Se alimenta de lo sacro, de lo espiritual y se fundamenta en lo mínimo.
Muzak	Música ambiental de aeropuertos, supermercados, etc., se le dice también música instrumental sosa.
New Age	Música sintética próxima al ambient, pero menos creativa.
New Asian Underground	Ritmo que mezcla armonías orientales con la electrónica.
New Beat	Ritmo generado por macro discotecas belgas a finales de los 80's, que mezcla ritmos pesados.
Progresive	Es un ritmo muy reciente, sin tantos sampleos, ni vocales. Se basa en los instrumentos auténticos, melodías hipnotizantes, con un beat de 120 a 125 por minuto.
Psychedelic	El ritmo es muy parecido al del trance, pero las melodías y armonías se comienzan a poner más complejas pues se llenan de delays o retardos de sonido y sonidos psicodélicos.

Synth Pop	También denominado Techno Pop. Surgido en los 80, elabora Pop con sintetizadores.
Techno	Surge del término tecnología; su origen se da por el funk y el electro. Tiene un ritmo muy fuerte que va de 150 a 300 beats por minuto (bpm).
Trance	Es muy similar al ambient y al acid; el trance es más suave que el Techno al escucharse, pero mantiene un ritmo constante.
Tribal	Se caracteriza por tener ritmos, patrones y sonidos que se asemejan a la música nativa.
Underground	Música subterránea, estado inicial de cualquier género musical. Es cuando no se le ha dado un nombre en específico.

En resumen, a raíz de los avances científicos y tecnológicos, podemos afirmar, que a lo largo del tiempo, han ayudado a revolucionar la música en general, pero particularmente, se ha clasificado a la electrónica como género musical, por su naturaleza auténtica, proveniente de instrumentos totalmente electrónicos y de vanguardia, esto quiere decir, que se encuentra en constante evolución.

La música electrónica al ser un producto de moda, ha creado expectación por sus ritmos, efectos sonoros, etc. y se ha inmiscuido en el sector juvenil al grado de identificarse con ella, de tal manera que “Se confirma la música electrónica como el producto de la vanguardia más fácil de popularizar e integrar en la música de consumo”.³⁶

En otras palabras, este tipo de música interfiere de manera viable en una determinada sociedad y se adapta a sus cambios.

³⁶ Lanza Andrea. Historia de la música, 12. El siglo XX. Tercera parte. Pág. 127.

1.3.1. PANORAMA HISTÓRICO DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA EN EL MUNDO

Diversos estudios demuestran que el nacimiento de la música electrónica se remonta a mitad del siglo XX, en el continente europeo, para ser precisos en los 50.

Surge como consecuencia de la búsqueda y creación de nuevas formas de componer música, aunque “...los primeros inventos para crear sonidos electrónicos, data de 1900, con el instrumento llamado *dynamophone* o *telharmonium*, construido por el norteamericano Thaddeus Cahill”.³⁷

Más tarde, el futurista italiano Luigi Russolo, idearía la música creada con ruidos y cajas de música electrónica, dando así lugar a los primeros instrumentos musicales electrónicos, como el del ingeniero y compositor francés Maurice Martenot y su invento *ondas Martenot*, que “...consistía en un aparato generador de bajas frecuencias manejado desde un teclado de piano”.³⁸

Diversos hechos demuestran que en las décadas de 1940 y 1950, nacieron varios estudios de grabación asociados con nombres de sus fundadores. En Francia, el ingeniero de sonido y compositor Pierre Schaeffer fundó el estudio de Radio Francia en París, compuesto por varias grabadoras, micrófonos y equipos para la edición de cintas.

Las principales técnicas utilizadas para crear música consistían en cortar, pegar, empalmar o recorrer hacia atrás distintos fragmentos de la cinta grabada. “La novedad técnica de tal música concierne sobre todo a la posibilidad, por parte del compositor, de plasmar él mismo el sonido a su gusto”.³⁹

³⁷ *Ibid.* Pág. 116.

³⁸ *Ibid.* Págs. 116 – 117.

³⁹ Sánchez Vázquez Adolfo. *Antología Textos de Estética y Teoría del Arte*. Pág. 421.

El fin era simplemente artístico. “La electrónica iba a transformar fundamentalmente los antecedentes de la música. La revolución esperada no recae en el plano de los instrumentos de cuerda sino en el de la acústica”.⁴⁰

“La música electrónica se podría interpretar, de la manera más simplista, como una ampliación de las posibilidades materiales a disposición del compositor, pero en realidad puede tener un significado mucho más extenso en la historia de la música”.⁴¹

Según algunos historiadores, la música electrónica como tal, tiene su origen en 1951 en Colonia, Alemania, con el advenimiento de las primeras grabadoras magnéticas y los primeros laboratorios de este tipo de música, el primer fundador de éstos últimos, en este país, fue Hebert Eimert con el *Studio für Elektronische Musik de Colonia*.

En 1953 Eimert y Beyer produjeron las primeras obras con sonidos puramente electrónicos, un año después se presentaría el primer concierto titulado *Música de nuestro tiempo*; aparecerían obras de los maestros Stockhausen, Pousseur, Eimert y otros. Por otro lado, “En cuanto a los instrumentos o recursos musicales electrónicos se incluían varios altavoces en una sala, alimentados por una cinta magnética que corría pausadamente”.⁴²

“Las obras concebidas como música clásica electrónica en Colonia, Alemania, fueron: Estudio II y Sismógrafos, de Karlheins Stockhausen, Glockenspiel y Estudio sobre mezclas de sonido, de Hebert Heimer, y composición # 5, de Karel Goeyvaerts”.⁴³

⁴⁰ De Chambure Alain. La Música. Los hombres, los instrumentos, las obras. Pág. 43.

⁴¹ Sánchez Vázquez Adolfo. Op. Cit. Pág. 422.

⁴² Pavón Sarralangué Raúl. La electrónica en la música... y el arte. Pág. 134.

⁴³ Heimert Hebert. ¿Qué es la música electrónica?. Pág. 21.

En 1953, en una convención en Francia, se clasificó a la música electrónica para usarla con fines estéticos. Shaeffer fue uno de los pioneros de esta nueva forma de componer música en este país, al empezar a experimentar con la llamada música concreta, es decir, un tipo de música creada a partir de sonidos y ruidos provenientes de la naturaleza, grabadas en un aparato (magnetófono), que, posteriormente, utilizaría algunas técnicas para su montaje.

A partir de la invención de la música electrónica en Europa, su estudio se expandió por todo el mundo; algunos de los países que se vieron involucrados están, Italia, Bélgica, Holanda, Suiza, Polonia, entre otros, donde más tarde, se crearían nuevas técnicas de composición, así como instrumentos musicales que con el tiempo irían sofisticándose, abriendo paso a otros nuevos.

Mencionando algunos de éstos se encuentran: generadores de sonidos, modificadores de sonidos, mezcladoras de sonido, amplificadores, grabadoras, micrófonos, bocinas, reproductores, etc.

En occidente no se hizo esperar esta revolución tecnológica, Estados Unidos creó varios estudios con un equipo muy rudimentario. Pero después de la invención de la computadora R.C.A., "...era una máquina gigantesca, capaz de reproducir cualquier timbre de la orquesta",⁴⁴ Lansky y Barry Vercoe, entre otros, desarrollarían paquetes de programas para música, diseñados para la manipulación y creación de sonido. Esto marcaría el crecimiento de la música por computadora en todo el mundo.

Si bien este tipo de música se refieren en principio a la naturaleza de la tecnología y las técnicas empleadas, estas divisiones son cada vez más difíciles de diferenciar, como los tipos de música que existen en la actualidad, a partir del nacimiento de la música disco.

⁴⁴ De Chambure Alain. Op. Cit. Pág. 43.

A finales de los 70 y principios de los 80, la música electrónica comenzó a tener gran auge en sociedad; más tarde daría lugar a nuevos géneros musicales, como el rock, el pop, el dance, etc.

1.3.2. ANTECEDENTE DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA EN MÉXICO Y SU RADIODIFUSIÓN A PARTIR DE LA DÉCADA DE LOS 90 HASTA LA ACTUALIDAD EN EL D.F.

El antecedente de la música electrónica en nuestro país se remonta diez años después de su invención en el continente europeo, es decir, en la década de los 60, con maestros como Carlos Chávez, quien empezó a componer música de manera no tradicional y, más tarde, con Héctor Quintanar, que se le consideró como el primer pionero de la música electrónica en México al experimentar con nuevos sonidos, en estudios de grabación.

Para 1971, en nuestro país, ya estaría funcionando el primer laboratorio de música electrónica en el Conservatorio. “La música electrónica parece una continuación natural en el desarrollo en la última parte de la historia de la música mexicana”.⁴⁵

El primer concierto de música electrónica se presentó el 27 de julio de 1961, por la Asociación Manuel M. Ponce y preparado por Jiménez Mabarak. “Se presentaron obras de Pierre Shaeffer, Sauguet, Xenakis, Stockhausen, Badings, Varese, entre otros, a través de un magnetófono que se movió impasible ante la incredulidad de los que asistieron al concierto, sin músicos”.⁴⁶

Con el pasar de los años fue consolidándose cada vez más esta nueva forma de componer música en México y el mundo. Surgieron diversos géneros de música

⁴⁵ Malmström Dan. Introducción a la música del siglo XX. Pág. 185.

⁴⁶ Pavón Sarralangué Raúl. Op. Cit.. Pág. 135.

que utilizaban los recursos electrónicos, pero que no se les considera actualmente como música electrónica. Entre los más importantes, que tuvieron repercusión en México se encuentran, la Música Disco de los 70, el Punk, el Ska, el Reggae, el Rock, el Alternativo y el Pop, de los 80, que si bien, éstos no han desaparecido, sino que han venido evolucionando a la par de la tecnología.

Para la década de los 90, en nuestro país, la expansión de este nuevo género musical no se hizo esperar, surgieron diversas radiodifusoras en la Ciudad de México de corte juvenil que optaron por introducir en su programación musical esta innovación tecnológica sonora, la llamada música electrónica.

En medio de esta situación, en 1993 surgió la estación Alfa Radio 91.3 FM con música dance en inglés, seguido de la competencia de Pulsar 90.5 FM con música pop y dance en inglés y español.

Para 1994, surgiría un programa llamado *Interferencia Auditiva*, estación pirata que incluía en su programación música electrónica en el 98.1 FM, que daría paso en 1995 a *Audio Interferencia* en el 91.7 FM. Más tarde, tocaría turno a una estación de MTV con el nombre de *Frecuencia 303*, transmitida en el 95.7FM.

A raíz de la desaparición de la estación Rock 101, surge una de las importantes radiodifusoras, Código 100.9 FM, con su programa *Power Dance*, la cual fue una de las que llevaron a la música dance a todo su esplendor en México, aparte de ser la pionera de los nuevos subgéneros de la música electrónica, como, el Techno, House, Underground, Drum and Bass, Trance, Acid, etc.

Para ese entonces, una estación se consolidaba como una de las más fuertes de la época, perteneció al Grupo Imagen asociado con MVS radio. Esta radiodifusora era Radioactivo 98.5 FM, que a pesar de ser una estación de corte roquero, abrió

un espacio los días viernes y sábados en la noche de música electrónica mezclada,* llamado *Power Mix*, y estuvo al aire varios años desde 1993.

Decía Enrich Martino, “Los viernes y sábados hablo y trato de poner música tan variada como se pueda. El programa surgió para que el público electrónico tuviera su cachito en Radioactivo. Tan se logró, que ahora lo que intento hacer es a esa gente ponerles rock”.⁴⁷

Surgieron nuevas propuestas radiofónicas, por lo que se invitaban D.J's para mezclar en vivo y darle atractivo a las estaciones. En el lenguaje del mundo de la música electrónica, los D.J's, o Disc-jockey, que como su traducción en español lo indica, “Es una persona montador o manipulador de discos” .⁴⁸

Hoy día se utiliza más el término D.J., pronunciado en inglés, para referirse a quienes programan la música en una discoteca o evento, realizando sesiones especiales en las que ellos se convierten en los protagonistas de la escena.

D.J.'s School, de Fermín García, mejor conocido como D.J. Pollo, fue la primera escuela de disc jockey en México, que estuvo presente para impulsar este movimiento, promoviendo la música electrónica en las radiodifusoras de la capital.

“En 1993 empezaron a hacer programas de radio enfocados a promover la música de vanguardia con diferentes géneros musicales como el House, Techno, Progressive, Trance, etc, en las siguientes radiodifusoras:

* Mezcla: Consiste en tomar muestras de cierta intensidad de sonidos y agruparlos en un todo, sin perder sus características individuales. Esta puede realizarse por medio de cursores o controles de volumen, en forma manual o por medio de voltajes de control en combinación.

⁴⁷ Pulse Latino. *Op. Cit.* Pág. 32.

⁴⁸ Collins Diccionario. Inglés-Español. Pág. 26.

Power Mix, Radio Activo 98.5 FM
Dance Tracks, Digital 99 FM
Power Dance, Código 100.9 FM
Hitts Generation, Alfa 91.3 FM
Vox Beat, Vox 101.7 FM
La Hora del DJ Invitado, Stereo 100 FM
*Track DJ 1320 AM*⁴⁹

Había un gran competencia entre todas estas estaciones, sin contar a unas más antiguas como Stereo 100, quien tuvo un programa al aire llamado *La Hora del D.J.*, se mezclaba música disco o High Energy con música de moda o Dance.

También, Estéreo 97.7 tenía un programa donde D.J's mezclaban música dance los jueves a las 6 de la tarde. Digital 99, con *Dance Tracks*, fue otra estación que entraba en competencia con la anterior, ya que las dos eran de corte pop, en español e inglés, con sus respectivos programas de música mezclada.

Luego surgiría W Radical 96.9 FM, con el *Concepto Radical*, después de haber salido del aire *Euphoria*, radio performance de D.J. Chrysler, y Vox 101.7 FM con *Vox Beat*, dos estaciones de Televisa Radio. Éstas tenían sus emisiones de música electrónica, los viernes y sábados a partir de las 10 de la noche.

Todos estos programas con música mezclada de gran éxito sirvieron para mostrarle a la gente que existía otro tipo de música a la que normalmente se escuchaba y que también sirvió para que otros Dj's hicieran lo suyo en la radio, dándose a conocer.

“La radio comercial mexicana vivió durante 1996 una etapa de mayor estabilidad que le permitió sortear, no sin algunas consecuencias delicadas, la fuerte crisis económica desatada desde diciembre de 1994. El relativamente delicado

⁴⁹ www.djsschool.com.mx

panorama obligó entonces a diversos empresarios a realizar varios cambios tanto operativos como en los contenidos de sus estaciones”⁵⁰.

Podemos decir que desde hace aproximadamente 10 años, se vinieron creando programas de música electrónica, que no pudieron mantenerse al aire. Entre estos destacan, *Hitts Generation*, de Alfa 91.3 FM, *Power Mix*, de Radioactivo 98.5 FM, *Power Dance*, de Código 100.9 FM, *Concepto Radical*, de WFM 96.9, *Vox Beat*, de Vox FM 101.7 FM, además de *Techno Plex*, de Órbita 105.7 FM.

“En abril de 1995, surgió Sabrosita 590, que al parecer levantó rating y ventas, que para competir con las estaciones gruperas o semi salseras de FM, (Sonido Z, Radio Uno y la Tropi Q) Radio Mil decidió cambiar la Sabrosita a los 100.9 mega hertz, frecuencia que no ha visto la suya desde que dejó de ser Rock 101, concepto con el que trabajó de junio de 1984 a agosto de 1996 (hasta el 12 de abril funcionaba como Código 100.9)”.⁵¹

Con el paso del tiempo, estas estaciones fueron transformándose, agarrando cada uno un perfil diferente. En la actualidad existen dos programas puros de música electrónica, uno llamado *Selector* que transmite Órbita 105.7 FM, los viernes de 10 a 12 de la noche.⁵²

Y otro con el nombre de *Más Nescafé Radical* transmitido los viernes y sábados por Vox 101.7 FM, de 8 a 10 de la noche,⁵³ que en el siguiente capítulo se hará el análisis descriptivo de estos dos programas radiofónicos sobre la estructura, temática, producción y todo aquello que integra la base de éstos, para así dar paso a nuestra propuesta.

⁵⁰ El Financiero. Pág. 14.

⁵¹ www.etcetera.com.mx

⁵² Instituto Mexicano de la Radio. Hoja de programación musical. Agosto 2004.

⁵³ www.esmas/vox.com.

Como dato adicional, al término de esta tesis, surgió una estación piloto de formato musical, llamada Beat 100.9, perteneciente a NRM Comunicaciones; ésta incluye en gran parte de su programación música electrónica continua. Es un buen experimento y por lo que será una radiodifusora meta para nuestra propuesta, ya que servirá como competencia con las demás emisoras.

Por otro lado, hoy en día, en el contexto de la globalización, México ha adoptado una amplia gama de valores, tradiciones, costumbres, ideologías, etc., que se ven reflejados en la sociedad y sobre todo, en una parte importante de ésta, es decir en los jóvenes (población juvenil en el país 19, 066,269),⁵⁴ quienes buscan una nueva forma de expresión, de diversión y entretenimiento.

La música electrónica no sólo ha aportado una nueva forma de componer música, sino ha llegado al grado de implantar una nueva cultura en la sociedad juvenil mexicana, es el caso del “*Loveparade*, un festival de música electrónica (Rave), que surge 1989, con la caída del Muro de Berlín en Kurfürstendamm, Alemania, por un D.J. reconocido en este país y el mundo, el Dr. Motte.

En este festival, “...los jóvenes se manifiestan en contra del sistema de una forma diferente, es decir a través de la música electrónica”,⁵⁵ bajo el concepto *PLUR* (Peace, Love, Unity, Respet), que, en español, significa Paz, Amor, Unidad y Respeto,⁵⁶ como fue el caso del *Loveparade* de México en el 2003, motivo de protesta por la invasión de Estados Unidos a Irak.

Este fenómeno se ha venido masificando cada vez más; a nuestro país llegó en el año 2000, dentro del Festival del Centro Histórico de la Ciudad de México. Fue aquí, donde se llevó a cabo el primer concierto de música electrónica, *Loveparade*, adoptando el nombre de *Technogeist* (término alemán que significa “expresión espiritual, a través de la tecnología”). Este evento reunió a más de 100 mil

⁵⁴ INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000.

⁵⁵ Milenio. Pág. 11.

⁵⁶ www.loveparade.com.mx

personas, en la plancha del Zócalo capitalino, que, después, cambiaría de sede al Monumento de la Revolución, duplicando la cifra de asistentes. Ahora se ha convertido en una tradición porque cada año se realiza.

“El pasado 27 de marzo de 2004 se dieron cita al Monumento de la Revolución cerca de 200 mil cabezas, que bailaron y disfrutaron por más de 16 horas continuas de la música electrónica mezclada por D.J's nacionales e internacionales, donde la celebración esta vez llamada *El estruendo de las masas* comenzó con un desfile de atuendos psicodélicos, futuristas y hasta punks por las calles más transitadas de la ciudad, que concluyó con el concierto de música electrónica más grande de América Latina”.⁵⁷

“El Loveparade es una de las actividades que se llevan a cabo como parte del Technogeist, que en el 2004 ofreció conferencias, mesas redondas, talleres y diversos conciertos por todo el país”.⁵⁸

Para terminar este apartado, podemos decir que la música electrónica ha venido evolucionando y está en constante desarrollo, por lo que vivimos en contacto de este nuevo movimiento, que debemos tomar muy en cuenta, y no ha sido así. Es una nueva cultura que ha llegado a nuestro país y que algunos de los jóvenes hemos adoptado.

Es un fenómeno social que está en la realidad; quizá sea una moda o una nueva tendencia musical, pero, lo que es verdad, es que no podemos evitarlo, porque está en convivencia con nosotros y cada vez se expande más, gracias a los medios de comunicación, sobre todo a la radio.

⁵⁷ La Jornada, Pág 7ª.

⁵⁸ Milenio. Op. Cit. Pág. 11.

CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS PROGRAMAS ACTUALES DE MÚSICA ELECTRÓNICA EN LA RADIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

Este capítulo tiene el objetivo de mostrar la estructura, la temática y la producción, así como aquellos elementos que forman la base principal de los programas existentes de música electrónica, dirigidos a jóvenes, en las radiodifusoras de la Ciudad de México. Esto tiene el propósito de proponer un nuevo programa, tomando en cuenta las carencias o fallos que resulten del análisis aplicado.

Para este análisis se seleccionó a dos estaciones radiofónicas, debido a que su programación es única y exclusivamente de música electrónica, objeto de estudio de esta investigación, además de ser las más actuales en los cuadrantes radiofónicos, enfocados cien por ciento a este género musical, hablamos de: *Selector* y *Más Nescafé Radical*.

Se realizó un análisis por medio de un monitoreo a los programas mencionados, llevado a cabo los días 3, 4, 10, 11, 17, 18, 24 y 25 de septiembre de 2004, para obtener la información necesaria de estos. También se hicieron algunas entrevistas a personas involucradas en estos proyectos que sirvieron para complementar los datos obtenidos en el monitoreo, además de algunas visitas a sus páginas de Internet.* El resultado servirá para enriquecer la propuesta radiofónica *Power Beat*, finalidad de esta investigación.

El análisis está basado en la metodología utilizada en la Tesis de Licenciatura del Profesor Eduardo Fernando Aguado Cruz,¹ para la recolección de información de los programas de radio; permite obtener datos generales, estructura, temática y producción de estos.

* Ver Anexo 3. Entrevistas. Pág. 158.

¹ Aguado Cruz Eduardo Fernando. "Sale y Vale, propuesta radiofónica infantil para niños de 8 a 10 años de edad". Págs. 76 – 97.

Debemos aclarar que no se realizó un análisis de contenido, sino sólo pretendimos dar una descripción general de lo que sale al aire de las emisiones que pueden estar en competencia con nuestra propuesta radiofónica.

“El análisis de contenido aspira a realizar una clasificación cuantitativa de un trozo del contenido”,² razón, por la cual, se optó simplemente por una descripción general de los programas señalados aquí. De lo contrario sería efecto de otra investigación, abordar de una manera más profunda el objeto de estudio.

2.1. SELECTOR

Selector es un programa de la radiodifusora permitida Órbita 105.7 FM, perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Surge en Octubre del 2001. Este programa se transmite en vivo, los viernes de 22:00 a 24:00 horas.

De acuerdo con el monitoreo realizado para este análisis, el programa se conforma de la siguiente manera:

DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL PROGRAMA: *Selector*

SLOGAN: “Donde la música es lo más importante”

PRODUCTOR: Héctor Douglas

LOCUTOR: Héctor Douglas

ESTACIÓN: Órbita 105.7 FM

TIPO DE ESTACIÓN: No comercial

SIGLAS: XHOF

TIPO DE PROGRAMA: En vivo

FORMATO RADIOFÓNICO: Musical

² Berelson, Holsti. Análisis de contenido. Pág.35.

GÉNERO MUSICAL: Electrónica

COBERTURA: Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo y Puebla

CRÉDITOS: Estos son presentados por el locutor, al inicio y antes de la última melodía del programa. Sólo se menciona el nombre del conductor, una que otra vez el del operador Erick Jiménez y un colaborador, Ariel Morales, que, en ocasiones, participa en la segunda parte de la emisión.

DURACIÓN: 2 Horas

HORARIO: viernes de 10:00 a 12:00 de la noche

TIEMPO EFECTIVO SIN COMERCIALES : 1 hora con 54 minutos aproximadamente

TIEMPO DE COMERCIALES DURANTE EL PROGRAMA: 4 minutos con 30 segundos aproximadamente

TIEMPO REAL DE LA EMISIÓN: 1 hora con 58 minutos aproximadamente

PÚBLICO: jóvenes de 20 a 24 años

DIRECCIÓN ELECTRÓNICA O E-MAIL: Douglas1057@hotmail.com

TELÉFONOS: 56 -01-63-99 y 56-01-63-97

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

Selector, está dividido en dos grandes bloques de 60 minutos cada uno.

PRIMER BLOQUE:

No cuenta con una entrada institucional, comienza con una pequeña rúbrica, que dice el nombre del programa y de la estación. Es importante mencionar que no siempre aparece ésta, debido a que puede entrar directamente con música y, más tarde, presentar y dar la bienvenida el locutor a la emisión.

Después se mencionan los créditos, que, por lo regular, sólo menciona su nombre el conductor. Posteriormente, habla a cerca de la programación musical que tendrá lugar durante la transmisión.

Todo el tiempo existe música de fondo, que es cambiante, en todas las intervenciones del locutor.

Más tarde, presenta el primer tema musical, menciona el nombre del Track, da su opinión y comenta algunas cosas sobre éste, como son datos generales, entre ellos, nombre del productor, nombre del disco, disquera, año de producción y en ocasiones, el subgénero al que pertenece.

En seguida dice el nombre de la estación, los teléfonos en cabina y el correo electrónico, donde se dicen llegar peticiones de los radioescuchas. Hay identificativos que surgen espontáneamente durante la transmisión.

Y así es como transcurre la primera hora del programa y mediante una interrupción, que, por lo regular, se hace en una melodía, entran los comerciales. El tiempo del primer bloque varía entre los 54 y 55 minutos aproximadamente.

Raras veces se invita a una persona al programa, que puede ser un D.J. nacional o extranjero, o bien un productor de un disco de música electrónica; si se da el caso, se realiza una charla sobre su situación actual o trayectoria artística.

SEGUNDO BLOQUE:

Para iniciar la segunda parte del programa, vuelve a entrar la misma rúbrica que se utiliza en el comienzo y mitad de emisión, para continuar con música directamente a primer plano. Al finalizar, ésta hace su aparición del locutor para

decir el nombre de la melodía, así como la identificación del programa, comentarios y opiniones, manteniéndose música de fondo.

Por lo regular, en este bloque aparece al aire una segunda voz, que se funge como colaborador del programa; lleva, pone y comenta su música en cabina, al igual que el conductor Héctor Douglas, su nombre es Ariel Morales.

Durante toda la transmisión se sigue el mismo procedimiento general, la llamada modelo D.J., que se mencionó, en el apartado de los géneros musicales del primer capítulo de esta tesis, que, de manera general es poner música, saludar, dar hora y despedir el programa*.

Para concluir la emisión, el conductor se despide, menciona los créditos e identificación, manda a música para cortarla más adelante con la única rúbrica conocida.

La duración de este segundo bloque varia entre los 58 y 59 minutos aproximadamente.

PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA:

La producción del programa *Selector* lo conforman los siguientes elementos:

RÚBRICA:

Utiliza nada más una rúbrica grabada para todo el programa, sustituyendo incluso la entrada institucional, ya que no cuenta con una propia.

* Ver Géneros Musicales. Pág. 22.

Ésta tiene una duración de 5 segundos y consiste en un efecto láser que distorsiona unas voces, seguida de una voz femenina que dice *Selector*, inmediatamente después, una voz masculina que menciona el nombre de la estación Órbita FM. Esta última es la institucional, y se hace un fade out.

ROMPE CORTES:

La emisión no cuenta con rompe cortes como tal; utiliza la misma rúbrica con todo y texto, de entrada y salida del programa, sólo que su función cambia al intervenir en la música para mandar y regresar de comerciales o promocionales. Su duración es la misma.

IDENTIFICATIVOS:

Los identificativos son textos grabados muy breves que tienen como función recordar al radioescucha el programa, en este caso, vuelve a aparecer la misma rúbrica referida anteriormente, pero sin efecto de sonido, por lo que el tiempo se reduce a 2 segundos. Éstos aparecen espontáneamente durante toda la transmisión.

REALIZACIÓN:

La realización es en vivo, desde la cabina de transmisión.

GUIÓN:

“El guión no tiene presencia en este programa por ser musical, carece también de escaleta, sólo se trabaja con la hoja de programación musical. Regularmente así se hace con estos tipos de emisiones”.³

VOCES DEL PROGRAMA:

Se refiere a los locutores que aparecen al aire durante el programa. En el caso de *Selector*, la voz oficial es la de Héctor Douglas, que se caracteriza por ser seria y madura. Las ocasiones que está el colaborador Ariel, en el segundo bloque, se distingue por ser una voz juvenil tímida e insegura.

MÚSICA:

La música es la base de toda la emisión, la cual incluye música electrónica en general, abarcando diversos ritmos, entre ellos tenemos: Hip-Hop, House, New Beat, Beak Beat, Jungle, Garage, Drum and Bass, Madchester, Ambiente, Minimal, Dub, y de vez en cuando Acid. Sus características son ser muy ligeros; en cuanto al beat, se mantiene entre las 60 y 120 pulsaciones por minuto aproximadamente.

Algunos autores de estos tenemos a Paul Oakenfold, D.J. Tiga, Sasha, John Digweed, Sato Shitomi, Dany Tenaglia, The Chemical Brothers, entre otros. Su duración es muy variada, puede ir de los 2 y hasta los 9 minutos por track.

Por otro lado, durante la transmisión del programa, hay música de fondo, la cual, a lo largo de la emisión, es cambiante, es decir engloba diferentes subgéneros, unos suaves y lentos, y otros más rápidos.

³ Entrevista a Mario Juárez, productor y operador del IMER, realizada en Agosto de 2004.

PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA:

Esta se refiere a la cantidad de llamadas telefónicas del público que entran al programa. Por lo que respecta a *Selector*, no hay llamadas al aire, sin embargo el locutor suele mencionar algunas peticiones musicales que le hacen por este medio y por el correo electrónico.

CORTES COMERCIALES:

Durante el programa, sólo hay un bloque de comerciales, o más bien son promocionales, por ser estación permisionada; éstos aparecen al terminar la primera parte del programa. Su duración varía entre los 4 y 4 minutos y medio.

Por lo regular, se escuchan promos institucionales, de gobierno, del sector salud y del IFE, entre los más comunes. Van dirigidos al público juvenil y adulto. En su mayoría, son informativos y de servicios.

PATROCINIO:

“Esta estación por ser de carácter permisionada, no cuenta con ningún patrocinio, sólo con el presupuesto destinado por parte del Instituto Mexicano de la Radio”.⁴ Como mencionamos anteriormente, no hay comerciales sino auto promocionales, de gobierno y de otros institutos.

Esta estación se encuentra entre las que Cristina Romo llama *La otra radio*, “Este tipo de radiodifusoras por ser permisionada y no comercial, interviene el Estado

⁴ Entrevista a Evaristo Coronel, productor y operador de Órbita 105.7 FM, realizada en octubre de 2004.

para operarla”,⁵ es decir, no tiene como fin primordial el lucro, y “...se le considera también como reserva federal”.⁶

TEMÁTICA DEL PROGRAMA:

El programa carece de una temática en especial; todo se centra en el locutor, quien lo dirige como mejor le parece, si llega a haber alguna temática la comenta en su momento, pero sin profundizar. Por lo regular, se puede hablar de algún evento, D.J., productor musical, disquera, etc.

En ningún momento se hace con la intención de informar. La capacidad de improvisación y los conocimientos del conductor son favorables.

SECCIONES:

Al igual que la temática, no cuenta con secciones el programa; todo va fluyendo y saliendo en la marcha de la transmisión.

OBSERVACIONES:

En primer lugar, por lo que respecta a la estructura del programa *Selector*, los bloques son demasiado grandes, es decir su duración se extiende hasta los 55 minutos sin interrupción. Esto hace a la emisión muy cansada y tediosa, además su sistema esquemático se vuelve mecánica, música – locutor – música. A la larga esta estructura aburre al no haber una pausa que permita un respiro, la cual llega hasta la primera hora de la emisión.

⁵ Romo Cristina. La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza. Pág. 4.

⁶ Ley Federal de Radio y Televisión. Artículo no. 13.

Con lo anterior, se puede apreciar que no existe una estructura ordenada, por el simple hecho de que la programación musical no sigue un mismo patrón. En ninguno de los bloques se repite la forma esquemática de presentar música y de las intervenciones del locutor, ya que es muy cambiante, por ejemplo al inicio del programa puede tener o no presentación y entrar directamente con música, o todo lo contrario comenzar con el locutor hablando*.

Como pudimos observar, este programa no cuenta con una temática en especial para hablar; por lo tanto, no informa al público de nada, si acaso algún evento o presentación de un D.J., y tampoco tiene secciones.

Los comentarios del locutor son generales sobre la programación musical, donde abundan en gran cantidad adjetivos calificativos que no dicen nada, ya que es sólo el punto de vista del mismo locutor. En ocasiones, el programa parece no tomar en cuenta a su público, que es heterogéneo en cuanto a gustos y necesidades, porque se vuelve monótono.

Las entrevistas o más bien charlas, no se escuchan preparadas periodísticamente, además, son escasas, rara vez hay un invitado en cabina, donde sus diálogos son Inter - comunicacionales, o sea entre el locutor y la otra persona. Su duración llega a ser muy larga y cansada, entre los 8 y 10 minutos continuos, olvidándose de los radioescuchas.

Se ha de pensar que todo el público es bilingüe, porque ha habido charlas en inglés, sin traducción alguna, con la extensión mencionada, donde un solo comentario al final no es enriquecedor, en este caso, no se le saca fruto a la entrevista.

La segunda parte del programa conserva la misma forma que la anterior, sólo que esporádicamente sale al aire el colaborador del programa, quien hace lo mismo

* Ver Descripción del Programa Power Beat. Pág. 90.

que el locutor Héctor Douglas, nada más que con su propia música que presenta, conversan sobre esto y siguen el mismo mecanismo estructural.

En segundo lugar, en cuanto a la producción de la emisión, en general se puede calificar como pobre, por diversas razones, entre éstas encontramos que una misma rúbrica; tiene diversas funciones, funge como entrada y salida institucional, también, como rompe cortes e identificativos.

Además, de acuerdo a las políticas de Órbita FM: “La emisora dedica tiempo a la difusión de cápsulas informativas y de contenido social, así como información de eventos y actividades culturales de interés”.⁷ Como demuestra este análisis, dicho propósito no se cumple, carece de estos elementos, por lo tanto no se escuchan reflejados en la producción del programa *Selector*.

La producción es un problema característico del Instituto Mexicano de la Radio, Órbita 107.5 FM, como vimos anteriormente es permitida, al no subsistir de anuncios comerciales, los recursos económicos destinados al IMER, no alcanzan para cubrir los gastos de la producción; en otras palabras, no puede existir ingresos de ninguna entidad lucrativa.⁸

Algunas de las características comunes desfavorables de este tipo de estaciones, o sea de *La otra radio*, según la autora Cristina Romo son, poca originalidad, subutilizada y desperdiciada, con frecuencia no se maneja a partir de un proyecto congruente, bien planeado y con objetivos claros.

Por otro lado, se encuentra “... el cambio o rotación de personal de cada sexenio, además de los bajos sueldos y el financiamiento de la estación, que son el principal problema, por tener fines sociales”.⁹

⁷ www.imer.com.mx. Visita realizada en septiembre de 2004.

⁸ Observación participativa, durante la prestación de Servicio Social al IMER, en la estación Opus 94, de febrero a agosto de 2004.

⁹ Romo Cristina. *Op. Cit.* Pág. 22-25.

Por su parte, las llamadas telefónicas del programa, no constituyen una participación efectiva; lo importante, no es mencionar los medios por los que se pueden comunicar al programa, sino es mantener una interacción mutua y estrecha con el público, con el fin de conocer sus opiniones, gustos y necesidades, para así enriquecer la propuesta radiofónica.

En cuanto a la voz oficial, considero que no es ideal para un público juvenil, ya que es seria, madura y pasiva. De acuerdo esto, se sugiere que el locutor tenga más entusiasmo, dinamismo y alegría, es decir, que su voz sea atractiva para su auditorio, además de un lenguaje coloquial, apropiado y enérgico para jóvenes*.

Por último, lo que corresponde a la música, podemos decir que es continua, no se manejan en su programación, la diversidad de subgéneros electrónicos que se conocen.

La música es ligera en mayor parte, en cuanto a los ritmos que emplean, esto hace ser al programa lineal y sin atractivo auditivo, lo que se recomienda es recurrir a la amplia gama de ritmos para combinar la programación, donde el beat varíe un poco, así llamará más la atención a los jóvenes que forman su público.

Un desacierto que se comete en *Selecto*, es dejar música con tracks demasiado largos y sin cambio de ritmo; esto puede cansar o molestar a los radioescuchas. Otro factor desfavorable, es la música de fondo que se utiliza durante todo el programa de manera injustificada, incluyendo en las charlas que se suscitan. Como dice Mario Kaplún, “No tiene objeto, ni sentido poner música de fondo a una charla expositiva o a un diálogo didáctico, ya que la música se debe emplear con una intención, no como adorno”.¹⁰

* Ver apartado de Recursos Humanos. Pág. 96.

¹⁰ Kaplún Mario. *Op. Cit.* Pág. 175.

2.2. MÁS NESCAFÉ RADICAL

Más Nescafé Radical, es una producción de *Televisa Radio*, para la estación *Los 40 Principales*. Esta emisión se transmite los viernes y sábados, de 20:00 a 22:00 horas. Es una transmisión en vivo.

“*Los 40 Principales*, comprende más de 120 frecuencias que transmiten lo mejor de la música pop en español e inglés y que a través de un lenguaje fresco, espontáneo, actual y positivo que conquista a la juventud mexicana”.¹¹

El programa está compuesto de la siguiente manera:

DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL PROGRAMA: *Más Nescafé Radical*

PRODUCTOR: Robert Bisuet y Humberto Hernández

LOCUTOR: Alejandro Franco

ESTACIÓN: *Los 40 Principales, 101.7 FM*

TIPO DE ESTACIÓN: Concesionada

SIGLAS: XEX

TIPO DE PROGRAMA: En vivo

FORMATO RADIOFÓNICO: Musical

GÉNERO MUSICAL: Electrónica

COBERTURA: Ciudad de México y parte de la República Mexicana

CRÉDITOS: Estos son presentados por el locutor, al inicio y antes de la última melodía del programa. Se menciona el nombre del conductor Alejandro Franco, el del operador Humberto Hernández, “El Come Kats”, el D.J. oficial de la estación Benjamín Hernández, y una que otra vez los telefonistas Israel y Angélica.

DURACIÓN: 2 Horas

HORARIO: viernes y sábados de 8:00 a 10:00 de la noche

¹¹ <http://www.esmas.com/masnescafe/home>. Visita realizada en octubre de 2004.

TIEMPO EFECTIVO SIN COMERCIALES : Es muy variado, de 1 hora con 30 minutos a 1 hora con 42 minutos aproximadamente

TIEMPO DE COMERCIALES DURANTE EL PROGRAMA: de 19 a 20 minutos aproximadamente

TIEMPO REAL DE LA EMISIÓN: Es variada, de 1 hora con 49 minutos a 2 horas con 2 minutos aproximadamente

PÚBLICO: jóvenes de 16 a 20 años aproximadamente

DIRECCIÓN ELECTRÓNICA O E-MAIL: www.mas_nescafe.com.mx,
masnescafe@esmas.com.mx

TELÉFONOS: 51-66-81-01 y 01-800-00-610-00

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

Son dos emisiones, la del viernes y la del sábado; éstas se divide en 6 bloques, cada uno con una duración muy variada, de los 14 hasta los 20 minutos por bloque, aproximadamente.

Un mes antes del monitoreo realizado aquí, este programa empleó la segunda hora del sábado, en vez de música continua, un set de música mezclada, con la misma duración por bloque antes mencionada.

PRIMER BLOQUE:

Puede o no haber entrada institucional, debido a los tiempos que manejan en la programación de la estación, donde, en ocasiones, *Más Nescafé Radical* sale un poco más tarde al aire por el programa anterior, lo que causa no meter entrada institucional e ir directo con el locutor mediante una rúbrica y un promocional regularmente.

Si existe la entrada institucional, se emplea un puente musical para posteriormente dar *cue* al locutor Alejandro Franco, que habla un poco de lo que habrá a lo largo del programa, así como de la programación musical. Esto se complementa con una cápsula que indica lo mismo. En seguida el conductor da la bienvenida al público y saluda a la producción del programa.

Después, comienza el primer tema musical, que es interrumpida por el locutor para seguir con la programación. Durante toda la emisión se utiliza el mismo mecanismo, es decir el modelo D.J.; (música-locutor-música). En las intervenciones del locutor, se habla de manera general, de los CD's de música electrónica que se presentan y de nuevo se manda a música.

De vez en cuando, platica con su colaborador Benjamín Hernández, D.J. de la estación y representante del colectivo *Ministry of Sound*, en América Latina. Todo el tiempo existe música de fondo.

Al inicio y final de la música, se menciona el nombre de la estación, así como los números telefónicos. También los identificativos hacen su aparición al azar dentro de la música.

En ocasiones, se inserta una cápsula de noticias de música electrónica, que aparece al final de los bloques, en forma de rompe corte, es decir para mandar a comerciales, acompañada de una rúbrica y un pequeño promocional para hacerlo, si no, sólo aparecen estos últimos. Las cápsulas nunca tienen un orden establecido de aparición, ya que son aleatorias.

Por otro lado, dentro de la emisión, llega a haber boletos de regalo, de algún evento musical para el público (presentación de un D.J., concierto, antro, etc.), donde se puede o no hacer una pregunta para que se los ganen.

Durante el monitoreo se obsequiaron pases para el primer aniversario de *Más Nescafé Radical*, llevado a cabo en una discoteca, y para la presentación de un grupo de música electrónica llamado “Royal Gigolos”. Por lo regular no hay entrevistas, pero este grupo fue la excepción, ya que se estaba promocionando, en la Ciudad de México.

En general, así es como está estructurado el programa, tanto el del viernes como el del sábado. Después del primer bloque, todos los demás varían mucho, nunca son iguales en cuanto a tiempo y estructura, por lo que no es necesario mencionarlos, debido a que no hay un orden estructural.

En el sexto y último bloque, el locutor despide el programa, menciona algunos créditos y manda a música; al concluir ésta, entra rúbrica para salida y promocional, que da paso a la publicidad.

PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA:

ENTRADA INSTITUCIONAL:

Comienza con un efecto de sonido láser, que hace cross fade con música electrónica en segundo plano; en seguida, una voz femenina (institucional) procesada por la tecnología, dice en primer plano: “*Nescafé y Maslabel*, presentan el programa de música electrónica de *los Cuarenta Principales... Más Nescafé Radical... con Alejandro Franco, Más Nescafé Radical*”, insertando un efecto deley para retardar la voz de estas últimas tres palabras, y un fade out. Su duración es de 16 segundos.

RÚBRICA:

La rúbrica de *Más Nescafé Radical* son los mismos rompe cortes utilizados a lo largo de la emisión.

ROMPE CORTES:

Son dos rompe cortes que emplea el programa, uno para ir a comerciales y otro para regresar.

El primero, utiliza un segmento de música tribal,* donde aparece la voz institucional a primer plano que dice: “Regresamos con más música electrónica a *Más Nescafé Radical... en Los Cuarenta Principales*”, con un efecto de distorsión de voz y deleys. Su duración es de 8 segundos.

El segundo, cuenta con los mismos recursos, pero cambia sólo en el texto que dice: “Escuchas más música electrónica... en *Los Cuarenta Principales*, continuamos en *Más Nescafé Radical*”. Su duración también es de 8 segundos.

PROMOCIONAL:

Los promocionales, por lo regular, van después de los rompe cortes. Se basan en la voz institucional, con efecto de distorsión vocal y música electrónica de fondo; ésta dice: “*Más Nescafé Radical* se escucha a través de 101.7FM, Ciudad de México... Sólo por los cuarenta principales”, y termina con fade out de música.

* Ver subgéneros de música electrónica. Pág. 28.

Los promocionales pueden variar, debido a que se mencionan los diferentes Estados de la República y regiones que tiene cobertura el programa, por sus diferentes frecuencias. La duración es de 12 segundos.

Los lugares de la cobertura de “*Más Nescafé Radical*” son:

CIUDAD	BANDA AM	BANDA FM	SIGLAS
Chihuahua	1360	88.5	XHDI
Cuernavaca		98.1	XHNG
Durango		107.7	XHOH
Nogales		106.7	XHSN
Mexicali		89.9	XHSOL
Tampico		96.9	XHPP
Tecomán (Colima)	1390	91.3	XETY
Guadalajara		102.7	XRHL
Poza Rica	1020	102.7	XHPR
Querétaro		98.7	XHMQ
México D.F.		101.7	XEX
León (Bajío)	1530	99.3	XESD
Celaya		107.5	XHCGT
Salina Cruz		97.1	XHHLL
Veracruz		101.7	XHPR
Coatzacoalcos		101.7	XHTD
Isla del Carmen	1030	100.5	XHBCC
Tulancingo		96.3	XHTNO

¹²

PUENTE MUSICAL:

Se constituye por una distorsión de música, por medio de aparatos electrónicos, que hacen una especie de cortes empalmados y repetitivos. En ocasiones se utiliza también de fondo durante todo el programa. Su duración es de 12 segundos.

¹² <http://www.esmas.com/masnescafe/home>. Ibid.

IDENTIFICATIVOS:

Sólo es uno, y aparece en gran medida, es decir de 4 a 5 veces por bloque. Se aplica el procesador electrónico vocal para darle diferentes matices a la voz institucional en cada sílaba: *Más-Néscafé-Radical*. Su duración es de 3 segundos.

CÁPSULAS:

Las cápsulas, al igual que los anteriores elementos de producción, son grabados. Se utilizan para dar noticias de música electrónica.

Comienzan con un efecto de sonido láser y después cross fade de música en segundo plano para mantenerse, donde aparece la voz institucional que dice:

“Estas son las noticias de música electrónica más relevantes de la semana, en *Más Nescafé Radical*”, en seguida, otro efecto hace una pausa y comienza la nota informativa.

Pueden tratarse de algún evento musical, una presentación de un D.J., e incluso de cine. Termina con una interrupción nuevamente de un efecto láser.

Por lo regular, estas cápsulas son parte de los rompe cortes, porque, la mayoría de las veces, indican un corte comercial; casi siempre van acompañadas de éstos y de los promocionales. Su duración oscila entre los 30 y 60 segundos.

REALIZACIÓN:

La realización es en vivo, desde cabina y, en ocasiones, desde algún punto de la Ciudad o fuera de ésta. Dice Josefina Vilar que “Un programa en vivo exige mayor preparación en todos los sentidos”.¹³

GUIÓN:

No hay un guión en este programa, sólo existe la hoja de programación musical, que sirve de guía en la producción.¹⁴

PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA:

Nunca se escucha una llamada al aire, pero constantemente se mencionan los teléfonos, la página web y el correo electrónico, que son los medios para poder comunicarse al programa.

CORTES COMERCIALES:

Durante el programa, existen 5 bloques de comerciales que tienen una duración aproximada de 4 minutos. Estos son de productos y servicios, entre ellos encontramos principalmente: a *Nescafé* de *Nestlé*, seguido de promos institucionales (Los 40 Principales), promocionales de Televisa, promos del Gobierno Federal, del Instituto Federal Electoral (IFE), del Museo de la Ciencia

¹³ Vilar Josefina. Op. Cit. Pág. 186.

¹⁴ Charla telefónica con Alejandro Franco, locutor del programa “Más Nescafé Radical”, realizada en septiembre de 2004.

Universum, además de productos como la revista *Eres*, y otros que se venden en Internet, por *esmas.com*.

PATROCINIO:

Son dos los patrocinadores, pero el patrocinador oficial del programa es el producto Néscafé, el cual es muy abundante en la producción de éste, “de pies a cabeza”, tan sólo el nombre de la emisión *Más Nescafé Radical*.

Por otro lado, *Maslabel Records*, es una disquera de música electrónica, que nada más se anuncia en la entrada y salida institucional.

VOCES DEL PROGRAMA:

Más Nescafé Radical, cuenta sólo con la voz del locutor Alejandro Franco, que se caracteriza por ser dinámica, alegre y juvenil.

Las ocasiones que sale al aire la voz del D.J. Benjamín Hernández, tiene la peculiaridad de ser más seria, pero también es juvenil.

Espontáneamente aparece la voz del operador de cabina, que tiene la finalidad de colaborar en comentarios, afirmaciones o negaciones, que le hace el locutor. Se distingue por ser alegre, pero inexperta, en esta situación.

MÚSICA:

La música en este programa, también es el pilar principal. Maneja música electrónica en general, según el locutor Alejandro Franco,¹⁵ donde se pueden apreciar diferentes subgéneros, entre ellos tenemos House, en gran parte, así como, Synth Pop, Electro Pop, Dance, Garage, Microwave, Latin, Electro Rock, Brake Beat, entre los más escuchados de la programación.

Esta música que se toca en el programa es comercial. Algunos de sus representantes destacan Paul Van Dyk, Modjo, Robbie Rivera, Susie 4, D.J. Tiesto, D.J. Klang, Royal Gigolos, Felix Da House Cat, entre otros.

Su duración es muy variable, puede ir de los 2 minutos y medio, hasta los 6 minutos aproximadamente. Cada bloque cuenta con 2 o 3 melodías.

TEMÁTICA DEL PROGRAMA:

El programa no cuenta con una temática, todo gira en torno de la capacidad de improvisación y conocimiento del locutor. Se habla de manera general sobre algún tema que se suscita, sin detalles.

SECCIONES:

Como vimos en el apartado anterior, carece de temática, y de secciones. Nada más en las cápsulas que mencionamos en la parte de producción es donde encontramos un poco de información sobre noticias de música electrónica.

¹⁵ Información difundida por Alejandro Franco, locutor del programa "Más Nescafé Radical", el día 10 de septiembre de 2004, a las 8 de la noche.

OBSERVACIONES:

En cuanto a la estructura del programa, aunque se divide en seis bloques las dos emisiones (viernes y sábado), es parecida a *Selector*, desorganizada y asistemática, debido a que no tiene un orden específico, no hay una línea a seguir, y la duración de sus bloques varía siempre.

Los tiempos de duración de *Más Nescafé Radical* son muy variados, por lo tanto no sigue un patrón esquemático específico. Lo mismo pasa en la segunda hora del sábado que es de música mezclada, y a pesar de eso no ofrece nada nuevo.

Se utiliza el modelo (Loc.-Música-Loc.), que hace que se vuelva muy mecánico el programa, el cual no cuenta con un guión para su mejor realización.

La producción es mejor en este programa, ya que cuenta con más elementos radiofónicos que enriquecen la emisión. Se puede apreciar por su entrada institucional, puentes musicales, los rompe cortes, rúbricas, los promocionales, identificativos y sus cápsulas de noticias, aunque estas últimas se repiten en varias ocasiones, por no haber más información que decir.

A veces, el empleo de estos elementos no es ideal, tampoco ordenado, por ejemplo, un identificativo, al igual que una canción, causan confusión y pierden sus propiedades al entrar durante un diálogo, por la cuestión del lenguaje hablado, ya que afecta de manera grave el mensaje o la información emitida. Creo, que sí es necesario anunciar el nombre del programa, pero no encima de una conversación del locutor.

El patrocinio del programa es excesivo durante toda la producción, molesta tanta publicidad que interfiere en todo momento, pero finalmente, es un programa de una estación comercial, donde el consumismo es primordial. Yo propondría hacer espacios en los bloques de comerciales para el producto *Nescafé*, ya que para

eso existen, y sin embargo este producto no aparece en estos anuncios. Es un hecho que es la marca quien financia el programa en gran medida.

Por otro lado, las cápsulas no tienen caso si la información que se emite es también mencionada por el locutor. Éstas tienen su propia función, si no mejor se omiten, ahorrándose tiempo, trabajo y dinero; además, su objeto es centrarse en la música electrónica y no en otros ámbitos, sólo que se relacionen entre sí, como fue el caso de una cápsula de cine que estaba totalmente fuera de lugar en el primer programa monitoreado, es decir del día viernes 3 de septiembre de 2004.

En cuanto a la participación en el programa, no existe una comunicación con su público al aire, no hay ningún tipo de conversación entre estos. Nunca se comenta sobre las llamadas telefónicas recibidas durante el programa, sólo agradece el locutor por su supuesta participación y menciona los números telefónicos, página de Internet, que, por cierto, al revisarla no fue la correcta, además del correo electrónico.

Todo lo contrario será en *Power Beat*, porque se permitirá conocer qué es lo que piensa el auditorio, sus necesidades y gustos, factor que favorecerá para enriquecer esta propuesta*.

La voz del locutor es ideal para los jóvenes, cumple con las características necesarias para dirigirse a ellos, ayuda al programa y mantiene vivo a su público, ya que es agradable, alegre y dinámica.

La segunda voz, que corresponde al D.J., también es buena, sólo menos activa que la del locutor. Por otro lado, según mi criterio, no tiene sentido, ni es necesaria la voz del operador que de repente sale al aire, ya que varias veces le han dado participación en el programa, al igual que en *Selecto*, para opinar en algo que dice el locutor. En síntesis, no aporta nada.

* Ver Concepto del Programa Power Beat. Pág. 89.

La música es el factor fundamental, pero mal explotado, siendo una estación dirigida a un público juvenil muy amplio y heterogéneo, se restringen a unos cuantos ritmos electrónicos que se caracterizan por ser muy ligeros. Existen, como vimos en el primer capítulo, un gran número de éstos que llaman más la atención y van más acordes con las características de los jóvenes*. combinando más subgéneros de esta música y subir de los 120 beats por minuto aproximadamente, que se utilizan, por lo general, en la emisión.

Por lo tanto, el programa *Más Nesacafé Radical* no es de música electrónica en general como se mencionó en un principio por el locutor Alejandro Franco. Se tiene que poner mayor atención al público, cubrir sus necesidades, gustos y preferencias, con una programación musical más variada y sin limitantes.

Al igual que los otros segmentos de música continua, en la segunda hora del sábado, dedicada a música mezclada, no cambia en nada al seguir los mismos ritmos lineales, que se vuelven tediosos con el tiempo, por esta razón, la propuesta *Power Beat* pretende abordar un mayor repertorio musical.

Un problema de este programa, es el uso injustificado de la música de fondo, porque no tiene ningún sentido. Aunado a esto, es muy elevado el volumen, esto causa distracción en los radioescuchas y no se entiende lo que el locutor dice algunas veces, sobre todo si es música comercial. En este caso la función del locutor es innecesaria al no hacer llegar el mensaje al receptor, y por lo tanto no hay comunicación.

En mi opinión, la música de fondo se utiliza con una razón o intención, en un tercer plano para que no cause problemas o interrupciones. De igual manera, se sugiere que no sea música comercial o conocida y menos cantada, porque, regularmente, la gente es atraída por ésta y se pierde la atención a la voz del conductor. En

* Ver Capítulo 3. Los Jóvenes y La Radio. Págs. 67-87.

general, este hecho se escucha en todas la emisoras de formato musical, donde no existe control alguno.

Por último, la temática y secciones no tienen lugar como tal en el programa, como ya lo dijimos, se basa en el trabajo y conocimiento del locutor, mediante la capacidad de improvisación.

El conductor habla de manera muy general sobre algún tema en especial que llega a tener presencia durante la transmisión, donde, más bien, son adjetivos calificativos los que emplea. No se adentra en él. Emite opiniones personales, pero sin la intención de informar, más que temáticas son comentarios acerca de un D.J, producciones musicales o un evento.

En general, el objetivo principal del programa no es difundir información de un tema o alguna cuestión; para ello están las cápsulas, que hablan escasa y superficialmente de algunas noticias de música electrónica, para que la gente tenga un pequeño panorama de lo que pasa al respecto, pero sin abundar ni profundizar.

El análisis, las observaciones realizadas en este apartado, así como los aciertos y desventajas, servirán para mejorar y enriquecer la propuesta radiofónica *Power Beat*, dichas consideraciones se verán reflejadas en la estructura, temática y producción del proyecto expuesto*, a manera de cuidar, en no caer, ni repetir las equivocaciones encontradas en el monitoreo.

* Ver Capítulo 4. Diseño del Programa Power Beat. Págs. 88-141.

CAPÍTULO 3. LOS JÓVENES Y LA RADIO

3.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS JÓVENES COMO AUDITORIO RADIOFÓNICO

Para conocer las características generales de los jóvenes, retomaremos una de las etapas del desarrollo humano que tuvo gran importancia en ellos, es decir la adolescencia, que marca el cambio en los seres humanos de niños a jóvenes. Entendido por jóvenes los dos sexos, hombres y mujeres.

La adolescencia es una etapa de transición entre la niñez y la edad adulta, o sea un periodo que inicia en la pubertad y termina en la madurez. Según Liliana Sicilia García, en su tesina *Dialogar con adolescentes... y sobrevivir en el intento comunicativo*, “la adolescencia empieza a la edad de doce años en las mujeres y a los catorce años en los hombres”.¹

La adolescencia se caracteriza por un conjunto de cambios físicos y psicológicos, que tienen lugar en los sujetos que pasan por esta etapa. Esta fase de transición temporal varía en las diferentes culturas; es aquí, donde los individuos necesitan considerarse independientes y autónomos. Con respecto a los jóvenes, tomando como concepto a la juventud, podemos decir que constituye una etapa del curso de vida de las personas, que ha sido validada en nuestra cultura como un periodo de constantes cambios y de transición hacia la vida adulta.

Es difícil conocer un rango específico de edad que comprende a los jóvenes, ya que su inicio se ubica en la adolescencia o pubertad, pero su conclusión se determina por las funciones y actividades que desempeñan en sociedad.

¹ Sicilia García Liliana. Tesina de licenciatura en comunicación: “Dialogar con adolescentes... y sobrevivir en el intento comunicativo”. Pág. 58.

Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), establece como población joven a aquella comprendida entre los 15 y 29 años de edad. La población de nuestro país está conformada de la siguiente manera:

POBLACIÓN TOTAL EN MÉXICO		
Total	Hombres	Mujeres
97,483,412	47,592,253	49,891,159

Población de México considerada media por el INEGI:

POBLACIÓN DE 15 A 64 AÑOS		
Total	Hombres	Mujeres
58,092,327	27,836,871	30,255,456

Población total del Distrito Federal:

ENTIDAD FEDERATIVA, MUNICIPIO	POBLACIÓN TOTAL	DISTRIBUCIÓN SEGÚN SEXO	
		Hombres	Mujeres
Distrito Federal	8,605,239	4,110,485	4,494,754

Por otro lado la población juvenil que conforma el Distrito Federal se distribuye así:

DISTRITO FEDERAL	POBLACIÓN TOTAL	DISTRIBUCIÓN SEGÚN SEXO	
		Hombres	Mujeres
15 - 19 años	798,349	390,049	408,300
20 - 24 años	832,517	400,924	431,593
25 - 29 años	840,487	403,311	437,176

² XII Censo de Población y Vivienda, INEGI, 2000.

En suma, tenemos que la población joven en el Distrito Federal, según el INEGI son 2,471,353 personas, entre hombres y mujeres de 15 a 29 años de edad; por lo tanto, representan una cuarta parte de la población total del D.F, y una décima de todo el país (población juvenil en el país 19, 066,269).³

“La juventud es un concepto que se ha construido a partir de los enfoques biológico y sociocultural. Desde el punto de vista biológico, la juventud es un hecho necesario e inevitable, en el entendido de que es una etapa natural y biológica de la evolución de las personas. Es el periodo de la vida en el que el cuerpo joven presenta cambios fisiológicos y éstos se presentan de forma distinta en hombres y mujeres, cambios que suponen la capacidad de reproducción de la especie humana. A partir de la concepción sociocultural de lo que significa ser joven, se advierte que la juventud es un sujeto histórico, cuya importancia radica en el rol que ha jugado en las instituciones sociales, dentro de las cuales se construye y reconstruye constantemente a partir de todo un proceso de socialización”.⁴

Según el Instituto de la Juventud, la Secretaría de Desarrollo Social y el Gobierno de la Ciudad de México. Las características principales de los jóvenes se encuentran englobados en los siguientes puntos:

1. Diversidad, que se refiere a las múltiples formas de expresión, creatividad, imaginación, decisión y acción que tienen.
2. Pluriculturalidad, o sea las distintas culturas y/ o identidades que se manifiestan en el sector juvenil, a partir de las cuales se reconocen y se

³ ibid.

⁴ Manual de Capacitación de la Campaña: “Amor es sin violencia”, para la prevención de los noviazgos violentos. Gobierno del Distrito Federal, Instituto de la Juventud del D.F. Pág. 19.

diferencian a través de elementos materiales, simbólicos, históricos, ideológicos y coyunturales.

3. Espacialidad, está dividida en dos niveles: físicos e imaginarios o simbólicos, los cuales se concretan en territorios que son una fuerte marca de identidad, en tanto que representan e identifican a los jóvenes.
4. Participación, es la manera en que los jóvenes, de forma integral, son protagonistas en la construcción de procesos y no sólo receptores de información. De esta forma, se reconoce la participación solidaria, voluntaria, activa, consciente, libre y reflexiva del sector juvenil.
5. Equidad de género, se refiere a que toda acción hacia la juventud, debe de estar construida desde una visión de equidad entre lo que significa ser hombre y ser mujer en sociedad.
6. Focalización, consiste en que la juventud se sabe y se reconoce como sujetos sociales que piensan, sienten, imaginan, crean y proponen.

“El sector juvenil representa un conjunto diverso de expresiones, lenguajes, identidades, costumbres, culturas, etc., a pesar de compartir un rango de edad. La representación juvenil, por tanto, no es única, es variable en tiempo y espacio, su definición es entonces situacional. Por eso los punks, darketos, skatos, surfos, cholos, etc., no son sino estereotipos de la diversidad grupal e individual de lo que entendemos por jóvenes. La pluriculturalidad y los distintos niveles de identidad son una característica de esta ciudad y de este país, que se refleja en el sector juvenil y sus formas de expresión social”.⁵

⁵ Ibid. Pág. 22.

En resumen, la juventud es una etapa donde se percibe el cambio de la adolescencia a la madurez, o sea un proceso donde se consolidan, entre otras cosas, sus criterios con forme a sus convicciones, sus gustos y necesidades que implican una forma de libre albedrío.

En este periodo, las edades de ser joven varían según el desarrollo de cada individuo en sociedad, pero tiene un rango de los 12 y 14 años, hasta los 25 y 29 años, aproximadamente.

3.1.1. INTERESES Y NECESIDADES GENERALES DE LOS JÓVENES

Los intereses y necesidades de los jóvenes, se encuentran determinados por el contexto socioeconómico y cultural que los rodea, este es el caso de la juventud de nuestro país, pero trataremos de ser generales en este sentido.

“El joven es un sujeto deseoso de encontrar una identidad que lo defina e integre; que le permita emplear las funciones ejecutoras del yo, para brindarlas oportunamente a la realización de un esquema dentro del cual obtener seguridad; búsqueda de identidad en cuanto al papel sexual, a la participación social y a la integración intelectual y económica”.⁶

Entre los principales intereses y necesidades de los jóvenes encontramos, la comunicación, que les permita relacionarse con las personas que les rodea, con ella la convivencia; por otro lado, espacios de identificación, de expresión y oportunidades, para desarrollar sus capacidades potenciales e intelectuales.

⁶ Ibid. Pág. 21.

Las inquietudes principales que tienen los jóvenes son el autoconocimiento, la autoexploración y autorreflexión de lo que son y lo que quieren. Una de sus preocupaciones principales son la comprensión y el reconocimiento en sociedad.

Los jóvenes tienen la necesidad de demostrar sus habilidades y conocimientos, así como despertar sus emociones, dudas y reflexionar sobre sus valores propios y de la gente de su alrededor.

Ante situaciones críticas o problemáticas, necesitan elegir una solución o una alternativa, que siempre será la mejor elección, según sus convicciones y oportunidades; por lo tanto, su toma de decisiones los conduce a sus fines, característica que hace diferentes a los jóvenes entre sí.

“Los jóvenes necesitan un medio rico en oportunidades, tales como: un contexto propicio para la ejercitación de capacidades acumuladas y enriquecidas durante su infancia; la disposición de espacios para la construcción de conocimientos y habilidades útiles para su desarrollo y para insertarse de manera creativa y propositiva en los ámbitos laboral, escolar y comunitario; además de escuelas, empleos, centros de recreación, lugares de expresión deportiva y artística, así como espacios de participación donde puedan expresar ideas y concretar valores”.⁷

Hoy en día, la juventud mexicana al estar expuesta a un sin fin de información, producción cultural, espacios de socialización, etc, marcan diferentes estilos de vida, determinados por sus contextos en los que se inmiscuyen o que están en contacto, como son la familia, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación, etc. Los cambios culturales que manifiestan los jóvenes se entiende como un fenómeno histórico, cultural, afectivo, físico, biológico, social y psíquico.

⁷ “De joven a joven. Espacio de diálogo y reflexión. Una experiencia de servicio telefónico”. Locatel. Secretaría de Desarrollo Social. Pág. 28.

3.1.2. RELACIÓN DE LOS JÓVENES CON LA RADIO

“Los jóvenes están presentes en la radio, tanto en la recepción de los mensajes que ésta emite, como en realización de los programas radiofónicos, además la juventud representa una población-mercado, a la cual se les vende los productos musicales de las grandes disqueras y reproducirles valores que se han generalizado y masificado en otros países”.⁸

En la actualidad, podemos ver que cada vez se va incrementando la cifra de los jóvenes que escuchan la radio, debido a esas características esenciales de ser ubicua y transportable; en la casa, la escuela, el trabajo, en la calle, en el automóvil y casi en cualquier lugar se oye radio.

“La radio es un medio de comunicación social indispensable para el logro de nuestra identidad e integración nacionales, pues presenta en su conjunto la máxima cobertura y penetración, comparativamente con cualquier otro de los medios de comunicación masiva. De hecho, cubre en su totalidad el territorio nacional, incluyendo áreas urbanas, semiurbanas, rurales y hasta zonas marginadas”.⁹ Según la Asociación de Radiodifusoras del Distrito Federal, los lugares donde se escucha más la radio son:

Hogar	87%
Automóvil	66%
En el Trabajo	18%
Transporte público	12%
Otros	12%

⁸ Salcedo Gutiérrez María Guadalupe. Tesis de licenciatura “la radio juvenil mexicana, Un espacio vacío”. Pág. 20.

⁹ Vilar Josefina. Op. Cit. Pág. 5.

Para efecto de esta investigación, tomaremos en cuenta la relación de la radio y los jóvenes de 18 a 20 años de edad, de clase media y media baja, de la Ciudad de México, que serán a quienes dirigiremos nuestra propuesta radiofónica *Power Beat*, o sea los que conformarán el auditorio del programa.

En nuestros tiempos, los medios de comunicación, sobre todo la radio y la televisión, se encuentran en relación continua con la sociedad, son inevitables. Han venido formando parte de la familia mexicana, debido a que se mezclan con las actividades cotidianas de las personas.

Un ejemplo de ello, lo podemos observar en los hogares, cuando la familia se reúne para tomar sus alimentos, en compañía de un radio receptor o un televisor para disfrutar del programa favorito. Josefina Vilar, en su libro *El sonido de la radio*, afirma que el 95 por ciento de la población mexicana, escucha la radio.

De acuerdo con la ARDF y la CIRT, los jóvenes escuchan la radio en las siguientes ocasiones:

1. Al levantarse por la mañana
2. En las noches
3. Al bañarse
4. En el automóvil
5. Por su estado de ánimo
6. Al realizar sus tareas
7. En reuniones con amigos¹⁰

¹⁰ Investigación solicitada a la agencia Nielsen por la Asociación de Radiodifusoras del Distrito Federal (ARDF). México D.F. enero de 1995.

“El televisor y los demás medios son, cuando menos, innovaciones en cuyo derredor los seres humanos organizan sus vidas de diferentes modos, debido justamente a su presencia”.¹¹

En la gran mayoría de los hogares cuentan como mínimo, con un aparato de radio o de televisión; claro que depende de la situación económica de cada hogar. Según el INEGI, las viviendas que cuentan con un radio receptor en el Distrito Federal se tienen las siguientes cifras:

ENTIDAD FEDERATIVA, MUNICIPIO, BIENES EN LA VIVIENDA	VIVIENDAS PARTICULAR ES HABITADAS	DISTRIBUCIÓN SEGÚN DISPONIBILIDAD DE BIENES		
		Disponen	No disponen	No especificado
Distrito Federal				
Radio o radiograbadora	2,103,752	1,981,248	104,495	18,009
Televisión	2,103,752	2,037,303	50,220	16,229

12

En resumen, aproximadamente el 98 por ciento de los hogares del D.F. cuentan con aparatos de radio y televisión. Según ARDF; el 94 % de la población acostumbra oír el radio regularmente; y el 77 % de las personas lo escuchan diario.

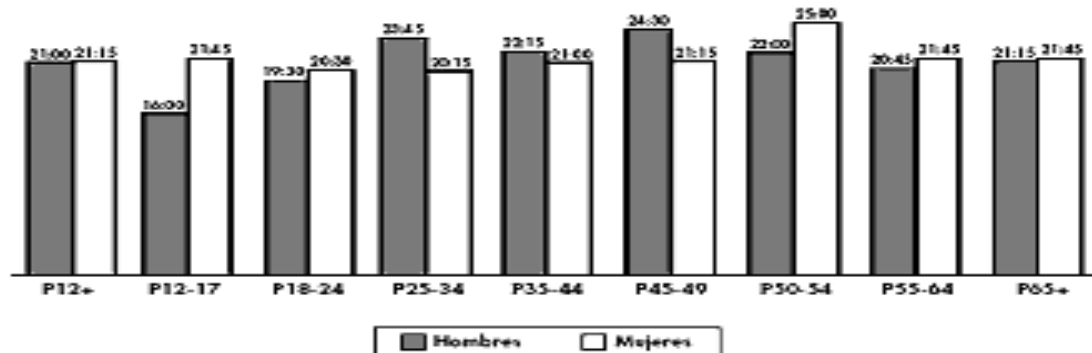
En la siguiente gráfica, se muestra la exposición de las personas de todas las edades que escuchan la radio, hasta 20 horas por semana, según un estudio realizado por Arbitrón, en la Primavera de 2003.¹³

¹¹ De Fleur M. L., Ball Rokeach S. Teorías de la comunicación de masas. Pág. 29.

¹² XII Censo de Población y Vivienda, Op. Cit.

¹³ www.arbitron.com.mx. Visita realizada en octubre de 2004.

¡Hombres y mujeres de todas las edades escuchan la radio alrededor de 20 horas por semana!



Tiempo de Escucha, Lunes-Domingo 06:00-24:00, Primavera '03.
Expresado en Horas: Minutos por semana

“Los medios hacen algo más que divertirnos. Nos aportan un flujo de información que es esencial para nuestro sistema político, para nuestras instituciones económicas, para los estilos de vida cotidiana en cada uno de nosotros, e incluso para nuestras formas de expresión religiosa”.¹⁴

Debemos tomar en consideración que algunas de las formas de distracción para los jóvenes de las clases media y media baja son el radio y el televisor, los cuales tienen que ser compartidos por los miembros de la familia, debido a la situación socioeconómica.

Entre los programas radiofónicos que más escuchan los jóvenes en AM y FM tenemos, los programas de entretenimiento de las estaciones comerciales, las cuales tienen la información más reciente del mundo del espectáculo, el último “hit” de moda, programas humorísticos, entre otros que logran distraer al público juvenil. Se incluye música de todo tipo de géneros, anuncios publicitarios, además de información noticiosa.

¹⁴ Ibid. Pág. 18.

En la radio, los diversos espacios creados para el público juvenil son algunas veces satisfactorios y otras no tanto. Los jóvenes buscan entretenimiento, expresión, distracción e identificación; por eso, recurren a este medio de comunicación, que está a su alcance y que abre las posibilidades de recreación para su auditorio. Como vimos en un principio, los programas que encontramos en la radio son diversos, ya que existe un público heterogéneo, pero con los mismos derechos.

Con respecto a lo anterior, algunos de los derechos de los jóvenes importantes son: el artículo 21, de la Ley de los Jóvenes del Distrito Federal, dice que todas las y los jóvenes tienen derecho al acceso a espacios culturales y a expresar sus manifestaciones culturales de acuerdo a sus propios intereses y expectativas.

El artículo 24, señala que las y los jóvenes tienen el derecho al disfrute de actividades de recreación y al acceso a espacios recreativos para el aprovechamiento positivo y productivo de su tiempo libre.

Por su parte el artículo 41, menciona que las y los jóvenes tienen derecho a recibir, sistematizar y difundir información objetiva y oportuna que les sea de importancia para sus proyectos de vida, sus intereses colectivos y para el bien de la ciudad.¹⁵

Según una “Evaluación cualitativa de hábitos y actitudes hacia la banda de AM”, realizada por Nielsen, para los jóvenes de todos los niveles socioeconómicos, la radio representa la oportunidad de escuchar música; el tipo de emisora, en la etapa por la que atraviesan representa un elemento básico para determinar el grado de pertenencia y referencia a un grupo social así como de status. En ocasiones, la escuchan en compañía de otros jóvenes por lo que es un elemento

¹⁵ Ley de las y los Jóvenes del Distrito Federal. Gaceta Oficial del Distrito Federal. julio de 2000.

de identificación, influido por la presión social y la imagen que desea proyectar hacia el medio para lograr ser aceptado dentro del mismo.

En síntesis, las conclusiones de dicha investigación son, que existe una tendencia espontánea por parte de los jóvenes que quieren divertirse escuchando FM, y que el grado de identificación generado por FM, es mayor en el segmento joven.

Por otro lado, para la elección de determinado programa, estación o frecuencia depende, en gran parte, de los locutores, que deben reunir ciertas características que vayan acorde a los jóvenes (incluye todos los niveles socioeconómicos de 19-25 años de edad).

Se muestra una mayor fidelidad hacia la banda de FM, por lo que las reacciones hacia AM son negativas e incluso de burla, debido a que el radioescucha sería una forma de proyectar sus prejuicios relacionados con un menor status. Por lo tanto, "...el joven busca su identidad a nivel personal, por lo que no adquiere relevancia el escuchar programas de noticias y de contenido".¹⁶

En el contexto de la globalización, México ha adoptado una amplia gama de valores, tradiciones, costumbres, ideologías, etc., que se ven reflejados en la sociedad y, sobre todo, en una parte importante de ésta, es decir en los jóvenes, quienes buscan una nueva forma de expresión, de diversión y entretenimiento.

Como mencionamos anteriormente, uno de los factores determinantes en este sector de la sociedad es, sin duda, la situación socioeconómica, que marca clases sociales y además, como caso particular, afecta en las actividades que realizan los jóvenes en su tiempo libre.

¹⁶ Nielsen. Op.Cit.

Un ejemplo muy claro de esto, son esas personas que salen a recrearse y divertirse los fines de semana a antros, discotecas, raves, bares, etc., en su mayoría de clase media alta y alta, debido a que éstos cuentan con una buena situación económica.

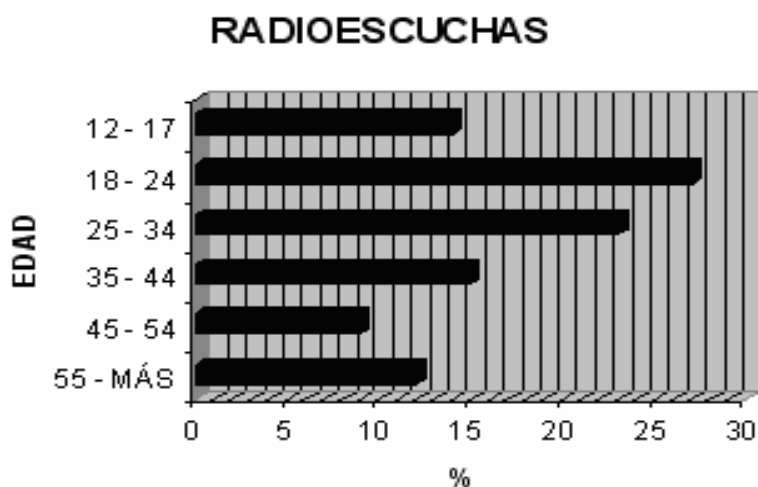
En cambio, los jóvenes de clase media y media baja muchas de las veces se quedan en casa, algunos a reunirse con amigos para tomar una cerveza y escuchar música, otros para ir a una fiesta, o simplemente se quedan en su hogar a convivir con sus familiares, a descansar de una intensa semana de estrés por la escuela y/ o el trabajo.

Los jóvenes para su integración social, requieren de una relación más estrecha con los medios de comunicación, que son, en gran parte, los que influyen de manera sociocultural en ellos. La juventud, por sus características, requiere de una mayor apertura de espacios en los medios, principalmente en la radio, que es el medio más importante en nuestro país y que, además, tiene un amplio público juvenil, deseoso de nuevos programas que se aproximen a sus gustos.

“Al observar todo el tiempo de exposición a los medios, la radio es el medio dominante entre todos los niveles socioeconómicos (NSE). Esto es particularmente visible al comparar el tiempo de escucha con la lectura de periódicos y revistas, incluyendo la televisión, en horas pico”.¹⁷

En una encuesta realizada por Arbitrón, en el Valle de México, en el año 2000, los radioescuchas tienen los siguientes porcentajes, según sus edades:

¹⁷ www.arbitron/arvm.com.mx. Op.Cit.



(Categoría como Porcentaje del Total de Personas = 25%, Muestra n = 324)¹⁸

Simplificando los porcentajes anteriores, tenemos que el 64% de los radioescuchas tienen entre 12 y 34 años de edad, o sea más del 50% del total de las personas que escuchan la radio son jóvenes.

“Los muchachos consideran a la radio como un medio de entretenimiento, relajación, compañía y que les sirve de despertador. Ellos prefieren escuchar música juvenil, en inglés y español en FM, y no muestra mucho interés por escuchar programas noticiosos y de contenido. Para que una emisión los atraiga, necesita tener un locutor joven, dinámico, prendido, alegre, bromista y ocasionalmente sarcástico”.¹⁹ Por otro lado, la radio ha despertado el interés de la juventud por la música electrónica, y aunque no es muy estrecha la relación con el medio, ha logrado que sea gustosa entre los jóvenes de México.

Esto lo podemos comprobar con los diferentes programas radiofónicos que han tenido lugar en el cuadrante FM, los cuales ya mencionamos en el primer capítulo de esta Tesis, así como diversos eventos musicales y demás actividades que se han llevado a cabo en la Ciudad de México e Interior de la República, donde los

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Salcedo Gutiérrez María Guadalupe. Op. Cit. 39.

jóvenes son protagonistas en gran cantidad. Sería difícil enumerar estos últimos, pero entre los más importantes, que se realizan por lo menos una vez al año tenemos los siguientes.

El Loveparade, con sede en el Monumento a la Revolución; Ecosistema, en el Parque Ecológico de Xochimilco; Acid City, Global Tribe, Simulation, Neo Génesis, Fiebre, Global Sound, Polar Bass, Fairy Land, Surrealistica Pax Manifest; entre otros, que se realizan en diferentes puntos de la Ciudad de México. El Unionfest, en el Edo. México; Aca World Sound Festival, en las playas de Acapulco, Guerrero; Equinoccio, en San Martín Teotihuacán, Edo. México; Chemical Crew, en las Lagunas de Zempoala, y Maraakane, en Morelos.

También se encuentran las presentaciones de D.J's, nacionales e internacionales, en distintos lugares como Martín Parra, Klang, MK Ultra, Leyte, Jef-T, Tini Tun, Vazik, Síntoma, Chrysler, Astral Beat, Allan House, Acid Kit, Quecho, Paul Van Dyk, Paul Oakenfold, Danny Tenaglia, Sasha, Green Velvet, Deep Dish, Jeff Milles, David Morales, Infected Mushroom, Dark Soho, GMS, Sun Project, Astral Projection, Alien Project, Skazi, etc.²⁰

Los anteriores, es sin contar los eventos que se realizan en todo el mundo, en países como Alemania, España (Ibiza), Inglaterra, Francia, Holanda, Japón, Israel, Estados Unidos, Argentina, Brasil, etc., aunque a éstos sólo unos cuantos tienen acceso, es decir, aquellos que cuentan con una muy buena posición económica.

Si bien la difusión e información en la actualidad de la música electrónica en la radio ha sido muy escasa, aunado a esto, no todos los jóvenes tienen acceso a ella, ya que en algunas clases sociales existen primordialmente necesidades básicas que cubrir, además los costos de producción son muy elevados (Acetatos, CD's, etc.). La fabricación por lo regular es extranjera y su escasez es inmediata, y

²⁰ Información obtenida de propagandas de eventos de música electrónica (Flyers), de 1998 a 2004 y de www.raves.com/flyers, visita realizada en octubre de 2004.

si le sumamos a los pocos programas de radio, podemos decir que hace falta mayor propagación de este movimiento.

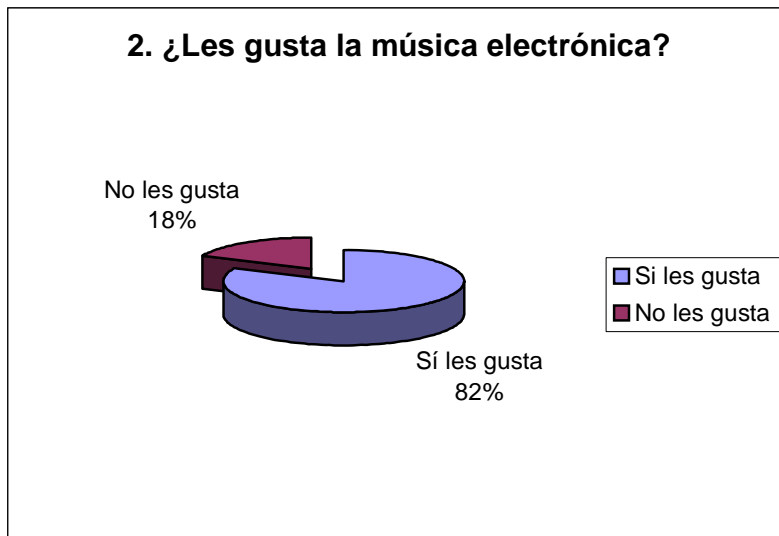
A continuación, las siguientes gráficas nos exponen los datos tabulados de las encuestas que se realizaron a jóvenes de 18 a 20 años de edad, aproximadamente, para fundamentar y llevar a cabo nuestra propuesta radiofónica *Power Beat*. Se tomó una muestra de 50 personas, que representan un 100 por ciento de nuestro universo,* este cuestionario se aplicó a los estudiantes de la UNAM, Campus C.U., en octubre de 2004, por la diversidad de gustos y preferencias que pueden existir aquí, de acuerdo a las edades requeridas.

De acuerdo al resultado de las preguntas planteadas, en orden consecutivo, obtuvimos:

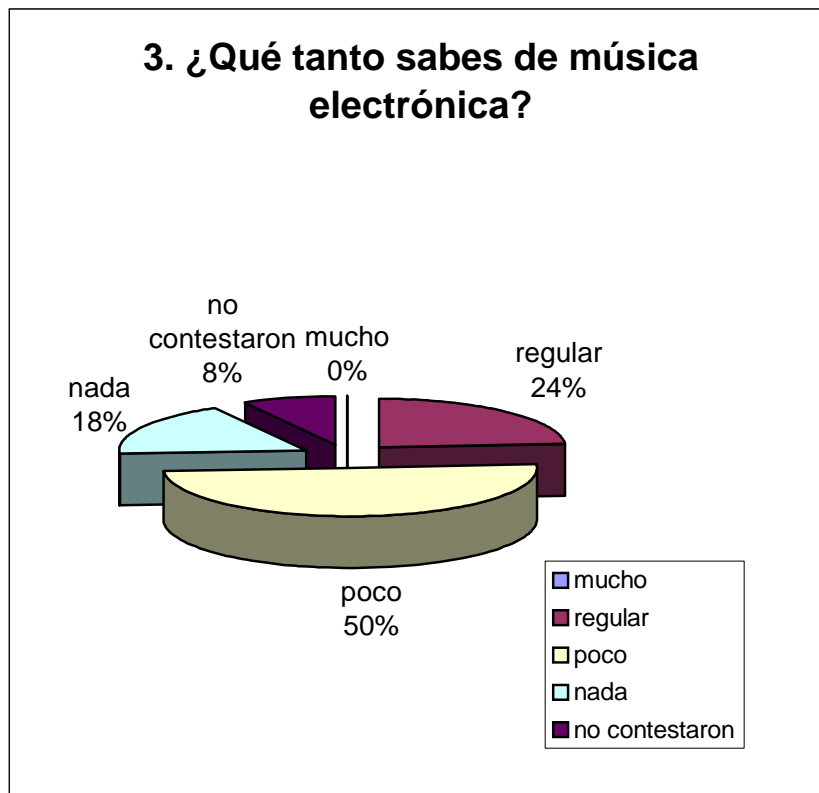


Esto quiere decir, que 49 personas sí escuchan radio y sólo una no lo hace, esto representa un 98% y 2% respectivamente.

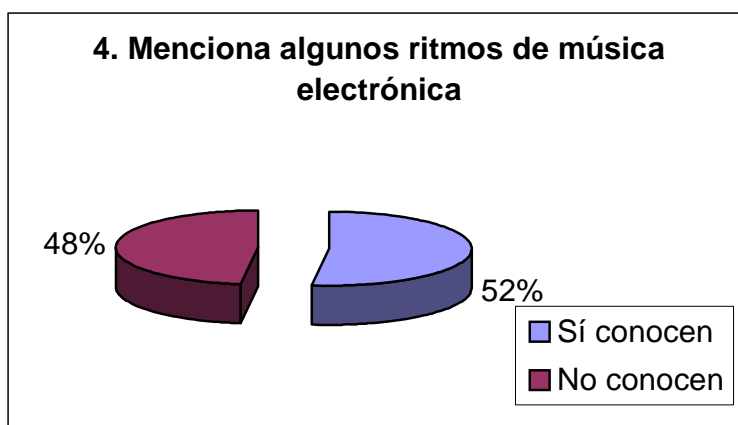
* Ver Anexo 5. Cuestionario Muestra. Pág. 175.



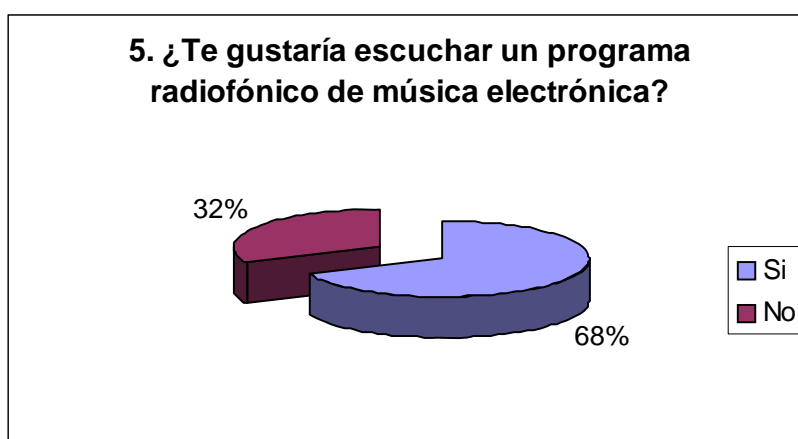
En otras palabras, 41 personas contestaron que sí les gusta la música electrónica y a 9 personas no les gusta, o sea, representan un 82% y 18%.



En cuanto a la pregunta anterior, sobre qué tanto saben los jóvenes de música electrónica, contestaron lo siguiente: ninguna persona contestó que sabe mucho (0%), 9 personas dijeron que nada (18%), 12 regular (24%), 25 mencionaron que poco (50%) y 4 se abstuvieron de contestar (8%).

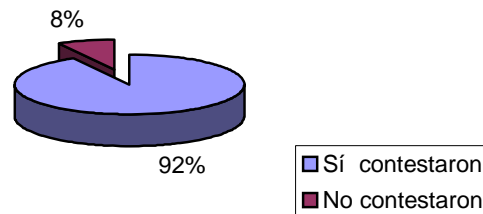


Complementando la gráfica anterior, se muestra que 26 personas, o sea el 52% sí conocen por lo menos un ritmo de música electrónica, por mencionar algunos están, *Psycho*, *House* y *Dance* en su mayor parte. Mientras que 24 o el 48% no conocen ninguno.



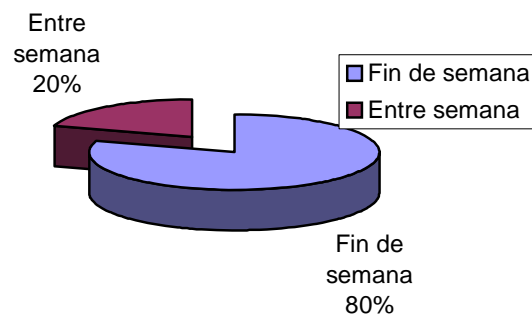
A esta pregunta sobre si les gustaría un programa radiofónico de música electrónica, dijeron que sí 34 jóvenes, que representa un 68%, y no 16, o el 32%.

6. ¿Aparte de la música, qué más te gustaría que tuviera el programa?

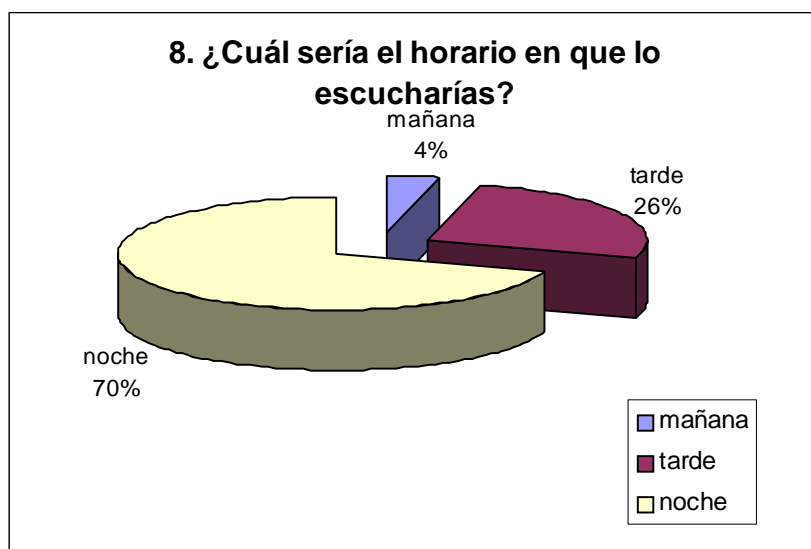


Con el fin de saber que más les gustaría que tuviera el programa, 46 jóvenes o el 92%, de manera general, nombraron algunas sugerencias como, noticias, información, comentarios, críticas, cápsulas, D.J's, regalos, entrevistas, variedad musical, locutores, diversión, y temas de interés, entre otras cosas, todo con respecto a la música electrónica. Por su parte, 4 (8%), no supieron qué contestar.

7. ¿Qué día preferirías escucharlo?



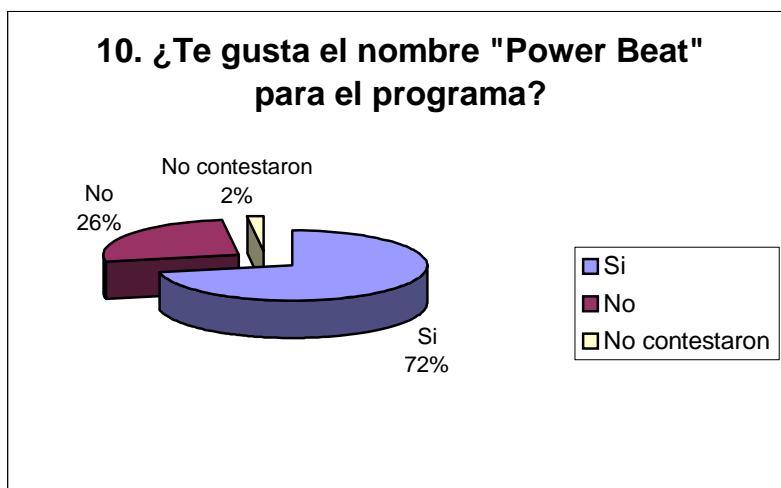
Sobre qué día les gustaría escuchar el programa, 40 personas, o sea el 80%, eligieron en fin de semana, entre viernes y sábado. El restante (20%) lo escucharían entre semana, de lunes a jueves.



El horario que preferirían escucharlo, 35 personas (70%) respondieron que en la noche, 13 personas (26%) prefieren en la tarde y sólo 2 (4%) lo harían por la mañana.



Se les preguntó, cómo les gustaría que fuera la voz del locutor, contestaron 48 jóvenes (96%) que divertida y dinámica, uno (2%) dijo que sería imponente y el restante (2%) no contestó.



Por último, se les preguntó que si les gusta el nombre *Power Beat* para el programa radiofónico; a 36 personas (72%) sí les agradó la idea, 13 (26%) dijeron que no y uno (2%) no contestó.

Una vez complementada nuestra investigación con la encuesta, los resultados obtenidos nos benefician totalmente, para echar a andar nuestro proyecto, además nos servirá para beneficiarlo y enriquecerlo. Como se demostró en las gráficas, sólo nos resta decir, que ante esta situación, es necesario que existan nuevos programas radiofónicos juveniles que cumplan las expectativas y que satisfagan las necesidades de la problemática actual de los jóvenes, brindándoles un espacio de expresión, de información y entretenimiento, alternado con música electrónica.

Por lo anterior, considero importante proponer un programa radiofónico de música electrónica mezclada para esta nueva generación de jóvenes que quieren saber más acerca de esta música y lo que pasa entorno a este movimiento del siglo XXI.

CAPÍTULO 4. DISEÑO DEL PROGRAMA “POWER BEAT”

4.1. PROTOCOLO DEL PROGRAMA “POWER BEAT”

NOMBRE Y SOLGAN:

POWER BEAT, Addictive Music

El nombre del programa es en inglés, porque en la actualidad resulta más atractivo para los jóvenes del siglo XXI escuchar este tipo de términos en su contexto, como vimos anteriormente en las encuestas aplicadas, revelan que el 72%, les gustó este nombre.* También se justifica con los distintos programas juveniles de música electrónica que han salido al aire en la radio mexicana, los cuales, su público se identificó con ellos, recordando los más importantes tenemos, *Hits Generation, Power Mix, Power Dance, Dance Track, Vox Beat, etc.*

Power Beat significa, en su traducción al español, “El Poder de las Pulsaciones Electrónicas”; o sea, lo que generan los ritmos, las cuales harán efecto en los radioescuchas para convertirlos de un estado pasivo a uno activo, donde la música y la información se inmiscuye por medio de la mente y se aventura en él a través de los sentidos.

Al igual que el nombre del programa, el slogan es en inglés por la concordancia de la lengua. *Addictive Music*, significa en su traducción al español, “Música Adictiva”, es decir, la música creará una adicción en el público juvenil, resultado de los beats que se encontrarán en constante interacción con ellos.

* Ver resultados de las encuestas. Pág. 82 - 87.

CONCEPTO:

Será un programa piloto de música electrónica mezclada que englobará distintos subgéneros, como el Psychedelic, Trance, House, Drum and Base, Techno, Progressive, Acid, entre otros, con el fin de que los jóvenes conozcan más de los ritmos electrónicos, y en general de esta música, debido a que en la encuesta realizada, les gusta al 82% la música electrónica, pero sólo la mitad tienen poco conocimiento de ella y de sus variedades musicales. Por lo que, sí le gustaría escuchar un programa de música electrónica. *Power Beat* contará con un D.J. oficial, pero, en ocasiones, se invitará a D.J's huéspedes para que armen su set en vivo.

El programa tendrá su parte hablada o temática, con un lenguaje coloquial para jóvenes, donde se dará a conocer, por sus dos conductores a lo largo de la emisión, información en torno a la música electrónica, cápsulas, que hablen acerca de los subgéneros electrónicos; historia, situación actual y representantes, D.J.'s, eventos musicales importantes, y todo aquello que tenga que ver con el ámbito.*

La cartelera de eventos será otro de los apartados que tendrá en este programa, donde se informará al público sobre los distintos raves, antros, conferencias, cursos, concursos, talleres y convocatorias que tengan lugar, principalmente, en la Ciudad de México y Área Metropolitana, además de recomendaciones a éstos.

También ofrecerá enlaces en vivo desde algún punto de la ciudad a la hora de repartir regalos o bien desde un evento de música electrónica, con el fin de recabar información y difundirla, esto ayudarán para hacer reportes informativos, reportajes, crónicas, cápsulas sobre lo que acontece en el lugar.

* Ver Anexo 2. Guiones de la Producción. Págs. 151.

Habrá entrevistas que se realizarán a personas invitadas al programa, apasionadas por la música electrónica, como D.J's, especialistas en la escena, ravers (público que asiste a los raves), etc., para que compartan sus conocimientos, experiencias y sus puntos de vista sobre el tema del día.

Por otro lado, las llamadas telefónicas, los correos electrónicos, la página web y el chat, tendrán el objetivo de mantener una comunicación estrecha entre el auditorio, el programa y sus invitados; servirá también, para otorgar obsequios al público que se recogerán en la radiodifusora, como playeras, cortesías a eventos, plumas, gorras, calcomanías, etc, los cuales se podrán ganar a través de una trivia en cualquier momento de la emisión, ésta consistirá en alguna pregunta con respecto al programa, frase o adivinanza.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA:

Power Beat, en general, estará compuesto de 2 bloques de 12 y 14 minutos cada uno, mas 4 de comerciales. Se abordar  durante todo el programa la temática del día, mediante una introducción, desarrollo y cierre, acompañado del invitado para llevarla a cabo. Dentro de los bloques habrá espacios de música electrónica mezclada, 1 por bloque, de 5 minutos cada uno, donde el D.J. oficial (Sock) o el D.J. invitado, en caso de ser programa especial, se encargará de ser la imagen o centro de atención, mediante su habilidad y talento frente a las tornamesas. Esto con la finalidad de hacer más ameno y alegre el programa.

Para este primer programa, estará de invitado D.J. Astral Beat, para cumplir con la tarea expuesta; por lo tanto, la primera emisión será un programa especial. No cambiar  en nada el concepto de *Power Beat*, sólo varía la promoción y música, que irán acorde a cada D.J. invitado. La estructura del programa será la siguiente:

El bloque uno del programa lo conforma, en primer lugar, la entrada institucional, seguida de la presentación de los conductores, que darán la bienvenida; luego, se hablará de lo que habrá durante el programa en forma de teaser, y, posteriormente, presentarán al invitado.

En segundo lugar, en forma de cortinilla, se insertará la primer cápsula informativa, “El origen de la música electrónica”, que formará parte de la introducción del tema del día, “La música electrónica”.

Después, los conductores y el invitado comenzarán con el desarrollo de la temática. Más tarde, mandarán a música y cerrarán el bloque por medio de la segunda cápsula, que hablará de uno de los D.J's famosos en la actualidad, como es “Paul Oakenfold”, y un rompecorte, para dar paso a comerciales.

Durante el programa habrá puentes musicales, rúbricas, ráfagas, rompecortes, identificativos y caretas, como parte de la producción. La música de fondo que corresponderá a la temática a tratar, es decir, siempre con una intención. La idea será mantenerla en un tercer plano, para que, el público asocie e identifique los ritmos electrónicos.

El segundo bloque del programa lo integrará un rompecorte; para regresar de anuncios, además de la tercera cápsula, que hablará del subgénero de música electrónica “Psycho”.

En seguida, los conductores mencionarán el teléfono y correo electrónico del programa, después, junto con el invitado, concluirán el tema para dar paso a la sección de la cartelera llamada “Entertainment Beat”, presentada por un patrocinador. Aquí se conocerán los eventos de música electrónica (conciertos, cursos, conferencias, convocatorias, talleres, etc.) que se llevarán a cabo en la Ciudad de México o Área Metropolitana, así como el enlace en vivo desde alguno de estos.

Esta sección estará identificada por una careta. Debemos aclarar que será un ejemplo la información de este apartado, por las fechas de los eventos que pueden no coincidir al término de esta Tesis.

Después, se despedirá el programa, darán los conductores lectura a las llamadas telefónicas y correos recibidos, así como agradecimientos y créditos. También se mencionará lo que habrá en la siguiente emisión y se enviará a música. Por último se cerrará con la salida institucional.*

Es necesario aclarar, que la participación del público, se llevará a cabo durante todo el programa por medio del teléfono en cabina, al aire, cuando se esté hablando del tema y fuera, cuando haya música.

Esto según el tiempo del programa, si es poco sólo se leerán algunas de las llamadas, así como los correos electrónicos que se reciban en el transcurso de la emisión. Para el guión piloto de este proyecto, sólo pondremos de ejemplo la lectura de llamadas al final del programa.

TEMA DEL DÍA:

Este primer programa tratará el tema del concepto “Música electrónica”, por ser la primera emisión. El objetivo particular será que el público juvenil conozca, amplíe, diversifique y este bien informado sobre la definición del término, debido a que en muchas ocasiones sólo escuchan la música, la bailan, compran discos, pero no saben qué es, cómo se compone y cómo se diferencia, por lo que es importante introducir a los jóvenes a este movimiento electrónico con nuestra primera emisión.

* Ver Anexo 1. Escaleta del Programa. Pág. 150.

Se tratará de ser lo más concreto y sencillo posible, en cuanto a la información que surge en torno. La idea es plasmar una parte de esta Tesis en el guión del programa piloto *Power Beat* (como primera emisión), sobre todo lo que corresponde a la parte de la música electrónica, y así, la investigación que se realizó se puede aprovechar para llevarla a una posible realización.

A continuación, enunciaremos algunos de los posibles temas que podrían formar parte de emisiones posteriores, fundamentadas con algunas peticiones que hicieron los jóvenes encuestados:

1.- ¿Qué son los Raves?, 2.- La historia de los D.J's, 3.- La producción de música electrónica, 4.- Paul Oakenfold y su nueva producción discográfica, 5.- La música electrónica y las drogas, 6.- ¿Qué hay de Ibiza?, 7.- Israel y el Pshychodelic Trance, 8.- D.J's mexicanos del momento 9.- Programas radiofónicos de música electrónica en México, 10.- Loveparade Berlín 2005, 11.- Loveparade México 2005, 12.- Tendencia de la música electrónica global, etc.

ESTACIÓN:

La estación elegida es Beat 100.9 FM. Es una estación nueva y propositiva, donde la mayor parte de su programación está compuesta de música electrónica, además, por su público juvenil que escucha la transmisión, el cual se encuentra entre los 17 y 21 años de edad, según NRM Comunicaciones.

Otra de las cosas es que en esta frecuencia, alguna vez se transmitió música de corte electrónico, cuando fue Código 100.9, pero desapareció de repente, y para que no se repita lo mismo, es necesario proponer un programa radiofónico innovador, con mayor producción, mejor estructura y que cuente con una temática interesante, que ofrezcan al radioescucha información, música electrónica con

variedad y recomendaciones que inviten al público a la recreación y diversión nocturna, en distintos eventos musicales electrónicos.

A pesar de que esta estación es de formato musical, creo que es conveniente un programa que combine ambos formatos, tanto musical, como hablado para variar un poco y salir de lo tradicional, donde el gancho principal será la música electrónica de cada bloque, para atraer al público, además de la información que daremos al auditorio. Por otro lado, Beat 100.9 FM, sería una estación que compita, al mismo tiempo, con el programa *Más Nescafé Radical*, en su emisión de los sábados.

DURACIÓN, PERIODICIDAD Y HORARIO:

Power Beat, tendrá una duración de 30 minutos, es tiempo suficiente para ser concretos y difundir la información tratada en el programa, así como para entretener con música electrónica al radioescucha.

Posteriormente, se estudiaría la posibilidad de alargarse a 1 ó 2 horas, porque sería lo ideal para incluir información minuciosa y más variedad de música electrónica mezclada, donde, por lo regular, los D.J's, deben de tener espacio y tiempo suficiente para armar sus sets y mostrar sus habilidades, como pasa en los raves, en los cuales, la participación de cada uno de ellos se extiende de 1 a 2 horas aproximadamente.

Por otro lado, tendrá una periodicidad semanal, los días sábados, pero en este caso, sólo nos referiremos a la primera emisión del programa piloto. El horario tentativo será de 20:00 – 20:30 horas,* según las conveniencias de los

* El horario tentativo es con el objetivo de no coincidir con los eventos de música electrónica que se dan lugar en diferentes puntos de la ciudad en fin de semana, donde, por lo regular, se llevan a cabo a partir de las 22:00 horas y 23:00 horas en su punto de mayor afluencia.

encuestados, donde el 70 % contestó que es preferible en horario nocturno y en fin de semana.

El sábado, por lo regular es un día que utilizan los jóvenes para descansar de una semana intensa de estudio y /o trabajo, pero además buscan dejar de lado el estrés que les afecta, para ello recurren a actividades de entretenimiento, diversión y recreación, donde los medios de comunicación tienen gran participación, entre ellos la radio y sus programas.

Por otro lado, de 8:00 a 8:30 de la noche, es una hora propicia, donde la mayoría de los jóvenes comienzan su vida nocturna de fin de semana, ya sea en sus casas o fuera de ellas, con sus hermanos, hermanas, primos, primas, o con amigos, y que mejor acompañados en cualquier lugar, de un programa de música electrónica mezclada, que en su parte hablada los guíe e informe de lo que pasa al respecto de esta revolución tecnológica, que se considera un fenómeno social.

OBJETIVOS:

-Mostrar al público, a través de la diversidad de subgéneros musicales e información que transmitiremos en este programa, que ha surgido un movimiento, en cuanto a música electrónica, que está en constante evolución, tanto en México como en el mundo.

-Crear un programa interactivo, que informe, comente y opine acerca de la música electrónica, pero que además invite al público al entretenimiento, a la recreación y diversión, con un concepto informativo – musical, alegre y dinámico.

-Hacer que los jóvenes de clase media y media baja, tengan mayor acceso a la música electrónica y a la información que surge en torno a ella, además de crear

una relación más estrecha con su público a través del programa, por medio de sus llamadas telefónicas dentro y fuera del aire y correos electrónicos.

FORMATO DEL PROGRAMA:

Como se mencionó anteriormente, el formato radiofónico que utilizará la propuesta *Power Beat*, será el de revista musical, definido por el autor Miguel Ángel Ortiz, y expuesto en el primer capítulo de esta Tesis. “Se caracteriza por utilizar guión, además, se puede encontrar información, opiniones, comentarios, entrevistas, encuestas, etc., pero centrado en la música”.¹

Es un formato que cumple con las necesidades de la propuesta radiofónica, para alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación.

POSIBLES PATROCINADORES:

Red Bull, Sico, Pepsi, Cerveza Sol, Bonafont, Camell, Sony, Axe, Seat, D.J.'s School, D.J. Concept, Supernova Records, Raves.com, Mix Up, Ticket Master, etc. Son productos y servicios que en la actualidad consumen o utilizan los jóvenes, en sus vidas cotidianas.

PÚBLICO:

El programa estará dirigido, como lo planteado desde un principio, a jóvenes de 18 a 20 años, de clase media y media baja, ya que es la edad ideal donde los jóvenes experimentan nuevas aventuras de entretenimiento, expresión,

¹ Ortiz M. A. Y Marchamalo J. Op. Cit.

información, diversión y recreación, que, entre otras cosas, consolidan sus preferencias, mediante una decisión, por ejemplo el descubrimiento de sus gustos por la música electrónica y su entorno.

RECURSOS HUMANOS:

Los recursos humanos constituyen la parte fundamental en la realización de un programa, de su adecuada selección dependerá la calidad del producto y el éxito del programa. Los elementos de recursos humanos se dividen en dos grupos, equipo creativo, encargado de la parte artística de la producción, y equipo operativo, conformado por los expertos en el manejo de aparatos técnicos.²

A continuación presentamos el equipo humano creativo y sus funciones que desempeñarán en la propuesta radiofónica *Power Beat*.

Productor:

El productor de *Power Beat* debe reunir ciertas características para poder llevar a cabo la propuesta radiofónica, entre ellas, ser inteligente, dinámico, responsable, con don de mando, con aptitudes, ser un excelente conocedor de su trabajo y del medio, es decir que tenga experiencia. También buena comunicación y relaciones laborales con su equipo, para lograr magníficos resultados, así como ser consistente y tener sencillez personal.

Será el responsable creativo del programa radiofónico. Planeará, seleccionará, organizará, creará y realizará la emisión. Por otro lado, coordinará los recursos humanos, técnicos y sonoros. Asignará tareas al equipo de trabajo que intervienen

² Información proporcionada por Luis Carrasco, profesor de Taller de Producción de Radio. FCP y S. UNAM, 2003.

en el programa, donde cada participante hará una labor distinta y, a la vez, complementaria.

Analizará el perfil, formato y estructura del programa; creará las rúbricas, cortinillas, puentes musicales, identificativos, rompe cortes, y demás recursos radiofónicos pregrabados que contribuyen a dar personalidad a la emisión.

Recopilará, seleccionará y montará el material obtenido por los redactores, comentaristas, colaboradores y reporteros. A partir de ellos, se obtendrán recursos sonoros (reportajes, cápsulas, crónicas, encuestas, que serán empleados en la grabación y /o transmisión del programa).

Ordenará el programa para formar la escaleta o guión del programa. Además podrá fungir como realizador, ya que es importante su labor y presencia, en las etapas de producción.

Durante la transmisión, será el encargado de administrar el tiempo y dar ritmo al programa. El productor organizará los temas y otorgará a cada uno de ellos los minutos que requieran en función de su relevancia y trascendencia.

Deberá darle las indicaciones correspondientes a los conductores para que concluyan un tema y pasen al siguiente. Señalará a los locutores el momento que se insertarán los recursos sonoros pregrabados, micrófonos, etc.

Será el responsable de los trámites administrativos, para solicitar material, música y tiempo de estudio. Se encargará de las relaciones públicas, el financiamiento del programa, salarios del equipo humano, acreditaciones para eventos, invitados al estudio, entrevistas, patrocinios y promociones para el auditorio.

Por otro lado, el productor le dará forma y espíritu al mensaje, llevará la batuta en la orquesta, compondrá el equipo de trabajo dentro y fuera de una cabina.

Asistente de producción:

Las características para la selección del asistente de producción son cualquier sexo, edad joven, con capacidad de responder y enfrentarse a la situación en caso necesario.

Conocedor de su función y la de los demás, dinámico e inteligente, ayudará al productor y será el segundo al mando, tendrá la responsabilidad de responder a lo que el productor le pida, interviniendo en un sin fin de funciones y actividades, en todas las etapas, preproducción, producción y postproducción.

La principal función del asistente en *Power Beat* será ayudar al productor a investigar el tema de cada programa, por lo que se necesita que conozca de música electrónica. Es preferente que sepa hablar inglés, para obtener un mejor resultado en la producción.

Tendrán participación eventual en la realización de alguna sección o una parte del programa. Recopilarán y redactarán la información que surja en torno al tema del día, para posteriormente, anexarla al guión. Además, será el corresponsal en los enlaces en vivo.

El asistente de producción, buscará, analizará, definirá y reforzará la información de los temas, sobre música electrónica que se lleven a cabo en el programa para su procesamiento y elaboración del guión.

Guionista:

Sólo necesitaremos un guionista en el programa, de sexo indistinto y edad joven, con experiencia en su campo de trabajo y suficiente capacidad. Su labor estará en la preproducción, pero su participación en las siguientes etapas serán de gran

ayuda para corregir los errores que vayan surgiendo. También "...la dirección puede ser asumida por el guionista", ³ porque cuenta con las facultades para hacerlo y, además, conoce a fondo la producción.

Será el encargado de estructurar o dar formato al programa, mediante la redacción de la información adquirida a través de la investigación. Tendrá la responsabilidad, junto con el productor, de lo que pase al aire, en cuanto a coherencia o sintaxis del programa.

Conductores (2):

Para esta propuesta, se requiere de dos conductores jóvenes, un hombre y una mujer, de 23 a 25 años de edad aproximadamente, debido a que es la edad cuando acaban sus estudios y llegan a ser profesionistas.

Otra características son, según la encuesta realizada que sean dinámicos y divertidos sobre todo, además de alegres, amigables, espontáneos, con facilidad de palabra, voz juvenil y que manejen un lenguaje coloquial, pero sobre todo ser conocedores del medio en el que se desenvuelven, es decir la radio, además de la música electrónica, esencia del programa.

Por eso, será necesario que sepan hablar inglés, para la pronunciación adecuada de los discos, D.J's., entrevistas, artículos e información que abunda más en esta lengua. Habrán locutores, deseable un hombre y una mujer, para que participen en la producción de cápsulas, rompecortes, rúbricas, identificativos, entradas y salidas institucionales, etc, los cuales podrían ser proporcionados por la misma emisora meta, porque cada estación tiene sus propias voces que la identifican (se discutiría este punto con la empresa, por lo que no entra en nuestro presupuesto).

³ Kaplún Mario. Op. Cit. Pág. 395.

Como su nombre lo indica, serán los encargados de conducir la emisión, o sea los que presenten, despidan, den créditos, lean información, hagan enlaces, anuncien canciones, den la hora y manden a cortes comerciales durante el programa.

Tendrán que ser personas especializadas en una o varias disciplinas, en este caso de música electrónica, capacitadas para emitir juicios u opiniones respecto a temas de interés general o social. Estará a su cargo la conducción del programa y otorgarán personalidad a éste.

Al haber dos, uno será el titular, o sea el que lleve el hilo conductor e indicaciones del productor, con base en la escaleta o guión. Para esto, se le asignará como locutor 1 al hombre y 2 a la mujer. Por otro lado, darán credibilidad y prestigio al programa, para que los radioescuchas se identifiquen con ellos.

Los conductores se caracterizan por los conocimientos que poseen, saber expresarse frente al micrófono y evitar errores de todo tipo.

Una parte del éxito de un programa puede estar sustentado en los conductores. Por lo tanto, son los personajes principales de una emisión, o sea el gancho del programa.

Según las características de los conductores, como se planteó anteriormente, deberán de ser profesionales para lograr una buena fluidez del programa, a su vez, emitirán información, comentarios y opiniones, a lo largo de éste.

Telefonista:

Se requerirá a un telefonista joven, de indistinto sexo, que tendrá la responsabilidad de las llamadas telefónicas que lleguen a cabina.

Durante la transmisión del programa se encargará de atender adecuadamente a los radioescuchas, con respeto y amabilidad, para tener una eficiente retroalimentación y respuesta favorable con su público. Además, se le pedirá al telefonista la llamada para que salga al aire en el programa e interactúe con los locutores y /o especialista del tema a tratar.

Por otro lado, tendrá la obligación de tomar los datos de cada uno de los radioescuchas, para cuantificar las llamadas y llevar un registro de éstas, que servirá para conocer mejor al público, así como sus necesidades o peticiones, inquietudes, opiniones, comentarios, etc., con respecto al programa.

También, será encargado de informar, llevar el control y dar las promociones que se lleven a cabo en alguna de las emisiones, como pueden ser cortesías o boletos para un evento, obsequios del programa; plumas, playeras, gorras, paquetes o kits, etc., entre otras cosas.

El equipo humano operativo para esta propuesta radiofónica lo integran los siguientes elementos:

Operador:

Es preferible que el operador de *Power Beat*, cuente con las siguientes características: manejo de los equipos técnicos, consola y reproductores de audio. Responsable de grabar las señales producidas dentro de la cabina, material perdurable, programas grabados o en vivo, y su transmisión.

Cuidará la calidad del material que se utilice, así como del sonido que se reciba. Deberá tener concentración en su trabajo, agilidad, para insertar voces, música y efectos, en el momento justo y plano correspondiente, para evitar errores, como

lagunas, es decir, espacios de silencio injustificados, cortes abruptos en los elementos de producción, etc.

Percibirá los errores de sonido, saturación, popeos (retumbe en el micrófono) o seseos (énfasis e la letra “s”). Por ello, seleccionará los micrófonos, según los requerimientos del programa.

Será responsable, en ocasiones, de la selección de música para ambientar textos o transiciones de tiempo. Acatará las órdenes que le haga el productor, así como a todo el equipo de trabajo, respetará los tiempos marcados y se seguirá puntualmente el guión del programa.

Cabe señalar, que a fin de cuentas el operador y otros recursos humanos te los proporciona la estación, la mayoría de las veces, al presentar un proyecto.

Musicalizador:

Necesitaremos a un musicalizador, con amplios conocimientos en el ámbito de la música electrónica, de preferencia joven y que esté en constante interacción con el ámbito.

Tendrá varias funciones para no utilizar más gente, pero será necesario en el auxilio o asistencia técnica al operador, ya que es fatigante su labor; por eso, ayudará en el trabajo de éste, pero sobre todo producirá la música para el programa, que se le haya asignado, así como los efectos que se requieran durante la emisión, los cuales estarán marcados en el guión.

D.J.:

Será uno de los talentos principales para la realización del programa, tendrá la función de armar el set de música mezclada, cuando no haya disk jockey invitado. Apoyará en la musicalización de la emisión, intervendrá en algunas decisiones de producción; además, se encargará de mantener dinámico y ambientado el programa.

Entre las características del D.J., destacan, ser joven, sexo masculino, inteligente, auténtico, versátil, con amplio conocimiento de la música electrónica, gran capacidad para empalmar, jugar y combinar ritmos musicales, aptitud y experiencia en las tornamesas y en general de su equipo técnico.

RECURSOS TÉCNICOS:

El equipo técnico de un estudio de radio está diseñado para transformar voz, música y efectos, en señales de audio, mismas que serán procesadas y enviadas al aire. Según Mario Kaplún, el estudio de radio se encuentra constituido por el área de control y área de cabina de locución, conectadas a través de una ventana con doble cristal que permite una comunicación visual entre locutores, operador y productor.

“El estudio es una sala donde están los micrófonos y donde se sitúan los que van a hablar; en la cabina se encuentran los equipos y allí se ubica el técnico operador frente a los mandos de control, como asimismo el director del programa. Puede decirse que el estudio es el área humana y la cabina el área mecánica o técnica”.⁴

⁴ Ibid. Pág. 388.

Las características físicas que deberá tener el estudio para la producción de la propuesta *Power Beat* son 3:

1. Aislamiento acústico; de paredes, puertas, ventanas, pisos, etc., para evitar la filtración de algún ruido o sonido ajeno a la producción.
2. Aire acondicionado; o sea un equipo muy sofisticado y silencio, que servirá para mantener fresca el área, tanto del lado de micrófonos, como del técnico.
3. La iluminación; debe ser clara y abundante para no afectar en las labores de los conductores y /o técnicos.

Debemos aclarar, que al estudio de radio se le tendrá que adaptar un compartimiento, o espacio para el D.J. y su equipo, donde le permita desenvolverse en la presentación de sus sets de música mezclada.

En ocasiones, los disc jockeys sólo hacen uso de su equipo digital, donde por medio de una laptop, puede hacer o reproducir su música. Por otro lado, el equipo técnico para D.J., sólo ocupa una pequeña mesa para montar los aparatos y no requiere de gran espacio.

Entre los aparatos del equipo técnico del estudio de grabación que se utilizarán en nuestra producción radiofónica están:

Aparato de grabación y reproducción de Dat (Digital Audio Tape):

Es uno de los nuevos dispositivos en el ámbito radiofónico para poder grabar y reproducir audio con gran calidad y fidelidad acústica. “Es la versión en cinta del

disco compacto, tiene la ventaja sobre los cuadros de diálogo, porque pueden usarse para grabación y reproducción”.⁵

Aparato de reproducción de CD (Compact Disc):

Son los reproductores de CD's convencionales, sólo que estos tienen otras funciones por ser profesionales, repeticiones, programación automática de tracks, inserciones de efectos, entre otras cosas. Es de gran servicio, ya que en éstos podremos sobre todo, reproducir la música que tendrá lugar en el programa *Power Beat*.

Aparato de grabación y reproducción de MD (Minidisc):

Al igual que los Dats, éstos son también utilizados en gran medida en la producción radiofónica, ya que poseen gran calidad acústica, son muy prácticos y tienen diversas funciones.

Sirven para grabar y reproducir todos los elementos de un programa, desde rompe cortes, identificativos, hasta cápsulas y programas completos, ya que su capacidad es muy amplia, debido al formato que utiliza.

Grabadora y reproductor de cassette

El reproductor de cassettes es obsoleto en este tipo de producciones, pero es un apoyo, ya que puede servir para realizar o grabar alguna entrevista dentro o fuera de cabina, entre otras cosas.

⁵ Hausman Carl, Benoit Philip, O'Donnell Lewis B. Producción en la radio moderna. Pág. 91.

Computadora para edición:

Es un elemento importante hoy en día, porque toda la producción radiofónica, al igual que la televisiva, se maneja a partir de mecanismos digitales, es decir edición no lineal, la cual no necesita ya de cintas magnéticas para su montaje. Existen distintos programas o software que utilizan las radiodifusoras para editar el audio producido en cabina, para este programa haremos uso del llamado Pro Tools, ya que es uno de los más utilizados y con mejores resultados en producción radiofónica.

Cartuchera digital:

“Casi todas las cartucheras digitales ofrecen al usuario herramientas que le permiten hacer cortes musicales, anuncios o comerciales que permanecen en *cue* para reproducirse. El locutor puede ejecutar algún comando utilizando una pantalla de contacto o el ratón”.⁶ Es una computadora, donde se pueden guardar sonidos, efectos, música, y demás componentes de la producción radiofónica o de un programa en específico, así como comerciales, promocionales, etc., para que estén a la hora que se necesiten, en el momento propicio.

Consola mezcladora digital:

“La consola sólo es un dispositivo para amplificar, enrutar* y mezclar señales de audio”.⁷ Por lo anterior, se encarga de aumentar, retener, intercalar, combinar o mezclar los sonidos que se lleven a cabo en la producción radiofónica; aquí se

⁶ Ibid. Pág. 85.

* La consola le permite al productor determinar la ruta de la señal, la puede enviar al aire o a un canal de *cue*, que permite al operador escuchar una fuente de audio sin que la señal salga al aire, además de activar o desactivarlas.

⁷ Ibid. Pág. 26.

manejan los planos sonoros, además del control de los micrófonos, sonidos, música, efectos, niveles y registro de audio.

Micrófonos (4):

Los micrófonos deben ser de tipo direccional, debido a que éste registra el sonido con calidad, en una sola dirección, y evita ruidos que estén alrededor, sin afectar la producción. Serán necesarios 4 micrófonos con estas características por el número de personas que se encontrarán en la cabina de locución.

Procesador de voz:

El procesador tendrá como finalidad, crear y modificar la voz de los locutores para ofrecer mayor variedad, atractivo y producción del programa, por ejemplo, se utilizará en la realización de la entrada y salida institucional, cápsulas, rompe cortes, identificativos, etc.

EQUIPO TÉCNICO PROFESIONAL PARA D.J.:

Mezcladora Profesional para D.J.:

Aparte de la mezcladora digital, que será exclusivamente para la producción y transmisión del programa, se necesitará de otra consola que sea profesional para mezclar el sonido que produzcan los D.J.'s en cabina. Ésta puede ser Numark, Gemini, Alde, Denon u otra marca que fabrica aparatos profesionales de este tipo.

A grandes rasgos, debe de tener las siguientes características: 4 canales o líneas de audio para CD's y Tornamesas; un canal master, ecualizador de sonidos por

canal; agudos, medios y graves; salida de grabación y amplificación; pantalla de registro de beats, salida de micrófono e indicadores de salida de audio.

Tornamesas Technics 2000 (2):

“Una tornamesa se compone de un plato, el interruptor, el control de velocidad, el mecanismo propulsor y el brazo. El brazo tiene una pastilla en el extremo. La aguja recoge vibraciones de los surcos del disco o acetato, y éstas se traducen en audio”.⁸

Son reproductores profesionales de discos, de formato distinto a los CD's, o sea de acetatos o LP (Long Play), utilizados por los Disc Jockeys. Con las tornamesas los D.J's que se presenten en la parte musical del programa *Power Beat*, podrán armar su set en cabina y poner sus habilidades y talentos a flote, para ello requeriremos de dos aparatos, que serán suficientes para el desempeño de los manipuladores de discos (D.J's).

Estos aparatos son indispensables para ellos, se puede decir que es la “materia técnica prima”, así como la música que llevan consigo. Con las tornamesas se puede *scratchear* los discos (rayar), girarlos hacia delante o hacia atrás, acelerar la velocidad, ajustar y empatar los ritmos, etc., labor que hace el D.J.

Denon:

Es conveniente que para el programa se necesite de un aparato como éste. El Denon es un nuevo equipo digital utilizado por los D.J's, donde ya no se requieren las tornamesas, ni acetatos, sino sólo CD's, los cuales se pueden manipular a

⁸ ibid. Pág. 71.

través de estos aparatos sofisticados, que incluyen un sin fin de efectos y mecanismos para su utilización.

Amplificador Crown:

Se utilizará un amplificador Crown de 1000 watts, ya que es uno de los mejores en el mercado, en cuanto a generador de potencia para audio; servirá para alimentar las bocinas que irán adentro de la cabina de locución, utilizadas por el D.J. en turno. Serán de gran ayuda para el perfeccionamiento de su rutina acústica.

Monitores JBL (2):

Son bocinas de marca prestigiada (JBL) de 1000 watts de potencia, de las cuales se hablaron anteriormente, instaladas en la cabina de locución para un mejor desempeño del D.J. y de la producción en general del programa.

Audífonos:

Es indispensable para el D.J., ya que le permite escuchar lo que está en línea o no, y lo que saldrá al aire; contribuyen en el mejoramiento de la producción radiofónica.

Crossover:

Es un aparato que dará mayor fidelidad y calidad de audio en cabina, indispensable para el D.J., porque divide y controla el sonido desde perillas, botones e interruptores, agrupándolos en agudos, medios y graves.

MATERIAL DE PRODUCCIÓN:

Dats (2) para la grabación del programa en este formato

Minidisck (2) para toda la producción del programa en fragmentos

CD's (2) para la grabación del programa, uno del productor y la copia para la estación.

CD's (4) de efectos de sonido para la producción del programa.

CD's y Acetatos de música electrónica, para estos se destinará una buena parte del presupuesto, que son parte fundamental de la propuesta radiofónica "Power Beat", es decir "el alma" del programa.

Se necesitarán un acervo muy grande de música de todos los subgéneros de electrónica, para el D.J. oficial y la producción, en caso de que la fonoteca de la estación meta no satisfaga las necesidades requeridas para nuestro proyecto. Aparte, estará el material musical de cada D.J. que trae consigo, en el caso de los invitados. Como dato adicional, se buscará patrocinio,* debido a los costos tan elevados de este concepto.

Grabadora de md digital, para entrevistas y apoyo a la producción.

Papelería, desde plumas, hojas blancas, hasta archiveros, etiquetas, ligas, etc., que se utilizan en toda producción.

Otros, se incluyen cables y extensiones para los aparatos, filtros para micrófonos, ventiladores para aparatos, cintas de aislar, por otro lado, madera, equipo de carpintería, pinturas, pegamento, para el compartimiento del D.J., etc.

* Ver Posibles Patrocinadores. Pág. 96.

4.2. GUIÓN DEL PROGRAMA “POWER BEAT”

Una vez descrita la propuesta radiofónica *Power Beat*, en los apartados anteriores, mostraremos a continuación el guión del programa piloto, que tiene como tema central el concepto de “Música electrónica”.

Debemos entender por guión, a la estructura y ordenamiento de un mensaje, en nuestro caso radiofónico. Maximiliano Maza dice que, “El guión es la expresión técnica concreta de una estructura comunicativa, que en los medios audiovisuales nos plantea una lógica, un discurso, un lenguaje, que al mismo tiempo que es innovador por sus aspectos asociados con la tecnología, hace uso de una tradición literaria”.⁹

Por su parte, el autor Marco Julio Linares, refiriéndose a programas musicales, dice: “Existen emisiones más elaboradas que requieren de guión, por la información amplia para comentarios y preguntas, cuando se cuenta con la presencia de autores, intérpretes o críticos en el momento de la transmisión”.¹⁰

La temática del programa *Power Beat* tiene los siguientes objetivos:

- Hacer que los jóvenes conozcan el concepto de “música electrónica” y su composición.
- Tratar de caracterizar los principales subgéneros de la música electrónica para que los jóvenes los identifiquen.

⁹ Maza Pérez Maximiliano, Cervantes de Collado Cristina. Guión para medios audiovisuales, Cine, Radio y Televisión. Pág. 14.

¹⁰ Linares Marco Julio. El guión. Elementos, formatos, estructuras. Págs. 43-44.

-Informar al público juvenil de los distintos eventos de este tipo de género musical, que se llevarán a cabo en diferentes puntos de la Ciudad de México y Área Metropolitana.

-Mostrar por medio de cápsulas, información de interés, que ayuden a los jóvenes a comprender mejor el fenómeno de la música electrónica.

-Difundir música electrónica de todos los subgéneros, especialmente aquellos que tienen un beat más intenso, como en los raves.

PROGRAMA: "POWER BEAT"
ESTACIÓN: BEAT 100.9 FM
DURACIÓN: 30 MINUTOS
PRODUCTOR: FERNANDO ACOSTA
FECHA: 10 DE DICIEMBRE DE 2005

BLOQUE 1

1.	<u>OP. FADE IN ENTRA A PP ENTRADA INSTITUCIONAL (20 SEG.), SE</u>	
2.	<u>LIGA CON PUENTE MUSICAL (5 SEG.), (CD 1 TRACK 6) "MARIO</u>	
3.	<u>BROS ELECTRONIC, THE MISTERY", Y BAJA HASTA FONDEAR A</u>	
4.	<u>CONDUCTORES.</u>	
5.		
6.	JERRY:	(ENTUSIASTA) ¡Buenas noches!, ¡Bienvenidos a esta
7.		primera emisión de <i>Power Beat!</i> , les saluda Jerry
8.		Villalobos; quédense con nosotros la siguiente media
9.		hora, se la van a pasar muy bien. Saludo con mucho
10.		gusto, a mi compañera que estará también al frente de
11.		los micrófonos, a lo largo de las emisiones, Nancy
12.		Salazar, ¡Hola Nancy!, ¿Cómo estás?...
13.		
14.	NANCY:	(ALEGRE)... Muy bien, gracias, emocionadísima por
15.		este primer programa. Gracias a todo el público por
16.		sintonizarnos en <i>Beat 100.9</i> de FM.
17.		
18.	JERRY:	Rápidamente, les cuento de que trata esta emisión.
19.		<i>Power Beat</i> es un programa radiofónico de música
20.		electrónica mezclada, en forma de revista musical, o
21.		sea que tendrá su parte temática y su parte musical.
22.		
23.		1-20
24.		
25.		

1.	NANCY:	(INTERRUMPE) Así es amigos, será un programa de
2.		información y entretenimiento, con relación al ambiente
3.		electrónico, donde encontrarán noticias, cápsulas,
4.		reportajes, enlaces en vivo, desde diferentes lugares,
5.		cartelera de eventos y regalos.
6.		
7.	JERRY:	(INTERRUMPE) Habrá además, una gran variedad de
8.		ritmos de música electrónica y <i>D.J's</i> que estarán
9.		mezclando y platicando en vivo con nosotros.
10.		
11.	NANCY:	Este espacio está abierto a todos nuestros
12.		radioescuchas, pueden comunicarse con nosotros por
13.		vía telefónica, mail y página web, que más adelante les
14.		daremos, para que nos hagan llegar sus comentarios,
15.		dudas y sugerencias.
16.		
17.	JERRY:	En general, así es como está compuesto el programa,
18.		esperemos que les guste y no se despeguen porque
19.		tendremos muchas sorpresas más.
20.		
21.		<u>OP. SUBE A PP PUENTE MUSICAL (3 SEG.), BAJA A FONDEAR A</u>
22.		<u>CONDUCTORES Y SE MANTIENE HASTA ANTES DE CÁPSULA 1.</u>
23.		
24.	NANCY:	(ALEGRE) Y para comenzar con esta primera emisión
25.		de <i>Power Beat</i> , hoy hablaremos del concepto de
26.		“Música electrónica”, su composición, además de los
27.		diferentes subgéneros que se han venido dando a lo
28.		largo del tiempo.

1.	<u>OP. FX RÁFAGA</u>
2.	
3.	NANCY: En nuestra sección <i>Entertainment Beat</i> conocerán los
4.	distintos eventos de música electrónica, que tendrán
5.	lugar en la Ciudad de México y Área Metropolitana.
6.	
7.	<u>OP. FX RÁFAGA</u>
8.	
9.	JERRY: Por otro lado, tenemos unas cápsulas preparadas, que
10.	serán de gran interés para esos fanáticos de la música
11.	electrónica.
12.	
13.	<u>OP. FX RÁFAGA</u>
14.	
15.	NANCY: Y por si fuera poco, nos acompañará un <i>D.J.</i>
16.	especialista, precursor de la escena electrónica,
17.	reconocido internacionalmente por su talento y estilo, el
18.	es Carlos Espinosa, mejor conocido como <i>D.J. Astral</i>
19.	<i>Beat</i> , quien compartirá sus puntos de vista,
20.	experiencias y responderá sus dudas e inquietudes,
21.	relacionadas con el tema de hoy. Además nos tiene
22.	preparada una sorpresa.
23.	
24.	
25.	
26.	3-20
27.	
28.	

1.	JERRY:	Amigos ya lo saben, esto y algo más encontrarán aquí.
2.		No le cambien, estamos en <i>Power Beat, Beat 100.9</i>
3.		FM. El teléfono en cabina es el 51 - 66 - 10 - 09, el
4.		correo electrónico para que nos escriban es
5.		powerbeat1009@nrm.com.mx y la página web es
6.		www.powerbeat.com.mx. Les recuerdo que ya está
7.		abierto el chat, conéctense para que platiquen todo lo
8.		que quieran con <i>D.J. Astral Beat</i> .
9.		
10.		<u>OP. SUBE FONDO A PP (3 SEG.) CROSS FADE ENTRA A CÁPSULA 1</u>
11.		<u>“EL ORIGEN DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA” (50 SEG.), SE LIGA CON</u>
12.		<u>RÚBRICA (5 SEG.), CROSS FADE ENTRA A FONDO MÚSICA HOUSE</u>
13.		<u>(CD 1 TRACK 2), (7MIN.), CROSS FADE MÚSICA PROGRESIVE</u>
14.		<u>(CD 2 TRACK 8), SE MANTIENE HASTA EL FINAL DEL BLOQUE.</u>
15.		
16.	JERRY:	(ALEGRE) Antes de arribar al tema de este día, vamos
17.		a darle la bienvenida a nuestro invitado, quien no lo
18.		recuerda, tocando en importantes eventos de música
19.		electrónica, como el <i>Loveparade, Aca World Sound</i>
20.		<i>Festival, Ecosistema</i> , y muchos más, el es <i>D.J. Astral</i>
21.		<i>Beat</i> . ¡Vamos a recibirlo con un fuerte aplauso!.
22.		
23.		<u>OP. FX APLAUSOS Y FX VOCES</u>
24.		
25.	D.J.:	(SORPRENDIDO) Muchas gracias por la invitación, es
26.		un honor ser el padrino de <i>Power Beat</i> , y les mando un
27.		saludo a todos nuestro amigos <i>ravers</i> que nos
28.		escuchan en cualquier lugar.

1.	JERRY:	Para comenzar hay que plantearnos la siguiente
2.		pregunta ¿Cuántas veces hemos escuchado, bailado y
3.		disfrutado la música electrónica? ¡Muchas, verdad!,
4.		¿O tú no lo has hecho Nancy...?
5.		
6.	NANCY:	(EMOCIONADA) ¡...Por su puesto!, en una fiesta, en un
7.		<i>rave</i> , en un antro, o simplemente con los amigos, en la
8.		casa, en el carro y hasta en el transporte público. Lo
9.		cierto, es que siempre gozamos y nos deleitamos al
10.		ritmo de esta música.
11.		
12.	JERRY:	(MISTERIOSO) Pero, en realidad, ¿Qué es la música
13.		electrónica?, ¿Cómo se compone?, ¿Cuántos tipos de
14.		música electrónica existen?. Quizá, nuestro público se
15.		ha preguntado esto alguna vez, sin tener respuesta.
16.		
17.	NANCY:	(INTERRUMPE) Así es, la música electrónica, es la
18.		que se crea por medios electrónicos, es cualquier tipo
19.		de producción sonora donde intervienen procesos
20.		electroacústicos en alguna de sus fases. Pero, quien
21.		mejor que <i>D.J. Astral Beat</i> , especialista en este tema,
22.		para que nos diga cómo está compuesta la música
23.		electrónica.
24.		
25.	<u>OP. ENTRAN FX SONIDOS ELECTRÓNICOS SE MANTIENEN</u>	
26.		
27.		5-20
28.		

1.	D.J.:	(ALEGRE) ¡Claro que sí!, la música electrónica, es
2.		conocida también como música electro acústica; este
3.		género musical se compone de sonidos grabados y
4.		producidos mediante generadores electrónicos, que se
5.		almacenan en una cinta magnética o en una
6.		computadora.
7.		
8.	JERRY:	(PENSATIVO)Oye, mi buen <i>D.J.</i> , y cómo está eso de
9.		que los sonidos se pueden modificar electrónicamente.
10.		
11.	D.J.:	¡Así es!, los sonidos electrónicos se pueden modificar
12.		por medio del volumen, efectos, ecos, <i>deleys</i> , timbres,
13.		mezclas, fragmentación de sonido, etc., dependiendo
14.		del gusto de cada compositor.
15.		
16.		<u>OP. SALEN FX SONIDOS</u>
17.		
18.	NANCY:	(SORPRENDIDA) ¡Qué interesante! Por otro lado, la
19.		música electrónica, forma un gran número de
20.		subgéneros, que tienen características propias.
21.		
22.	JERRY:	(EMOCIONADO) ¡Sí! En la evolución de la música
23.		electrónica se han desarrollado diversos estilos y
24.		subgéneros musicales, debido a las diferentes fuentes
25.		de los que surgen. ¿Pero, <i>D.J.</i> cómo los identificamos?
26.		
27.		<u>OP. ENTRA A 2P FX BASS Y FX PITCH, SE MANTIENEN</u>
28.		

1.	D.J.:	Lo que pasa, es que cada ritmo se caracteriza por los
2.		sonidos que lo componen, además de sus <i>beats</i> , que
3.		marcan el ritmo, los cuales pueden ser lentos o rápidos.
4.		Debemos aclarar que los <i>beats</i> son pulsaciones
5.		electrónicas, que componen este tipo de música y se
6.		miden contando el número de éstos por minuto.
7.		
8.	NANCY.:	La realidad es que entre más fuerte sea el <i>beat</i> , más
9.		atractiva resulta la música, porque dicen los expertos
10.		que estimula los latidos del corazón en el cuerpo
11.		humano, y si no pregúntenselo a nuestros amigos
12.		<i>ravers</i> .
13.		
14.		<u>OP. SALE FX BASS Y FX PITCH</u>
15.		
16.	JERRY:	¡Claro!, esto está comprobado científicamente. Pero
17.		vamos a conocer los principales subgéneros
18.		electrónicos que, al combinarse, dan lugar a otros más.
19.		Por cuestiones de tiempo no podremos hablar de
20.		todos, pero trataremos de ir definiéndolos poco a poco,
21.		en otras emisiones de <i>Power Beat</i> .
22.		
23.	NANCY:	Entre los más importantes tenemos al <i>House, Dance,</i>
24.		<i>Acid, Ambient, Break Beat, Chill Out, Drum and Bass,</i>
25.		<i>Latin, Jungle, Tribal, Dud, Techno, Progressive, Electro,</i>
26.		<i>Trance y Psycho.</i> ¿Y a ti qué ritmos te gustan <i>D.J.</i> ?,
27.		¿Cuáles son los que más utilizas cuando tocas en un
28.		<i>rave</i> ?

1.	<u>OP. ENTRA A FONDO “HOUSE IBIZA” (CD 2 TRACK 4) SE MANTIENE</u>	
2.		
3.	D.J.:	Pues fíjate Nancy, que mi favorito es el <i>House</i> , como el
4.		que tenemos de fondo, porque tiene un sonido muy
5.		padre, limpio, alegre y su ritmo es de 120 <i>beats</i> por
6.		minuto, ideal para ambientar un fiesta o un concierto,
7.		pero también me gusta el <i>Electro</i> y el <i>Progressive</i> , que
8.		son más movidos.
9.		
10.	JERRY:	Ya que estamos entrando en materia, <i>D.J.</i> ¿Podrías
11.		definirnos estos subgéneros que acabas de mencionar,
12.		para que nuestros amigos radioescuchas puedan
13.		identificarlos y no se confundan?
14.		
15.	<u>OP. CROSS FADE EN FONDO “ELECTRO LATINO” (CD 3 TRACK 7),</u>	
16.	<u>SE MANTIENE</u>	
17.		
18.	D.J.:	(AMABLE) Con todo gusto, eso que estamos
19.		escuchando de fondo es el <i>Electro</i> , nace en los 80, es
20.		una mezcla de <i>Groove</i> negro con la música electrónica,
21.		es parecido al <i>Tribal</i> , sólo que su ritmo es más
22.		acelerado; el <i>beat</i> es muy prendido y causa cierta
23.		euforia, en los distintos eventos donde se presenta esta
24.		música.
25.		
26.	JERRY:	¡Ah, muy bien!, ¿Oye <i>D.J.</i> ?, y ¿Cómo se caracteriza el
27.		ritmo <i>Progressive</i> ?
28.		
		8-20

1.	<u>OP. CROSS FADE EN FONDO “PROGRESIVE, DJ ZONE”</u>	
2.	<u>(CD 4 TRACK 2), SE MANTIENE.</u>	
3.		
4.	D.J.:	El fondo musical nos muestra un buen ejemplo. El
5.		<i>Progressive</i> , es un ritmo muy nuevo, que no tiene tantos
6.		sampleos o repeticiones de sonidos, ni vocales. El
7.		<i>Progressive</i> se basa en instrumentos auténticos, que
8.		producen melodías hipnotizantes, por el <i>beat</i> que va
9.		de 120 a 125 por minuto.
10.		
11.	TODOS:	(SORPRENDIDOS) Oh... Ah muy bien...
12.		
13.	<u>OP. SALE MÚSICA</u>	
14.		
15.	NANCY:	(INTERRUMPE) ¡Que tal!... Cambiando un poco de
16.		tema, hay regalos, son <i>kits</i> del programa que incluyen
17.		playera, pluma y calendario, para las primeras 5
18.		personas que se comuniquen. Sólo tienen que marcar
19.		a cabina 51-66-10-09 y decirnos los nombres de los
20.		tres ritmos electrónicos que nos explicó <i>D.J. Astral Beat</i>
21.		hace unos momentos.
22.		
23.	JERRY:	Está facilísimo, máquennos ya, porque se acaban
24.		
25.	NANCY:	(ENTUSIASMADA) ¿Se acuerdan de la sorpresa que
26.		les dijimos al principio del programa?, pues lo
27.		prometido es deuda.
28.		9-20

1.	JERRY:	(INTERRUMPE) Así es, Carlos Espinosa, nuestro <i>D.J.</i>
2.		invitado nos ha preparado, un set de música electrónica
3.		mezclada, exclusivamente para <i>Power Beat</i> , pero
4.		dejemos a él que nos diga lo que vamos a escuchar.
5.		¿Qué nos vas a presentar, mi buen <i>D.J.</i> ?
6.		
7.	D.J.:	Bueno, con referencia a lo que hablamos sobre los
8.		ritmos electrónicos, hemos preparado una selección de
9.		música, entre <i>House</i> y <i>Progressive</i> , de <i>D.J.'s</i>
10.		reconocidos, como <i>Paul Oakenfold</i> , <i>Paul Van Dyk</i> ,
11.		<i>Sasha</i> y <i>Deep Dish</i> , quienes integran el Colectivo
12.		Internacional <i>Global Underground</i> . Escucharemos rolas
13.		como, <i>Some one</i> , <i>We are alive</i> , <i>Trisco</i> y <i>Rapture</i> .
14.		
15.	JERRY:	(EMOCIONADO) ¡Pues vamos a escucharlas!.
16.		Esperemos que les guste a todos los amantes del
17.		movimiento electrónico. Esto es <i>D.J. Astral Beat</i> en
18.		vivo, ¡Aquí, en <i>Power Beat</i> , <i>Adictive Music</i> !
19.		
20.	NANCY:	<i>Beat</i> 100.9 FM.
21.		
22.		<u>OP. ENTRA A PP IDENTIFICATIVO (4 SEG.), ENTRA MÚSICA</u>
23.		<u>MEZCLADA Y SE MANTIENE HASTA ANTES DE CÁPSULA (5 MIN.),</u>
24.		<u>ENTRA IDENTIFICATIVO A PP A LOS 2:30 MIN (4 SEG). SE LIGA CON</u>
25.		<u>CROSS FADE CÁPSULA 2 “D.J. PAUL OAKENFOLD” (50 SEG.),</u>
26.		<u>ENTRA A PP ROMPECORTE (5 SEG.) Y SALE.</u>
27.		
28.		<u>CORTE COMERCIAL (4 MIN)</u>

BLOQUE 2

1.	<u>OP. ENTRA A PP ROMPECORTE (5 SEG.), CROSS FADE CÁPSULA 3</u>
2.	<u>“LA MÚSICA PSYCHO” (50 SEG.), SE LIGA CON RÚBRICA (5 SEG.),</u>
3.	<u>CROSS FADE MÚSICA DE FONDO, ELECTRO (CD 3 TRACK 11)</u>
4.	<u>(7 MIN.), CROSS FADE MÚSICA PSYCHO (CD 4 TRACK 3), Y SE</u>
5.	<u>MANTIENE HASTA EL FINAL DE LA EMISIÓN.</u>
6.	
7.	JERRY: (DINÁMICO) <i>O.k.</i> , ya estamos de regreso en
8.	<i>Power Beat</i> , les recuerdo el teléfono en cabina, es el
9.	51- 66 - 10 - 09 y el correo electrónico
10.	powerbeat1009@nrm.com.mx. Hemos recibido ya,
11.	algunas sugerencias y peticiones, gracias por ponerse
12.	en contacto con nosotros, ya que sin ustedes este
13.	programa no sería posible.
14.	
15.	NANCY: (INTERRUMPE) Les recordamos que pueden
16.	conectarse al chat para platicar en vivo con
17.	<i>D.J. Astral Beat</i> , quien les hablará sobre sus
18.	presentaciones, producciones discográficas y
19.	actividades que se lleven acabo dentro del ámbito
20.	electrónico.
21.	
22.	JERRY. (ENTUSIASTA) Estamos comenzando la parte
23.	complementaria del programa y para concluir con
24.	nuestro tema acerca del concepto de “música
25.	electrónica”, le damos la palabra a <i>D.J. Astral Beat</i> ,
26.	nuestro invitado especial, para que nos de sus puntos
27.	de vista y opiniones al respecto.
28.	

1.	D.J.:	Pues, para finalizar, sólo quiero decir que, debido a la
2.		tecnología y técnicas empleadas para hacer música
3.		electrónica, las divisiones o subgéneros musicales son
4.		cada vez más difíciles de diferenciar; por eso, surgen
5.		muchos estilos y ritmos hoy en día.
6.		
7.	JERRY:	¡Muy bien! <i>D.J.</i> , muchas gracias por tus comentarios, se
8.		que te tienes que ir, pero antes cuéntanos dónde te
9.		presentarás hoy.
10.		
11.	D.J.:	(ALEGRE) Voy a estar al sur de la ciudad, en un lugar
12.		llamado "V-d-más". Esto es en Calzada de la Viga,
13.		número 8, frente a una tienda de autoservicio, cerca del
14.		metro Santa Anita.
15.		
16.	NANCY:	(INTERRUMPE) Por cierto, hay 10 pases dobles,
17.		cortesía de <i>D.J. Astral Beat</i> , para, el <i>Technogeist</i> , de la
18.		próxima semana, máquennos a cabina, 51-66-10-09,
19.		para ganárselas, nos tienen que decir la siguiente
20.		clave: "La mejor música electrónica la escuchas en
21.		<i>Power Beat</i> ", y así de fácil se las llevan.
22.		
23.	JERRY:	Gracias <i>D.J.</i> por haber estado con nosotros, te
24.		dejamos que prepares tu <i>set</i> de música mezclada, y
25.		que te vaya excelente en el evento de esta noche.
26.		
27.		12-20
28.		

1.	D.J.	No, al contrario, les agradezco la invitación al programa, y a nuestros amigos que nos escuchan, sigan sintonizando <i>Power Beat</i> . ¡Gracias!
2.		
3.		
4.		
5.	JERRY:	Nancy, ¿Algo que quieras agregar?...
6.		
7.	NANCY:	Nada más decir que la música electrónica, desde mi punto de vista, se encuentra en constante evolución y en la actualidad se le considera como un movimiento, donde los jóvenes principalmente, se han venido identificando, tanto en nuestro país como en el mundo.
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.	JERRY:	(CONVENCIDO) ¡Estamos de acuerdo! Y para complementar lo que dijo Nancy, debemos decir que la música electrónica se debe gracias a los avances científicos y tecnológicos que se han dado a lo largo del tiempo. Para mí, es un fenómeno social, que quizá sea una moda o una nueva tendencia musical, pero, la verdad, es que no podemos evitarla, porque está en convivencia con la sociedad.
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		
21.		
22.		
23.	<u>OP. ENTRA A PP CARETA DE CARTELERA “ENTERTENMENT BEAT”</u>	
24.	<u>(15 SEG.). CROSS FADE MÚSICA DE FONDO (CD 5 TRACK 1) Y SE</u>	
25.	<u>MANTIENE DURANTE TODA LA SECCIÓN.</u>	
26.		
27.		
28.		13-20

1.	JERRY:	(EMOCIONADO) Hemos llegado a ¡ <i>Entertainment Beat!</i>
2.		Un espacio destinado a la difusión de eventos de
3.		música electrónica, de <i>Power Beat, Addictive Music</i> . Por
4.		cierto Héctor Morales, ya se encuentra en el <i>rave</i>
5.		<i>Global Tribe</i> , en unos momentos nos enlazaremos en
6.		vivo con él, para que nos diga lo que está sucediendo
7.		allá en el Palacio de los Deportes. Mientras tanto,
8.		Nancy nos va a informar que tenemos para el siguiente
9.		fin de semana, adelante Nancy...
10.		
11.		<u>OP. ENTRA FX DE RÁFAGA</u>
12.		
13.	NANCY:	(ENTUSIASTA)¡Claro que sí!, el próximo sábado 18 de
14.		diciembre, se presentarán los <i>D.J's, Astral Beat , Allan</i>
15.		<i>House, Chrysler, Mauricio Ponce, Sintonika, Bishop,</i>
16.		<i>Itzone</i> , entre otros más, dentro del Festival de Música
17.		Electrónica <i>Technogeist 2005</i> . Se impartirá un ciclo de
18.		conferencias y talleres, por estas personalidades,
19.		donde se hablará del tema “La música electrónica
20.		actual y su perfil hacia el futuro”. Esto empezará a partir
21.		de las 8 de la noche, en el Bosque de Tlalpan. Y el
22.		concierto comenzará por ahí de las 10 ó 10:30 pm.
23.		
24.		La entrada es totalmente gratuita, les recomendamos
25.		irse bien abrigados. Habrá 2 escenarios, una grande
26.		barra de bebidas y alimentos, 3 zonas de <i>camping</i> , y
27.		no se les permitirá entrar con armas pulso cortantes, ni
28.		mucho menos drogas.
		14-20

1.	JERRY:	¡Perfecto!, qué bueno que lo mencionas Nancy, les
2.		sugerimos a nuestros amigos que se vayan a lanzar,
3.		que tomen sus precauciones, porque va haber mucha
4.		vigilancia durante el evento. Por otro lado, lleguen
5.		temprano, para que no se pierdan ningún detalle.
6.		
7.	NANCY:	Pero si sólo quieren ir al <i>rave</i> , les recordamos que el
8.		transporte público es muy escaso a estas horas de la
9.		noche, ¡Salgan a tiempo!. Si van en carro conduzcan
10.		con precaución. Y ya lo saben “Si toman no manejen”.
11.		
12.	JERRY:	(INTERRUMPE) ¡Así es, diviértanse y bailen a más no
13.		poder, pero cuídense mucho!
14.		
15.	<u>OP. ENTRA FX DE RÁFAGA</u>	
16.		
17.	JERRY:	También el sábado, a las 10 de la noche se llevará a
18.		cabo el evento musical electrónico <i>Ecosistema 05</i> . La
19.		sede es el Parque Ecológico Xochimilco, al sur de la
20.		Ciudad. Ya están en pre venta los boletos, tienen un
21.		costo de 150 pesos; marca al Sistema <i>Ticket Master</i> ,
22.		53 - 25 - 90 - 00.
23.		
24.		
25.		15-20
26.		
27.		
28.		

1.	NANCY:	(INTERRUMPE) Pues ya lo saben, láncense por sus
2.		boletos, porque se va a poner muy bien. Tocarán <i>D.J's</i>
3.		internacionales como <i>Paul Oakenfold, Green Velvet,</i>
4.		<i>Carl Cox, Infected Mushroom, Alien Project,</i> y
5.		nacionales como <i>Klang, Coquie, Martín Parra, Vazik,</i>
6.		entre otros.
7.		
8.		<u>OP. ENTRA FX DE RÁFAGA</u>
9.		
10.	JERRY:	Para aquellos que deseen más información con
11.		respecto a estos y otros eventos les recomendamos
12.		consultar nuestra página de Internet
13.		www.powerbeat.com.mx , o también en
14.		www.raves.com.mx . Seguramente encontrarán lo que
15.		buscan.
16.		
17.		<u>OP. ENTRA A PP CARETA DE CARTELERA "ENTERTENMENT BEAT"</u>
18.		<u>(15 SEG.). SE LIGA CON FX CONEXIÓN WEB, CROSS FADE EN PP</u>
19.		<u>MÚSICA "GMS" (CD 6 TRACK 8), BAJA A FONDO, SE MANTIENE</u>
20.		<u>DURANTE TODA LA SECCIÓN.</u>
21.		
22.	JERRY:	(ENTUSIASMADO) Vamos con nuestro compañero,
23.		que se encuentra listo para darnos a conocer todos los
24.		detalles del <i>Global Tribe</i> . ¿Cómo estás Héctor?...
25.		Adelante con tu reporte.
26.		
27.		16-20
28.		

1.	HÉCTOR:	(DINÁMICO) ¡Qué tal Jerry!, ¡Hola Nancy!, Un saludo a
2.		nuestros radioescuchas. Nos encontramos en el
3.		Palacio de los Deportes, estamos transmitiendo en vivo
4.		desde el <i>Global Tribe</i> , hay mucha gente dentro y fuera
5.		del gran domo, calculamos que son aproximadamente
6.		unas 10 mil personas y siguen llegando.
7.		
8.	NANCY:	(ENTUSIASMADA)(INTERRUMPE)¡Hola, Héctor! Oye,
9.		qué recomendación les das nuestros amigos de
10.		<i>Power Beat</i> que no saben todavía que hacer para esta
11.		noche...
12.		
13.	HÉCTOR:	...O.k., pues esto apenas comienza, láncense para
14.		acá, todavía hay boletos, habrán grandes
15.		personalidades del ámbito electrónico, como <i>Abstract</i>
16.		<i>Massive</i> , <i>D.J. Skull</i> , <i>Hyperactive</i> , <i>Cookie</i> , <i>Quecho</i> ,
17.		<i>Dan Bell</i> , entre otros...
18.		
19.		Les recuerdo que, las barras de alimentos y bebidas
20.		estarán abiertas toda la noche, así como el servicio de
21.		wc, guardarropa y estacionamiento. Les aseguro que
22.		van a pasar una noche sensacional. Hace unos
23.		momentos subió al escenario <i>Green Velvet</i> y ya se
24.		imaginarán, esto se convirtió en una atmósfera
25.		eufórica, todo el público se prendió y no ha parado de
26.		bailar al ritmo de su música. Ese es mi reporte hasta el
27.		momento y seguimos al pendiente con lo que ocurra
28.		desde el <i>Global Tribe</i> .
		17-20

1.	JERRY:	(EMOCIONADO) Gracias Hectorín por tu información,
2.		¡Cuídate!.
3.		
4.	HÉCTOR:	(DINÁMICO) Sí gracias, nos vemos luego, saludos allá
5.		en el estudio.
6.		
7.	JERRY:	Estamos llegando a la recta final del programa;
8.		tenemos muchas llamadas y correos, que por
9.		cuestiones de tiempo no podremos sacarlas todas al
10.		aire, pero les agradezco su participación y espero que
11.		sigan con nosotros cada semana en <i>Power Beat</i> .
12.		(DINÁMICO) Edgar Camacho, de Venustiano Carranza,
13.		felicitó al programa y nos pide música <i>Psycho</i> .
14.		
15.	NANCY:	(DINÁMICA) Jorge Alvarado, de la Cuauhtémoc,
16.		manda un saludo a sus amigos de la Prepa 7, y felicitó
17.		al programa.
18.		
19.	JERRY:	(DINÁMICO) Janet Martínez, de Benito Juárez, dice
20.		que está padrísimo el programa; sugiere información
21.		sobre el <i>Loveparade</i> de México y Alemania, y nos
22.		envía saludos.
23.		
24.	NANCY:	(DINÁMICA) Alejandro Hernández, de Iztacalco, quiere
25.		que pongamos la rola de <i>The bell</i> , de <i>Jeff Milles</i> o algo
26.		de <i>Electro</i> .
27.		
28.		18-20

1.	JERRY:	(DINÁMICO) Lorena Valdez, de Coyoacán, manda un
2.		saludo a su novio Fernando, y felicita el programa. Pide
3.		que demos fechas de las presentaciones de
4.		<i>D.J. Astral Beat</i> .
5.		
6.	NANCY:	(INTERRUMPE) La siguiente semana se las daremos a
7.		conocer, sigan al pendiente y no se despeguen de
8.		<i>Power Beat</i> , porque habrá muchas sorpresas al
9.		respecto.
10.		
11.	JERRY:	(ALEGRE) Gracias por su participación a todos los que
12.		nos llamaron al 51- 66 - 10 - 09 y al correo
13.		powerbeat1009@nrm.com.mx, los ganadores, a partir
14.		de mañana, pueden pasar a recoger sus regalos en
15.		horas de oficina, la dirección es Insurgentes Sur 1300,
16.		Colonia Florida. (DINÁMICO) Les recuerdo que todas
17.		sus llamadas y correos van a ser tomados en cuenta y
18.		vamos a ser lo posible por complacer sus peticiones.
19.		Ya nos vamos, pero regresamos la próxima semana
20.		con más en <i>Power Beat</i> , contaremos con la presencia
21.		de <i>D.J. Allan House</i> , hablaremos de los antecedentes
22.		de la música electrónica en el mundo, tendremos
23.		cápsulas sobre <i>D.J's</i> que hicieron historia, habrá
24.		nuevos eventos en la sección <i>Entertainment Beat</i> ,
25.		obsequios y muy buena música. Esperamos que les
26.		haya gustado este primer programa; los dejamos con
27.		<i>D.J. Astral Beat</i> , y su set de música <i>Electro</i> y <i>Psycho</i> ,
28.		que por acá nos pidieron con sus llamadas.
		19-20

1.	NANCY:	(INTERRUMPE) Agradecemos a nuestros amigos que
2.		nos sintonizaron, en cualquier rincón de esta enorme
3.		Ciudad. Y para despedirnos, vamos a escuchar algo de
4.		<i>Dub Structure, Tree Suky, Infected Mushroom y GMS.</i>
5.		
6.	JERRY:	A nombre del productor Fernando Acosta y de todo el
7.		staff que hacen posible este programa, se despiden de
8.		los micrófonos...
9.		
10.	NANCY:	(INTERRUMPE) Nancy Salazar, nos vemos la siguiente
11.		semana, ¡Cuídense!
12.		
13.	JERRY:	(INTERRUMPE) Y un servidor, Jerry Villalobos,
14.		recuerden que tenemos una cita todos los sábados a
15.		las 8 de la noche, aquí en <i>Power Beat, Addictive Music,</i>
16.		por <i>Beat 100.9 FM</i> , pásensela muy bien, hasta la
17.		próxima.
18.		
19.	TODOS:	(JUNTOS) ¡Chao, <i>bye, bye!</i> ¡Cuídense!
20.		
21.		<u>OP. SUBE FONDO A PP Y SE MANTIENE HASTA EL ÚLTIMO SET DE</u>
22.		<u>MÚSICA, ENTRA IDENTIFICATIVO (4 SEG.), CROSS FADE EN PP</u>
23.		<u>MÚSICA MEZCLADA (5 MIN.), ENTRA IDENTIFICATIVO A LOS 2:30</u>
24.		<u>MIN (4 SEG.). SE LIGA CON CROSS FADE SALIDA INSTITUCIONAL</u>
25.		<u>(20 SEG.). FADE OUT.</u>
26.		
27.		20-20
28.		

Con respecto al formato del guión que se utilizó para la propuesta radiofónica *Power Beat*, debemos aclarar que diferentes autores manejan una diversidad de éstos, e incluso el Maximiliano Maza dice que “No existe un formato único para escribir guiones. Existen variables dependiendo del idioma, del país o incluso de la compañía productora. No existe un método único, ni una garantía que asegure el mejor de los guiones. La cantidad de formatos existentes en los medios informativos puede ser muy amplia”.¹¹

Entonces, no hay un guión en específico o establecido para algún tipo de programa, tanto para radio como para televisión, la verdad es que podemos elegir el más conveniente a nuestro proyecto, que nos facilite trabajo, tiempo y esfuerzo, es decir que sea claro y digerible en el equipo de producción, por eso optamos por elegir el formato guión común para este tipo de programa radiofónico, o sea, el técnico; a dos columnas. Presenta por un lado, las indicaciones técnicas al operador, como música y efectos, y por el otro, las inflexiones o usos de la voz, así como los diálogos o texto de los locutores. En pocas palabras, este formato es cómodo, manejable, sencillo y comprensible, tal como se apreció anteriormente.

Hay que aclarar que el guión, aquí, funge como un ejemplo para tener una idea de cómo se formaría y escucharía el programa, es donde se puede apreciar la estructura, temática y producción, que se propuso desde un inicio.

Por otra parte, se pensará a la hora de realizar el programa, si se facilita el uso del guión, o si sólo se requiere una escaleta.

El tiempo del programa, desde un inicio se decidió de 30 minutos, pero el tiempo real, en una radiodifusora estaría alrededor de los 26 minutos aproximadamente, por la publicidad y políticas de cada estación. Aquí, los comerciales están determinados por la programación de la estación.

¹¹ Maza Pérez Maximiliano, *Op. Cit.* Pág. 165 y 353.

Lo que se hizo, fue redondear el tiempo para presentar así nuestra propuesta, como sabemos cada hoja del guión tiene un tiempo aproximado de 1 minuto, el de *Power Beat* es de 40 segundos más o menos, por el espacio y medio de los párrafos, si son 20 hojas en total, nos da un tiempo aproximado de 13 minutos y si sumamos el tiempo de la música, producción; cápsulas, enlaces, efectos de sonido, rompe cortes, rúbricas, identificativos, puentes musicales, caretas, etc., suman alrededor de 26 minutos, mas 4 de comerciales, que por lo regular se implantan, nos dan como resultado los 30 minutos aproximadamente que se establecieron, como duración total del programa.

Al ser aceptada esta propuesta en la estación de radio a la que va dirigida (Beat 100.9 FM), se analizarían y replantearían los tiempos, siempre y cuando, sin afectar la estructura, temática y producción del programa.

Por otro lado, es importante señalar que la entrevista que se realizó al invitado en el guión piloto fue en forma de charla informativa, sólo como un ejemplo, no siempre será igual, ya que variaría con cada personalidad invitada al programa; se hizo para tener una idea de cómo se manejaría esta parte de la emisión, así como los obsequios de la estación y patrocinadores que hagamos a los radioescuchas. Por lo tanto, los nombres de los conductores, asistente, operador y personas que supuestamente participaron con llamadas, fueron escogidos al azar para interpretar también nuestra propuesta radiofónica.

4.3. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA “POWER BEAT”

El presupuesto de la propuesta radiofónica “Power Beat”, incluye el costo aproximado en pesos, de los recursos humanos, recursos técnicos; incluyendo el equipo del D.J., materiales de producción y transmisión del programa, los cuales se desglosan de la siguiente manera:

PRESUPUESTO DE LOS RECURSOS HUMANOS POR PROGRAMA:

PUESTO	COSTO \$	IVA \$	TOTAL \$
Productor	2,000	300	2,300
Asistente de producción	900	135	1,035
Guionista	1,800	270	2,070
Conductores (2)	1,800	270	2,070
	3,600	540	4,140
Musicalizador	1,300	195	1,495
Operador	1,300	195	1,495
Telefonista	350	52.5	402.5
D.J.	1,800	270	2,070
TOTALES \$	13,050	1957.5	15,007.5

PRESUPUESTO DE LOS RECURSOS TÉCNICOS POR PROGRAMA:

CONCEPTO	COSTO \$	IVA \$	TOTAL \$
Estudio de grabación x 1 hr.	1,200	180	1,380
Estudio de edición (para la postproducción del programa) x 1hr.	1,200	180	1,380
TOTALES \$	2,400	360	2,760

PRESUPUESTO DEL EQUIPO TÉCNICO PROFESIONAL PARA D.J.:

CONCEPTO	COSTO \$	IVA \$	TOTAL \$
Mezcladora	4,000	600	4,600
Tornamesas (2)	7,000 c/u	1,050 c/u	8,050 c/u
	14,000	2,100	16,100
Denon	6,500	975	7,475
Amplificador	15,000	2250	17,250
Monitores (2)	3,500 c/u	525 c/u	4,025 c/u
	7,000	1,050	8,050
Audífonos	1,000	150	1,150
Crossover	3,000	450	3,450
TOTALES \$	50,500	7,575	58,075

PRESUPUESTO DEL MATERIAL DE PRODUCCIÓN:

CONCEPTO	COSTO \$	IVA \$	TOTAL \$
Dats (2)	50 c/u	7.5 c/u	57.5 c/u
	100	15	115
Minidisk (2)	60 c/u	9 c/u	69 c/u
	120	18	138
CD (2)	10 c/u	1.5 c/u	11.5 c/u
	20	3	23
CD Efectos (4)	50 c/u	7.5 c/u	57.5
	200	30	230
CD's Música y acetatos	20,000	3,000	23,000
Grabadora md	500	75	575
Papelería	300	45	345
Otros	1,000	150	1,150
TOTALES \$	22,240	3,336	25,576

COSTO TOTAL POR PROGRAMA:

CONCEPTO	SUBTOTAL \$	IVA \$	TOTAL \$
RECURSOS HUMANOS	13,050	1957.5	15,007.5
RECURSOS TÉCNICOS	2,400	360	2,760
EQUIPO TÉCNICO PARA D.J.	50,500	7,575	58,075
MATERIAL DE PRODUCCIÓN	22,240	3,336	25,576
DERECHO DE TRANSMISIÓN	20,000	3,000	23,000
GRAN TOTAL \$	108,190	16,228.5	124,418.5

En resumen, la propuesta radiofónica *Power Beat*, tiene un costo de **\$124,418.5** por programa, que incluye, recursos humanos, recursos técnicos, equipo para D.J., material de producción y derecho de transmisión.

Con respecto al presupuesto del equipo técnico de D.J., sólo se haría el gasto una única vez, debido a que ya no se volvería a comprar equipo para cada programa, en caso de haber más emisiones. Por lo tanto, si le restamos este costo al presupuesto anterior, quedaría, después de la segunda emisión, en **\$66,343.5**, por programa, casi la mitad del costo inicial.

Debemos aclarar que este presupuesto es independiente, es decir, sin contar el financiamiento de los posibles patrocinadores, ni el apoyo de la estación meta, que podrían ayudar en los recursos humanos y técnicos, tales como, operador, musicalizador, mantenimiento, controles remotos para enlaces, camioneta de regalos, equipo para D.J., efectos especiales, música, fonoteca, entre otras cosas, que haría bajar el costo en gran medida del presupuesto secundario.

Con relación a los discos de música y acetatos, como se mencionó en apartados anteriores se buscará la manera hacer convenios con patrocinadores, en este caso disqueras o la misma radiodifusora, para solventar estos gastos que son muy elevados, razón por la que se presupuestó una gran cantidad a este concepto.

Por otro lado, los CD's de efectos, la grabadora de md y otros, también se comprarían desde un inicio, y desaparecería en presupuestos de posibles emisiones.

Es importante señalar, que este presupuesto es aproximado, ya que se obtuvo del tarifario del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), en el 2004, por lo tanto puede variar o modificarse en algunos conceptos en una radiodifusora comercial, como es Beat 100.9 FM, de NRM Comunicaciones.

CONCLUSIONES

La radio es un medio de comunicación masivo que representa la realidad a través de imágenes sonoras, es decir, es un instrumento que refleja el contexto en el que vivimos por medio de sonidos. A más de medio siglo de su aparición, este instrumento electrónico se ha sofisticado a la par de la tecnología, sabiéndose mantener aún con la invención de nuevos medios, como la televisión y la Internet. De esta forma, en nuestro país ocupa el primer lugar de audiencia, con un público muy variado.

Entre las principales funciones de la radio encontramos la de informar, educar, orientar, entretener e incluso divertir, además sus mensajes están dirigidos a un público amplio y heterogéneo.

La radio tiene sus propias características, que la hacen ser única y diferente, a los demás medios; entre estos se encuentran, su lenguaje radiofónico, sus formatos y sus géneros radio musicales. La combinación de estos elementos logran un producto radiofónico atractivo y de calidad, donde el objetivo principal es atraer al receptor mediante sus mensajes, de manera amena, entretenida, además de brindar información y fomentar la imaginación del público.

La radio, al ser un medio comprensible y versátil, en cuanto a sus programas, tiene una gran variedad de géneros y formatos: musicales, informativos, de opinión, dramatizados, misceláneos, deportivos, espectáculos, etc., enfocados a públicos con diversos gustos, intereses y necesidades que, en ocasiones, no son satisfechas del todo.

Es el caso de los programas de música electrónica, dirigidos a jóvenes que surgieron desde la década de los 90, los cuales no pudieron satisfacer las necesidades de su público, tenían carencias en la temática, estructura y producción, por eso la mayoría de ellos desaparecieron.

Por otro lado, se encontraban intereses ajenos, que fueron más fuertes que las exigencias y demandas de los receptores, como es el rating y la avaricia económica, dando paso a otras emisoras que compitieran en el mercado. Entre algunas de las involucradas se encuentran, Rock 101, Código 100.9, Radioactivo 98.5, La Sabrosita 100.9, Órbita 105.7, Beat 100.9, Reactor 105, entre las más recientes, en los últimos 10 años.

De acuerdo al análisis descriptivo realizado en este trabajo, y para dar respuesta a nuestra hipótesis planteada, se pudo comprobar que en la actualidad, programas musicales como *Más Nescafé Radical*, de Los 40 Principales y *Selecto*, de Órbita 105.7 FM, actualmente Reactor 105, no cuentan con estructuras normativas, ya que son asistemáticas y desorganizadas.

En cuanto a su producción de estas emisiones, en términos generales, es carente, con poca originalidad, desperdiciada, desordenada y, en ocasiones, no es ideal su utilización; no cuentan con un guión o escaleta que esquematicen los programas, por lo que resulta una manera mecánica y tediosa la realización.

Por lo que respecta a la temática, los dos programas no cuentan con información de interés hacia el público juvenil; todo gira en torno en la improvisación y conocimientos de sus locutores, aunque estos puedan llegar a ser falsos.

La música, es el elemento principal de estas emisiones, pero es repetitiva, se vuelve monótona y aburrida al no haber variedad de subgéneros musicales. Al parecer, no conocen, ni saben que existen un gran número de éstos, además se nota que descuidan a su público.

Podemos decir que predomina lo fácil y sencillo, se abandona la idea de cómo hacer radio en estos programas, se percibe que no se aplican los conocimientos teóricos de comunicación, porque no hay un adecuado uso del proceso comunicativo, del lenguaje radiofónico y de los elementos técnicos.

Como dice Mario Kaplún, usar la radio es técnica y arte, por lo tanto, exige a las personas que trabajan en ella, conocerla, saberla manejar, adaptarse a sus limitaciones y a sus posibilidades. Con esto afirmamos que los programas analizados en esta Tesis, se hace caso omiso a los autores y estudiosos de la radio, y en general, de los medios de comunicación.

Como nota, al finalizar esta tesis, el programa "Selector", salió del aire, así como la emisora que lo producía "Órbita 105.7 FM", para dar parte a una nueva llamada "Reactor 105", la cual cambió totalmente su programación, esfumándose como pasó con los demás programas de su tipo.

Pudimos apreciar, que los programas analizados en esta investigación, supuestamente están diseñados para jóvenes, pero no toman en cuenta sus intereses, no buscan solucionar las inquietudes y dudas de su público, porque no cuentan con una comunicación, por lo menos vía telefónica, o a través de internet, no hay comentarios del auditorio sobre lo que piensan de la emisión o de algo en particular, en concreto sólo se dedican a la trasmisión de música, lo que hace diferente a la propuesta *Power Beat*.

Los jóvenes, de acuerdo a sus características, vistas en su momento, requieren de una mayor apertura en los medios de comunicación, mediante la creación de espacios o programas que se aproximen a sus gustos y necesidades, pero sobre todo que les permitan informarse, distraerse, recrearse y expresarse libremente.

Los jóvenes, en la actualidad, han adoptado una amplia gama de valores, ideologías y formas de expresión, extraídas de la realidad cambiante, entre ellas destaca la música electrónica.

Hoy en día, en la radio mexicana, la música electrónica es un género reciente, que gusta e identifica a los jóvenes, pero no sólo es eso, trae consigo diversas actividades, tales como conciertos, talleres, exposiciones, cursos, concursos, etc.

Es un fenómeno social palpable, que en la actualidad se encuentra en constante movimiento.

Esta nueva forma de componer música es un producto de la revolución tecnológica que se ha venido dando a lo largo del tiempo, pero en realidad ¿Qué saben de ella los jóvenes? Los programas actuales de música electrónica no han dado respuesta a este cuestionamiento, y si le sumamos el análisis realizado podemos llegar a la conclusión de que no tienen la intención de difundir información, ni orientación, quebrantando así con las funciones primordiales de la radio.

De acuerdo a la encuesta aplicada a 50 jóvenes entre 18 y 20 años de edad aproximadamente, que representan un 100% de nuestro universo, se obtuvieron los siguientes resultados que dieron paso a la propuesta radiofónica *Power Beat* :

Escuchan la radio 98% de las personas, a 82% les gusta la música electrónica, 52% conocen por lo menos un ritmo de esta música, al 68% sí les gustaría escuchar un programa radiofónico de música electrónica, 92% de los jóvenes les agradecería que el programa tuviera a parte de música, secciones de interés, información, variedad musical, entrevistas, cápsulas, comentarios, regalos, entre otras cosas con respecto al ámbito.

80% preferiría escucharlo en fin de semana, entre viernes y sábado, donde el 70% lo haría por la noche. En cuanto a las voces de los conductores, les parece conveniente al 96%, que sean divertidas y dinámicas. Por último al 72% les gustó el nombre de *Power Beat* para el programa.

Por lo anterior, debido a las necesidades e intereses observadas, surge la necesidad de proponer *Power Beat*, un programa radiofónico de música electrónica mezclada, dirigido a jóvenes de 18 a 20 años de edad, de clase media

y media baja de la Ciudad de México, para una radiodifusora comercial, como es Beat 100.9 FM.

Esta estación es nueva, surge el 1 de octubre de 2004, intenta ser propositiva e innovadora, aún no se define del todo, no hay todavía locutores al aire, ni programas, sólo es música continua. Gran parte de ella es electrónica, con mayor variedad que los programas anteriores; por eso, se decidió enfocar nuestra propuesta a esta radiodifusora.

Power Beat tiene el objetivo general de informar y entretener, así como mantener una interacción constante y cercana a su público, además de difundir todo lo relacionado con la música electrónica que permitirá crear nuevos espacios en la radio que satisfagan las necesidades e intereses del público juvenil, mediante características específicas, reflejadas en la estructura, producción y temática del programa, tal como se mostró en el apartado del protocolo y sobre todo, en el guión piloto del programa.

Si bien, los programas existentes no cumplen con este propósito, *Power Beat* pretende llenar ese vacío, que tiene una audiencia deseosa por nuevos espacios de expresión, entretenimiento, información y orientación, que inviten a la diversión y recreación, con respecto a este ámbito musical. Con lo anterior, esta propuesta conjunta las funciones que deben tener los medios masivos de comunicación.

Podemos decir que es una opción más, en cuanto a programas radiofónicos para los jóvenes que quieren escuchar algo diferente, donde el gancho es la música electrónica. Al contener información de interés, entrevistas, cápsulas, cartelera de eventos y música, hace una combinación entre lo que se transmite en los programas llamados comerciales y los culturales, sólo que de una manera informal, amena y constante.

Power Beat, por ser un programa de música mezclada, busca ofrecer mayor variedad musical, entretenimiento, dinamismo y atractivo, en comparación con los programas analizados, ya que existen subgéneros electrónicos que no son aprovechados, ni conocidos por los radioescuchas, por eso decidimos arribarlos a esta propuesta.

A pesar del costo de producción que se eleva a los \$124,418.5 por programa, y sin contar el equipo de D.J., a partir de la segunda emisión a \$66,343.5, realmente se vuelve menor al hacer convenios con patrocinadores y anunciantes de productos que financien el programa, desde los recursos técnicos hasta los materiales de producción, todo dependerá de crear excelentes relaciones públicas.

Por otro lado, podemos requerir practicantes y prestadores de servicio, de la carrera de Ciencias de la Comunicación, en especial del área de producción y periodismo para apoyar en el programa y ahorrar, de esta forma, gastos en los recursos humanos, como es el caso de la recepción de llamadas telefónicas, correos electrónicos, atención a radioescuchas, promociones, cuestiones administrativas y de producción; entre ellas, oficios, fotocopias, archivos, mensajería, aparte de investigación e información, asistencia en cabina, auxilio en la elaboración del guión, cápsulas, cartelera, etc. Al mismo tiempo, pueden ir adquiriendo experiencia en este medio, indispensable en su formación profesional.

Es importante aclarar, que, a partir de nuestra hipótesis y de acuerdo con el objetivo que se planteó inicialmente para este proyecto, sólo se pensó en elaborar la propuesta radiofónica, hasta la fase de guión, pero sin la intención de venderla todavía; por lo tanto, su comercialización sería posterior a este planteamiento.

Por esta razón, únicamente se realizó un demo de 5 minutos aproximadamente, donde se plasma de forma general el concepto del programa.* Para su realización se necesitó de varias horas de trabajo dentro y fuera de cabina; no se contó con

* Ver Anexo 4. Demo *Power Beat*. Pág. 168.

ningún tipo de apoyo económico para financiar los recursos humanos, recursos técnicos y material de producción, pero se hizo lo mejor posible en presentarlo de esta manera.

Si alguna vez llegara a salir al aire *Power Beat*, con base en las llamadas telefónicas, correos electrónicos y participación del público, servirá para estudiar, evaluar, mejorar y enriquecer el programa, tomando en cuenta sus gustos y necesidades.

Para finalizar, podemos decir que vivimos en contacto de este nuevo movimiento electrónico que ha venido evolucionando y está en constante desarrollo; es por eso, que se debe tomar muy en cuenta, ya que involucra a la sociedad juvenil, es una nueva cultura que ha llegado a nuestro país y algunos de los jóvenes hemos adoptado.

La música electrónica y su entorno es un fenómeno social que está en la realidad, quizá sea una moda o una nueva tendencia musical, pero la verdad es que no podemos evitarla, porque está en convivencia con nosotros y cada vez se expande más, gracias a los medios de comunicación y, sobre todo, a la radio, que es la que difunde el sonido de esta innovación tecnológica.

Como dato adicional, se revisaron fichas de registro de tesis que existen en diferentes universidades, tanto públicas como privadas y no se encontró nada parecido a nuestra investigación.

En nuestra Facultad, sólo existe un trabajo que nos sirvió en gran medida, la cual se asemeja a nuestro tema (La música electrónica), es una Tesis de Raquel Ortiz García, llamada *El Delirio Cultural Rave en México*, que expone un reportaje acerca de los eventos de música electrónica o raves, pero se inclina más a la parte sociocultural.

En cambio, *Power Beat* no es del ámbito periodístico, sino de la Producción de Medios Audiovisuales, área terminal de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la que me desarrollé. Por lo anterior, podemos decir que nuestra propuesta representa innovación y creatividad.

Por otro lado, la recopilación de información que incluye, puede servir de apoyo y /o consulta para la comunidad universitaria en general, e incluso para cualquier estudiante o persona que necesite saber sobre el tema.

Con nuestro programa, el público tendrá un panorama más amplio con respecto a la música electrónica y lo que sucede a su alrededor, adquirirá la capacidad de escoger sus ritmos preferidos, las actividades que quiera realizar y los lugares a los que decida asistir. Por eso, esta propuesta será de gran utilidad para la juventud de la Ciudad de México y, en general de los interesados.

ANEXO 1

PROGRAMA: "POWER BEAT"
ESTACIÓN: BEAT 100.9 FM
DURACIÓN: 30 MINUTOS
PRODUCTOR: FERNANDO ACOSTA
FECHA: 10 DE DICIEMBRE DE 2005

ESCALETA

BLOQUE 1	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
Entrada Inst.	00:20	00:20
Presentación del programa/ Teaser/ Presentación invitado/ Intro Tema "La música electrónica"/Tel., mail, web, chat.	01:20	01:40
Cápsula 1: "El origen de la música electrónica"	00:50	02:30
Desarrollo Tema/ Trivia-Regalos	04:35	07:05
Música mezclada: "House y Progressive "	04:00	11:05
Cápsula 2: Biografía "D.J. Paul Oakenfold"	00:50	11:55
Rompe corte	00:05	12:00

CORTE COMERCIAL

BLOQUE 2	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
Rompe corte	00:05	00:05
Cápsula 3: "La música <i>Psycho</i> "	00:50	00:55
Teléfonos/ Conclusión Tema	02:00	02:55
Sección: "Entertainment Beat"	02:15	05:10
Enlace en vivo	02:00	07:10
Llamadas/ Despedida	02:30	09:40
Música: " <i>Electro y Psycho</i> "	04:00	13:40
Salida Inst.	00:20	14:00

ANEXO 2

GUIÓN CÁPSULA 1
“EL ORIGEN DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA”

1.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP (CD ISAAC JUNKIE, TRACK 1, SEG. 30),</u>	
2.	<u>SE MANTIENE (5 SEG.) Y BAJA A FONDO.</u>	
3.		
4.	LOC.	La música electrónica surge como consecuencia de la
5.		búsqueda y creación de nuevas formas de composición
6.		musical, a partir del advenimiento tecnológico y
7.		científico. Tiene su origen en 1951, con <i>Hebert Eimert</i> ,
8.		en Colonia Alemania.
9.		
10.		
11.	LOC.	Más tarde nacerían varios estudios de grabación e
12.		instrumentos electrónicos, que para 1953 producirían
13.		ya las primeras obras musicales de este nuevo género.
14.		<i>Schönberg, Karlheinz Stockhausen, Edgar Varese,</i>
15.		<i>John Cage, Pierre Boulez, Luigi Nono y Luciano Berio,</i>
16.		fueron algunos compositores que exploraban las
17.		interesantes posibilidades de la música.
18.		
19.		
20.	LOC.	Desde la invención de la música electrónica en Europa,
21.		su estudio se expandió por todo el mundo; Italia,
22.		Bélgica, Holanda, Suiza, Polonia e incluso Estados
23.		Unidos en el continente americano, fueron algunos de
24.		los países que se vieron involucrados en esta
25.		innovación sonora.
26.		
27.	<u>OP. SUBE MÚSICA A PP SE MANTIENE (5 SEG.) Y BAJA HASTA</u>	
28.	<u>DESAPARECER.</u>	

GUIÓN CÁPSULA 2
“D.J. PAUL OAKENFOLD”

1.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP (CD ISAAC JUNKIE, TRACK 1, SEG. 30), SE</u>	
2.	<u>MANTIENE (5 SEG.) Y BAJA A FONDO.</u>	
3.		
4.	LOC.	<i>Paul Oakenfold</i> , es un D.J. de origen Inglés, empezó en
5.		el mundo de la música trabajando para <i>Profile</i> y <i>Def</i>
6.		<i>Jam</i> . En 1988 tocaba en las grandes fiestas de <i>Biology</i> ,
7.		<i>Sunrise</i> y <i>Club Heaven</i> en Londres. Ha sido el D.J.
8.		soporte de grupos como <i>U2</i> , <i>Depeche Mode</i> y <i>Snoop</i>
9.		<i>Doggy Dog</i> .
10.		
11.	LOC.	En los últimos años, ha hecho presentaciones en
12.		diferentes puntos del mundo entre ellos el <i>Loveparade</i>
13.		de Alemania e <i>Ibiza</i> . Su estilo es mezclar <i>House</i> ,
14.		<i>Progresive</i> , <i>Psychodelic Trance</i> y <i>Drum and Bass</i> . <i>Paul</i>
15.		<i>Oakenfold</i> es uno de los D.J's productores más
16.		respetados en la escena electrónica, fue elegido como
17.		segundo mejor D.J. del mundo en 1998.
18.		
19.	LOC.	Ha hecho llegar la música electrónicaailable a toda la
20.		gente del planeta. Entre sus más recientes
21.		producciones destacan: “ <i>Paul Oakenfold</i> en <i>Ibiza</i> ,
22.		<i>Trasncept</i> y <i>Creamsfilds</i> ”. “ <i>Paul Oakenfold</i> , es uno de
23.		los grandes representantes de la música electrónica en
24.		el mundo”.
25.		
26.	<u>OP. SUBE MÚSICA A PP SE MANTIENE (5 SEG.) Y BAJA HASTA</u>	
27.	<u>DESAPARECER.</u>	
28.		1-1

GUIÓN CÁPSULA 3
“LA MÚSICA PSYCHO”

1.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP (CD ISAAC JUNKIE, TRACK 1, SEG. 30), SE</u>	
2.	<u>MANTIENE (5 SEG.) Y BAJA A FONDO.</u>	
3.		
4.	LOC.	El <i>Psychodelic Trance</i> , mejor conocido como <i>Psycho</i> ,
5.		nace a finales de los noventas, utilizando recursos
6.		auditivos representativos de la vida; desde una
7.		respiración y latidos de corazón, hasta ruidos animales
8.		e instrumentos tribales.
9.		
10.	LOC.	Los <i>hippies</i> dejaron la estela de luz sobre el horizonte y
11.		la búsqueda por la expansión llevó a los artistas a
12.		recurrir a sus raíces y escarbar en lo más profundo de
13.		sus mentes.
14.		
15.	LOC.	Músicos como <i>The Orb</i> , <i>Steve Reich</i> y <i>Brian Eno</i>
16.		fueron quienes iniciaron este movimiento, influenciados
17.		por la escena psicodélica de finales de los sesentas.
18.		
19.	LOC.	La eminente tecnología representada por grupos como
20.		<i>Kraftwerk</i> , fusionaron la psicodelia y el electro, dando a
21.		luz al <i>Goa Trance</i> , más tarde se llamaría <i>Psychodelic</i>
22.		<i>Trance</i> , caracterizado por ser un ritmo muy fuerte y
23.		rápido, que mezcla perfectamente sonidos místicos con
24.		silencios e hipnosis.
25.		
26.	<u>OP. SUBE MÚSICA A PP SE MANTIENE (5 SEG.) Y BAJA HASTA</u>	
27.	<u>DESAPARECER.</u>	
28.		1-1

GUIÓN ENTRADA Y SALIDA INSTITUCIONAL

1.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE SIRENA SE MANTIENE, DESDE EL FONDO</u>
2.	<u>ENTRA FX DE VOZ “FIVE, FOUR, THREE, TWO, ONE, IGNITION”</u>
3.	<u>(6 SEG.)</u>
4.	
5.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE SCRACH DE DISCO (2 SEG.)</u>
6.	
7.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE VOZ “HEY D.J.” (2 SEG.)</u>
8.	
9.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP CD LOVEPARADE, TECNOGEIST, TELEHIT</u>
10.	<u>2004 TRACK 7, SEG. 13, SE MANTIENE (4 SEG.), INTERRUMPE FX DE</u>
11.	<u>ESTRUENDO LÁSER (2 SEG.)</u>
12.	
13.	LOC. <i>Power Beat, Adictive Music.</i>
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	
28.	1-1

GUIÓN CARETA ENTRADA

1.	<u>OP. ENTRA A PP FX LÁSER</u>
2.	
3.	LOC. <i>Red Bull y Mix Up, presentan...</i>
4.	
5.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP CD ELECTRO LATINO TRACK</u>
6.	<u>SE MANTIENE (5 SEG.), BAJA A FONDO</u>
7.	
8.	
9.	LOC. <i>Entertainment Beat, un espacio con los mejores eventos</i>
10.	<i>de música electrónica, en Power Beat, Adictive Music.</i>
11.	
12.	<u>OP. SUBE MÚSICA A PP (5 SEG.) Y SE DESVANECE</u>
13.	
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	
28.	

GUIÓN CARETA SALIDA

1.	<u>OP. ENTRA A PP FX LÁSER</u>
2.	
3.	LOC. <i>Red Bull y Mix Up, presentó...</i>
4.	
5.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP CD ELECTRO LATINO TRACK SE</u>
6.	<u>MANTIENE (5 SEG.), BAJA A FONDO</u>
7.	
8.	LOC. <i>Entertainment Beat, un espacio con los mejores eventos</i>
9.	<i>de música electrónica, en Power Beat, Adictive Music.</i>
10.	
11.	<u>OP. SUBE MÚSICA A PP (5 SEG.) Y SE DESVANECE</u>
12.	
13.	
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	1-1
28.	

GUIÓN RÚBRICA

1.	<u>OP. ENTRA A PP FX SCRATCH DE DISCO (2 SEG.) LIGAR CON,</u>
2.	
3.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE VOZ “HEY D.J.” (2 SEG.) LIGAR CON,</u>
4.	
5.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE DISTORSIÓN DE VOZ</u>
6.	
7.	LOC. <i>Power Beat.</i>
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	
28.	1-1

GUIÓN IDENTIFICATIVO 1 Y 2

1.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE DISTORSIÓN DE VOZ</u>
2.	
3.	LOC. <i>Power Beat, a través de Beat 100.9 FM.</i>
4.	
5.	
6.	
7.	<u>OP. ENTRA A PP FX DE DISTORSIÓN DE VOZ</u>
8.	
9.	LOC. <i>Power Beat.</i>
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	
28.	
	1-1

GUIÓN ROMPE CORTES

1.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP CD CARL COX GLOBAL, TRACK 1</u>
2.	<u>(2 SEG.), BAJA A FONDO Y SE MANTIENE.</u>
3.	
4.	
5.	LOC. Estás escuchando <i>Power Beat</i> , en <i>Beat</i> 100.9 FM,
6.	regresamos.
7.	
8.	<u>OP. SE DESVANECE MÚSICA</u>
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	<u>OP. ENTRA MÚSICA A PP CD CARL COX GLOBAL, TRACK 1</u>
14.	<u>(2 SEG.), BAJA A FONDO Y SE MANTIENE</u>
15.	
16.	LOC. Estás escuchando <i>Power Beat</i> , en <i>Beat</i> 100.9 FM,
17.	continuamos.
18.	
19.	<u>OP. SE DESVANECE MÚSICA</u>
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	
28.	1-1

DEMO POWER BEAT

1.	<u>OP. ENTRADA INSTITUCIONAL A PP CROSS FADE EN PP CD 1</u>
2.	<u>BAJA A SP SE MANTIENE</u>
3.	
4.	LOC. (DINÁMICO) La música electrónica es una enfermedad
5.	contagiosa, producto de la revolución tecnológica que
6.	ataca al sector juvenil de la sociedad mexicana.
7.	
8.	<u>OP. CROSS FADE PP CD 2 BAJA A 2P SE MANTIENE</u>
9.	
10.	LOC. (DINÁMICO) Sus efectos causan síntomas como
11.	identificación, expresión y entretenimiento. Se
12.	manifiesta a través de medios de comunicación
13.	masivos, conciertos, talleres, conferencias y
14.	exposiciones.
15.	
16.	<u>OP. CROSS FADE PP CD 3 BAJA A 2P SE MANTIENE</u>
17.	
18.	LOC. (DINÁMICO) Aunque no existe cura alguna, los
19.	expertos han demostrado que es recomendable un
20.	programa de música electrónica mezclada llamado
21.	<i>Power Beat.</i>
22.	
23.	<u>OP. CROSS FADE PP CD 4 BAJA A 2P SE MANTIENE</u>
24.	
25.	LOC. La forma de administración es tomarlo cada sábado a
26.	las 8 de la noche, por medio de una dosis vía auditiva,
27.	30 minutos antes de hacer otra cosa.
28.	1-7

1.	<u>OP. CROSS FADE PP CD 5 BAJA A 2P SE MANTIENE</u>
2.	
3.	LOC. (DINÁMICO) <i>Power Beat</i> es una revista musical de
4.	información y entretenimiento, apto para jóvenes de 18
5.	a 20 años de edad, que padecen nuevas sensaciones
6.	al contacto con la música electrónica.
7.	
8.	<u>OP. ENTRA RÚBRICA POWER BEAT A PP, CROSS FADE PP CD 6</u>
9.	<u>BAJA A 2P SE MANTIENE</u>
10.	
11.	LOC. (DINÁMICO) <i>Power Beat</i> contiene en su fórmula:
12.	500 mg de música electrónica mezclada compuesta de
13.	diversos ritmos.
14.	
15.	<u>OP. ENTRA A PP MIX CD'S, IDENTIFICATIVOS Y FX SCRATCH.</u>
16.	
17.	LOC. <i>House, Progressive, Psycho, Electro, Trance, Acid,</i>
18.	<i>Drum and Base</i> , entre otros, son algunos de los
19.	géneros electrónicos que convergen en un mismo
20.	sentido auditivo.
21.	
22.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP, CROSS FADE</u>
23.	<u>IDENTIFICATIVO, CROSS FADE CD 6 A 2P SE MANTIENE</u>
24.	
25.	LOC. (DINÁMICO) 350 mg de información y entretenimiento
26.	
27.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 8</u>
28.	2-7

1.	LOC 2.	(ALEGRE) En la evolución de la música electrónica se
2.		han desarrollado diversos estilos y subgéneros, debido
3.		a las diferentes fuentes de los que surgen. Se
4.		caracterizan por sus sonidos que los componen,
5.		además de sus beats, que marcan el ritmo, los cuales
6.		pueden ser lentos o rápidos.
7.		
8.		<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 6 A 2P SE</u>
9.		<u>MANTIENE</u>
10.		
11.	LOC.	(DINÁMICO) 180 mg de <i>D.J's sets</i> y entrevistas
12.		
13.		<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 9</u>
14.		
15.	LOC 2.	A mí verdaderamente la curiosidad me está matando,
16.		mi estimado <i>D.J.</i> , en que consiste el <i>set</i> de música que
17.		has preparado para nosotros esta noche.
18.		
19.	LOC 4.	(ENTUSIASTA) En efecto <i>Jerry</i> , hemos preparado una
20.		selección de muy buena música, entre <i>House</i> y
21.		<i>Progresive</i> , de <i>D.J's</i> reconocidos, como <i>Paul</i>
22.		<i>Oakenfold</i> , <i>Paul Van Dyk</i> , <i>Sasha</i> y <i>Deep Dish</i> , quienes
23.		integran el Colectivo Internacional " <i>Global</i>
24.		<i>Underground</i> ". Escucharemos rolas como, " <i>Some one</i> ",
25.		" <i>We are alive</i> ", " <i>Trisco</i> " y " <i>Rapture</i> ". Esperemos que les
26.		guste a todos los amantes del movimiento electrónico.
27.		3-7
28.		

1.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 6 A 2P SE</u>
2.	<u>MANTIENE</u>
3.	
4.	LOC. (DINÁMICO)150 mg de enlaces y reportes radiales
5.	
6.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 10 EN 2P</u>
7.	
8.	LOC. 5 (DINÁMICO) Nos encontramos en el Palacio de los
9.	Deportes, estamos transmitiendo en vivo desde el
10.	<i>Global Tribe</i> , hay mucha gente dentro y fuera del gran
11.	domo, calculamos que son aproximadamente unas 10
12.	mil personas y siguen llegando.
13.	
14.	Esto apenas comienza, láncense para acá, todavía hay
15.	boletos, habrán grandes personalidades del ámbito
16.	electrónico y muchas sorpresas, les aseguro que van a
17.	pasar una noche fantástica.
18.	
19.	Hace unos momentos subió al escenario <i>Green Velvet</i>
20.	y ya se imaginarán, esto se convirtió en una atmósfera
21.	eufórica, todo el público se prendió y no ha parado de
22.	bailar al ritmo de su música.
23.	
24.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 6 A 2P SE</u>
25.	<u>MANTIENE</u>
26.	
27.	
28.	4-7

1.	LOC. (DINÁMICO)130 mg de cápsulas informativas
2.	
3.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 11 BAJA A 2P</u>
4.	
5.	LOC 3. (DINÁMICA) <i>Paul Oakenfold</i> , es un <i>D.J.</i> de origen
6.	Inglés, empezó en el mundo de la música trabajando
7.	para <i>Profile</i> y <i>Def Jam</i> . En 1988 tocaba en las grandes
8.	fiestas de <i>Biology</i> , <i>Sunrise</i> y <i>Club Heaven</i> en Londres.
9.	Ha sido el <i>D.J.</i> soporte de grupos como <i>U2</i> , <i>Depeche</i>
10.	<i>Mode</i> y <i>Snoop Doggy Dog</i> .
11.	
12.	En los últimos años, ha hecho presentaciones en
13.	diferentes puntos del mundo entre ellos el Loveparade
14.	de Alemania e Ibiza. Su estilo es mezclar <i>House</i> ,
15.	<i>Progresive</i> , <i>Psychodelic Trance</i> y <i>Drum and Bass</i> . <i>Paul</i>
16.	<i>Oakenfold</i> es uno de los <i>D.J.'s</i> productores más
17.	respetados en la escena electrónica, fue elegido como
18.	segundo mejor <i>D.J.</i> del mundo en 1998.
19.	
20.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 6 A 2P SE</u>
21.	<u>MANTIENE</u>
22.	
23.	LOC. (DINÁMICO) 120 mg de comentarios y sugerencias
24.	
25.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 12</u>
26.	
27.	
28.	5-7

1.	LOC 2.	(ENTUSIASMADO) Les sugerimos a nuestros amigos
2.		que se vayan a lanzar, que tomen sus precauciones,
3.		porque va haber mucha vigilancia durante el evento.
4.		Por otro lado, les recomendaría llegar temprano, para
5.		que no se pierdan ningún detalle.
6.		
7.	LOC 3.	(ENTUSIASMADA) Pero si sólo quieren ir al <i>rave</i> , les
8.		recordamos que el transporte público es muy escaso a
9.		estas horas de la noche, ¡Salgan a tiempo!. Si van en
10.		carro conduzcan con precaución. Y ya lo saben “Si
11.		toman no manejen”.
12.		
13.		<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 6 A 2P SE</u>
14.		<u>MANTIENE</u>
15.		
16.	LOC.	(DINÁMICO) 80 mg de trivias y regalos
17.		
18.		<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 13</u>
19.		
20.	LOC 2.	(ALEGRE) Hay 10 cortesías dobles, máquennos a
21.		cabina para que se las ganen, 51-66-10-09, y nos
22.		tienen que contestar, ¿El nombre real de nuestro
23.		invitado, <i>D.J. Astral Beat?</i>
24.		
25.		<u>OP. ENTRA FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 6 A 2P</u>
26.		
27.	LOC.	(DINÁMICO)Y 50 mg de eventos en cartelera
28.		6-7

1.	<u>OP. ENTRA FX SCRATCH A PP, CROSS FADE CD 14</u>
2.	
3.	LOC 2. (DINÁMICO) El sábado, a las 10 de la noche se llevará
4.	a cabo el evento musical electrónico "Ecosistema 05".
5.	La sede es en el Parque Ecológico Xochimilco, al sur
6.	de la Ciudad. Ya están en preventa los boletos, tienen
7.	un costo de 150 pesos. Tocarán D.J's internacionales
8.	como <i>Paul Oakenfold, Green Velvet, Carl Cox, Infected</i>
9.	<i>Mushroom, Alien Project</i> , y nacionales como <i>Klang,</i>
10.	<i>Coquie</i> , Martín Parra, Vazik, entre otros. Este es un
11.	evento que de verdad no pueden dejar pasar.
12.	
13.	<u>OP. SALE MÚSICA CON FX LÁSER CORTE A IDENTIFICATIVO EN PP</u>
14.	
15.	LOC. <i>Power Beat, Adictive Music.</i>
16.	
17.	<u>FX SCRATCH DE DISCO A PP CROSS FADE CD 7 A 2P SE MANTIENE</u>
18.	<u>HASTA EL FINAL</u>
19.	
20.	LOC. (DINÁMICO) El abuso, en el consumo de este producto
21.	puede causar adicción.
22.	
23.	<u>OP. ENTRA IDENTIFICATIVO COMPLETO A PP</u>
24.	
25.	<u>OP. FADE OUT.</u>
26.	
27.	
28.	

ANEXO 3**ENTREVISTA 1****Evaristo Coronel****Productor y Operador
IMER**

1. ¿A qué producción pertenece en el Instituto?

A Órbita 105.7 FM.

2. ¿Cuánto tiempo lleva en el IMER?

Que me acuerde, 15 años aproximadamente.

3. ¿Cuál es su cargo en la producción?

Soy productor y operador.

4. ¿Qué participación tiene en el programa *Selector*?

Como somos varios los productores de Órbita, sólo soy el encargado de producir las rúbricas, entradas y salidas institucionales e identificativos de este programa. Además de intervenir en ideas para el contenido.

5. ¿Cómo está estructurado *Selector*?

Selector, no tiene una estructura fija o establecida, todo el tiempo es música e intervenciones del locutor, que pueden variar según la duración de los temas musicales. No hay mayor complicación en la producción.

6. ¿Cuánto tiempo lleva al aire *Selector*?

Lleva 3 años aproximadamente que se transmite.

7. ¿ Al ser de música electrónica el programa, qué tipo de subgéneros electrónicos engloba?

Es de música electrónica en general.

8. ¿Quién financia el programa, hay patrocinadores?

No, no se puede contar con ese apoyo. Esta estación por ser de carácter permisionada, no cuenta con ningún patrocinio, sólo con el presupuesto destinado por parte del Instituto Mexicano de la Radio.

ENTREVISTA 2

Mario Juárez

**Productor y operador
IMER**

1. ¿A qué producción pertenece?

Actualmente, estoy en la producción de Órbita 105.7, pero de vez en cuando apoyo también en la producción a Opus 94.

2. ¿Cuál es su cargo en la producción actual?

Le hacemos de todo un poco, pero soy productor y operador.

3. ¿Cuánto tiempo lleva en el IMER?

Llevo aproximadamente 10 años.

4. ¿En el programa *Selector* qué cargo ocupa?

En este programa soy operador y auxiliar en la musicalización.

5. ¿Qué opina de este programa?

Es un programa que sale fuera de lo cotidiano, porque toda la programación de la estación está basada en música rock, en español e inglés, y sólo los viernes de 10 a 12 de la noche se pone música electrónica.

6. ¿El programa *Selector* cuenta con un guión o una escaleta?

El guión no tiene presencia en este programa por ser musical, carece también de escaleta, sólo se trabaja con la hoja de programación musical. Regularmente así se hace con estos tipos de emisiones.

ENTREVISTA 3

Allan Jiménez

D.J.

1. ¿Cuál es tu nombre real?

Me llamo, Allan Jiménez Castro

2. ¿Tu nombre artístico es...?

D.J. Allan House

3. ¿Por qué escogiste ese nombre?

Surge cuando empezaba a hacer fiestas en el patio de mi casa, por eso se me ocurrió ponerme Allan House o en español la casa de Allan.

4. ¿Cuánto tiempo llevas en el ámbito de la música electrónica?

Pues, ya llevo varios años, te estoy hablando desde esa época en la que hacía fiestas en mi casa, hace aproximadamente 12 años, fue en los 90 donde todos mis amigos iban y alguno que otro colado también.

Es cuando yo empezaba a tocar con una mezcladora y el estéreo de mi casa, y así poco a poco fui creciendo y creciendo, involucrándome cada vez más y más.

5. ¿Con que música empezaste a mezclar?

Empecé con el Dance que estaba muy de moda, cuando salieron grupos como Unlimit, Playa Hit, Ace of Base, Real Mc Coy, The Outhere Brothers, Molella, D.J. Pollo, Bpm Sistem, entre otros, y más tarde surgiría el Under Ground Construction, con D.J. Trajic, Wam Bam, House Blend, Masive Atack, etc. Eran los géneros que pegaban más en ese tiempo.

6. ¿Actualmente en que eventos masivos has participado?

Ya estado en varios, sobre todo en raves, en diferentes puntos de la república, los más recientes fueron en el Aca World Sound Festival 2004, en Acapulco, Gro. y en el Loveparade del 2004, que se realizó en el Monumento a la Revolución.

7. ¿Tienes algún D.J. favorito o que admires más en el ámbito?

¡Sí!, Yo, no, ya en serio, me gusta la música que hace Paul Oakenfold y Paul Van Dyk, es muy buena, tiene buen ritmo, además se han dado a conocer a nivel mundial por su talento.

8. ¿Qué subgéneros te gustan más y porque?

Está difícil la pregunta, es que todos tienen algo en especial, pero si de escoger se trata, me quedo con el House y el Progressive, por sus ritmos dinámicos.

9. ¿En tu opinión, cuál es la situación actual de la música electrónica en México?

Pienso que va en progreso, cada vez es más la gente que se involucra, creo que está en buen momento la música electrónica en nuestro país.

10. ¿Para ti, qué es la música electrónica?

Es hacer música mediante aparatos electrónicos, por eso a este tipo de música se le conoce también como música electroacústica o música por computadora.

11. ¿Qué opinas de los programas radiofónicos de música electrónica en México?

Me parecen geniales, gracias a ellos gran parte de la música electrónica se ha difundido en todo el país.

12. ¿Cuál crees que sea la proyección de la música electrónica en un futuro?

Interesante pregunta, creo que la música electrónica ha comenzado un proceso de globalización mundial, que se puede apreciar ya, en las grandes ciudades. A México ya llegan muchas producciones musicales extranjeras, que si bien están a

muy altos los precios, pero poco a poco se volverá un mercado accesible para todo el público.

ENTREVISTA 4

Carlos Espinosa

D.J.

1. ¿Cuál es tu nombre real?

Mi nombre es Carlos Espinosa García

2. ¿Tu nombre artístico es...?

D.J. Astral Beat

3. ¿Por qué escogiste ese nombre?

Nace de una idea muy viajada, con el nombre Astral Beat hacemos alusión a un sonido que va más allá de nuestro entorno, algo espacial, cósmico, que implica tecnología, innovación y vanguardia.

4. ¿Cuánto tiempo llevas en el ámbito de la música electrónica?

Tengo ya 10 años en el ámbito electrónico, siempre me gustó mucho la música Underground de Chicago, como House Blend, The Three Friends, D.J. Trajic, Wam Bam, etc.

5. ¿Cuál es el inicio de tu carrera artística?

Fue cuando empecé a ir las tardeadas con mis amigos de la escuela, íbamos a discotecas, porque hasta hace 10 años no se les decía antros, y me empezó a llamar al atención eso de la mezclada y D.J's., porque me daba cuenta cómo movían y prendían a la gente con su música.

Comencé descomponiendo las grabadoras de mi casa porque no eran aparatos para mezclar, pero yo trataba de empatar los ritmos de mis casets. Más tarde ahorré dinero para comprarme dos tornamesas y una mezcladora pequeña, los conectaba a mi estéreo y practicaba con los acetatos.

Poco a poco fui dándome a conocer hasta que concursé en D.J's School, gané el segundo lugar a nivel nacional, conseguí trabajo allí y me preparé cada vez más. Después tuve contactos con colectivos, me invitaban a tocar en los raves, también para hacer producciones, programas radiofónicos y un sin fin de proyectos.

6. ¿Sabes cuántos subgéneros de música electrónica existen?

Son muchos, no tengo el dato exacto, lo que pasa es que los subgéneros electrónicos se han ido combinando, generando a su vez más y si le sumamos los nuevos aparatos electrónicos generadores de sonidos, imagínate cuántos no siguen surgiendo. Yo conozco alrededor de 50 ó 60.

7. ¿Cómo eliges a un subgénero electrónico musical?

En primer lugar por sus sonidos y por otro lado por su ritmo. Entre más fuerte sea el beat, más atractiva resulta la música, ya que estimula los latidos del corazón en el cuerpo humano.

8. ¿Qué subgéneros te gustan más y porque?

En la actualidad, me agrada mucho lo que está de moda, por ejemplo el Tribal, Electro, Psycho, por el simple hecho de estar a la vanguardia, además que son ritmos muy pegajosos y prendidos.

9. ¿Actualmente en que eventos masivos has participado?

He estado en el Ecosistema, Chemical Crew, Aca World Sound Festival, Loveparade, Global Tribe, Acid City, Cosmic Love, etc.

10. ¿Tienes algún D.J. favorito o que admires más en el ámbito?

Son varios, pero los favoritos son Jeff Milles, Carl Cox, Green Velvet, GMS, Dark Soho e Infected Moushroom. Son muy especiales en escena, ofrecen un gran espectáculo y música muy intensa.

11. ¿Qué opinas de los programas radiofónicos de música electrónica en México?

Son una excelente opción porque casi no hay mucha difusión de la música electrónica en los medios de comunicación. Creo que deben abrirse más espacios para este movimiento, debido a que es mucha la gente que le gusta este tipo de música.

12. ¿Cuál crees que sea la proyección de la música electrónica en un futuro?

Creo que la música electrónica esta pasando por un gran momento en nuestro país y se está expandiendo en todo el territorio. Hasta en las regiones que era muy fuerte el gusto de lo tradicional, cómo las costas, están dejando entrar este tipo de música y cada vez la juventud se identifica más con ella.

ANEXO 4**CUESTIONARIO MUESTRA**

Nombre: _____

Edad: _____

1. ¿Escuchas la radio? SI _____ NO _____

2. ¿Te gusta la música electrónica? SI _____ NO _____
(En caso de que no pase a la pregunta num.5)

3. ¿Qué tanto sabes de la música electrónica?

a) Mucho b) Regular c) Poco d) Nada

4. Menciona algunos ritmos de música electrónica

5. ¿Te gustaría escuchar un programa radiofónico de música electrónica?

SI _____ NO _____

6. ¿A parte de la música, que más te gustaría que tuviera el programa?

7. ¿Qué día preferirías escucharlo?

8. ¿Cuál sería el horario en que lo escucharía?

9. ¿Cómo te gustaría que fueran las voces de los conductores del programa?
(Marca más de una)

a) Seria b) Divertida c) Imponente d) Dinámica

10. ¿Te gusta el nombre "Power Beat" para el programa? SI _____ NO _____

BIBLIOGRAFÍA

- AGUADO CRUZ, Eduardo Fernando. “Sale y Vale, propuesta radiofónica infantil para niños de 8 a 10 años de edad”. Tesis de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación. UNAM, FCP y S. México, 2000. Págs. 76-97.
- ARHEIM, Rudolf. Estética Radiofónica. Gustavo Gili. Barcelona, 1980. Pág. 123.
- BAENA PAZ, Guillermina. Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill. México, 1991.
- BAENA PAZ, Guillermina. Tesis en 30 días. Editores Unidos. México.
- BAKLE H., HAROLDSEN, Edwin O. Una taxonomía de conceptos de comunicación. México, 1988. Pág. 35.
- BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Cátedra. España, 1994. Págs.13-16.
- BENNETT, Roy. Léxico de la Música. Akal Diccionarios para la enseñanza. Edit. Akal Ediciones. Móstoles, Madrid, 2003. Traducción de Bárbara Zitman. Pág. 128.
- BRUNEAU J. Thomas. Le silence dans la communication. Artículo en Communication et langages, 4| trimestre 1973. Págs. 5-14.
- CABEZAS, Esteban Antonio. Hacia una definición de la radio educativa. CIESPAL. Quinto. Pág.30.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. La mediación técnica de la información radiofónica. Mitre. Barcelona, 1983. Pág. 172.
- COLLINS. Diccionario. Inglés-Español. Grijalbo. México, 1999. Pág. 26.
- DE ANDA Y RAMOS, Francisco. La radio. El despertar del gigante. Trillas. México, 2003. Pág. 437.
- DE CHAMBURE, Alain. La música. Los hombres, los instrumentos, las obras. Edit. Planeta S.A. Calvet. Barcelona, 1973. Tomo II. Pág. 43.
- DE FLEUR, M. L., BALL ROKEACH S. Teorías de la comunicación de masas. Paidós Comunicación. México, 1987. Pág. 29.
- “De joven a joven. Espacio de diálogo y reflexión. Una experiencia de servicio telefónico”. Locatel, Secretaría de Desarrollo Social. Noviembre de 2000. Pág. 28.
- ECO, Humberto. Cómo se hace una tesis. Gedisa editorial. Barcelona, 2003.

- Enciclopedia Encarta. 2001.
- HEIMERT, Hebert. ¿Qué es la música electrónica? Nueva Visión. Buenos Aires, 1973. Pág. 21.
- HOLSTI, Berelson. Análisis de contenido. UNAM, F.C.P. y S. México, 1984. Pág. 35.
- HUSMAN Carl, BENOIT Philip, O' DONNELL LEWIS B. Producción en la radio moderna. Thomsom. México, 2000. Págs. 71-91.
- KAPLÚN, Mario. Producción de programas de radio. El guión y la realización. Cromacolor, 1994. Págs. 47-395.
- LANZA, Andrea. Historia de la Música 12, El Siglo XX. Tercera parte. Edit. Turner Música. Italia, 1980. Págs. 116-127.
- Ley de las y los Jóvenes del Distrito Federal. Gaceta Oficial del Distrito Federal. julio de 2000.
- LINARES, Marco Julio. El guión. Elementos, formatos, estructuras. Pearson Educación. México, 1998. Págs. 43-44.
- Los jóvenes en la Ciudad de México. Gobierno del Distrito Federal, Secretaría de Desarrollo Social. Julio, 1999. Pág. 3.
- MALMSTRÖM, Dan. Introducción a la música del siglo XX. F.C.E. México, 1977. Pág. 185.
- Manual de Capacitación de la Campaña: "Amor es sin violencia", para la prevención de los noviazgos violentos. Gobierno del Distrito Federal, Instituto de la Juventud del D.F. Págs. 19-22.
- MAZA PÉREZ, Maximiliano, Cervantes de Collado, Cristina. Guión para medios audiovisuales, Cine, Radio y Televisión. Pearson Educación. México, 1994. Págs. 14-353.
- MAEIONIS Y PLUS. "Sociología", "Los medios de comunicación". Cap. 21. Prenlice – Hall. México-Madrid, 1999. Pág. 574.
- MC. QUAIL, Denis. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Paidós. Barcelona, 1979. Págs. 20-23.
- MERAYO PÉREZ, Arturo. Para entender la radio. Estructura de proceso informativo radiofónico. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. 1992. Pág. 123.

- ORTIZ GARCÍA, Raquel. Delirio cultural rave en México. Tesis de Lic. En Ciencias de la Comunicación. FCP y S. UNAM, 2002. Págs. 5-20.
- ORTIZ, Miguel A. Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas. Paidós. Barcelona 1995. Págs. 149-169.
- ORTIZ, M. A. Y Marchamalo, J. Técnicas de comunicación en radio. Paidós. Barcelona, 1994. Pág. 85.
- PRADO, E. Estructura de la información radiofónica. ATE. Barcelona, 1981. Pág. 27.
- PAVÓN SARRALANGUE, Raúl. La electrónica en la música... y el arte. INBA-SEP. CENIDIM. México, 1981. Págs. 134-135.
- ROMO, Cristina. La otra radio, voces débiles, voces de esperanza. IMER, 1990. Págs. 4-25.
- SALCEDO GUTIÉRREZ, Ma. Guadalupe. Tesis de licenciatura "La radio juvenil mexicana, Un espacio vacío". UNAM, F.C.P. y S. México, 1998. Pág. 20-39.
- SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. Antología Textos de Estética y Teoría del Arte. UNAM. México, 1982. Págs. 421-422.
- SICILIA GARCÍA, Liliana. Tesina de licenciatura en comunicación: "Dialogar con adolescentes... y sobrevivir en el intento comunicativo". UNAM, F.C.P. y S. México, 2003. Pág. 58.
- SORIANO ROJAS, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Edit. Plaza y Baldes. México, 1998.
- STEFANI, Gino. Comprender la música. Paidós, Colección dirigida por Umberto Eco. Barcelona, 1985. Págs. 18-20.
- VILAR, Josefina. El Sonido de la Radio, ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. UAM, IMER, Plaza y Janés. México, 1988. Pág. 48-186.
- VITORIA, Pilar. Producción Radiofónica. Técnicas Básicas. Trillas. México, 2001. Pág. 23.
- WRIGHT, Charles R. Análisis Funcional y Comunicación de Masas, de Morgas. Sociología de la Comunicación de Masas. Vol.2. Gustavo Gili. Barcelona, 1986. Págs. 65-67.

HEMEROGRAFÍA:

- El Financiero. Opinión. 1o. de diciembre de 1996. Pág. 14.
- INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000.
- Instituto Mexicano de la Radio. Hoja de programación musical. Agosto 2004.
- La Jornada. Espectáculos. Lunes 29 de marzo de 2004. Pág. 7 a.
- Milenio. ¡Hey! Domingo 28 de marzo de 2004. Pág. 11.
- Pulse Latino. Tower Records. Junio, 1998. Pág. 32-40.

CIBERGRAFÍA:

- www.djsschool.com.mx. Visita realizada en septiembre de 2004.
- www.imer.com.mx. Visita realizada en septiembre de 2004.
- www.loveparade.com. Visita realizada en septiembre de 2004.
- www.esmas.com/masnescafe/home. Visita realizada en octubre de 2004.
- www.esmas/vox.com. Visita realizada en octubre de 2004.
- www.etcetera.com.mx. Visita realizada en octubre de 2004.

ENTREVISTAS:

- Entrevista a D.J. Allan House, realizada en agosto del 2004.
- Entrevista a D.J. Astral Beat, realizada en agosto de 2004.
- Entrevista a Mario Juárez, productor y operador del IMER, realizada en agosto de 2004.
- Entrevista telefónica a Alejandro Franco, locutor del programa *Más Nescafé Radical*, realizada en septiembre de 2004.
- Entrevista a Evaristo Coronel, productor y operador de *Órbita 105.7 FM*, realizada en octubre de 2004.