

Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Unidad de Educación Continua

**RADIO USB: TALLER-ESTACIÓN DE RADIO PARA JÓVENES Y ADOLESCENTES**

Tesina que presenta  
Salvador Eguiarte Díaz González  
Para obtener el grado de  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora: Dra. Elvira Hernández Carballido

Mayo 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.



***A Eduardo Nieto Viviani***

*cuyo ejemplo*

*constituye la mejor forma*

*de aliento y motivación.*



Agradecimiento especial para Yanzi:

Sin ti no lo hubiera logrado. Me inspiraste, me apoyaste, y sobre todo, fuiste más allá del cumplimiento del deber.

Gracias a:

Yanzi y Paulina > Papá y Mamá > Rul, Kara y Tanya > Abuelito > Tío, Tía y Ale > Luis, Mélissa y Mia > Osa Goga > Miguel, Nany, Annie y Monch > Bul, Lei y Elí > Oso > Tío Alan, Tía Paty, Alan y Daniela > Tío Luis, Tía Silvia y Rodrigo > Juancarlos y Rita > Todos los DG's y agregados culturales

La familia no cambia, aunque algunos nos hagamos los licenciados.

Idilio y Maruca > Joyce > José Luis y Charito > Raúl (San Ingeniero), Eugenia, Raúl y Dany > Erick, Gloria y Rebeca > Edy, Cristina, Tania, Edy Chiquito y Jonathan > Robert y Pera > Raúl, Mony y Camila > Eddy y Jaz > Alex, Miriam, Sofía y Camila > Paco, Lore y Loreli > Rol, Ale y M&M > Dany, Vane, Isaac y Abi > Ramir (Yo! Big-Boy), Tatiana y Oliver > Gerardo, Sam, Mayafer, Chiquis, y Gerardito > Héctor, Adri y Val

Mi otra familia, la que no va a pasar, a pesar de todo.

Elvira:

Lograste lo imposible... un licenciado más.

Mi Rey, Señor, Redentor y Amigo, Jesús

Te amo.

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	11
Taller-Estación de Radio.....	11
Jóvenes y Adolescentes ('Nueva Generación') .....	11
Radio USB.....	12
'Nueva Generación'.....	13
Esquema de la tesina.....	14
Capítulo uno.....	15
Wilbur Schramm y el proceso comunicativo.....	16
Proceso general.....	16
Incertidumbre.....	16
Capacidad.....	17
Redundancia.....	17
Sintonización.....	18
Campo de experiencia.....	18
Campo común.....	19
Signos, señales y significados.....	19
La respuesta individual.....	19
Un proceso que no termina nunca.....	20
Retroalimentación o retroinformación.....	20

Efectos.....	21
Comunicación masiva.....	22
Fuentes.....	22
Destinatarios .....	23
Retroalimentación.....	23
El secreto.....	24
Efectos de la comunicación masiva.....	25
Conclusión.....	27
¿Y cómo lo aplica Schramm? .....	28
Sistemas.....	28
Seres vivos y sociedad.....	29
Estructura-función.....	29
‘Homeostasis’ social.....	30
Desarrollo del sistema gracias al proceso, contra: desarrollo del proceso gracias al sistema.....	31
Conclusión.....	32
La relación entre los conceptos de Schramm y el grupo ‘Nueva Generación’ .....	33
Nuestro sistema: Nueva Generación, un grupo de jóvenes y adolescentes.....	34
Estructura.....	35
Función.....	37
Proceso.....	38
Campo de experiencia.....	39
Campo común.....	39

Fuente y destinatario.....	40
Conclusión.....	40
Capítulo dos.....	43
El discurso radiofónico.....	44
Programación radiofónica.....	46
Y qué significa ser joven.....	47
La radio y la juventud.....	55
Capítulo tres.....	59
Radio USB: Taller-Estación.....	59
Objetivo del Taller-Estación.....	59
Temario.....	59
Estrategias.....	61
Modalidad de Taller.....	61
Etapas.....	62
Procedimiento.....	62
Programa de sesiones.....	63
Sesión 1: Las reglas del juego.....	63
Sesión 2: Mi primer guión.....	66
Sesión 3: Primeros pasos.....	69
Sesión 4: Listo para el fogón.....	73
Sesión 5: Cocinar a fuego lento.....	75
Sesión 6: Darle vuelta en la cacerola.....	79

Sesión 7: Casi listo.....	82
Sesión 8: Mi primer programa musical.....	85
Sesión 9: Un solito insólito.....	89
Sesión 10: Una nueva receta.....	94
Sesión 11: Manos a la obra (ver guión anexo y escuchar grabación anexa).	97
Sesión 12: Cocinar sobre la mesa y degustar de inmediato (La Japonesa)..	101
Conclusión.....	107
Anexo 1 (guión Programa Xtremo Radical número 4).....	109
Fuentes.....	127

## INTRODUCCIÓN

### **Taller-Estación de Radio**

Para este proyecto de investigación se entiende que un taller-estación de radio es un grupo de personas dirigido por un facilitador, o un grupo de facilitadores, que se dedican a estudiar de forma teórica la radio, su lenguaje, sus técnicas y sus procedimientos de producción. Y que a la par, en el mismo momento, ponen en práctica lo aprendido.

Una parte esencial del quehacer radiofónico es grabar y transmitir lo que se haya desarrollado, por lo tanto, las personas que conforman el taller-estación se organizan como si fueran una estación de radio para cumplir con este fin y realmente transmitir sus programas a determinado público: los jóvenes y adolescentes de 'Nueva Generación'.

### **Jóvenes y Adolescentes ('Nueva Generación')**

Los jóvenes y adolescentes a los que se hace referencia son las personas de 12 a 26 años, solteras, que actualmente (primavera-verano 2004) forman parte del grupo 'Nueva Generación' de la asociación civil 'Familia y Amistad' en la ciudad de México.<sup>1</sup> Este grupo de jóvenes denomina "adolescentes" a las personas solteras

---

<sup>1</sup> Todos los nombres se han cambiado para conservar el anonimato de la institución estudiada y de las personas que la conforman con el fin de mantener su privacidad. Las razones por las que escogimos este grupo las explicamos dos apartados más adelante. Y el perfil de estos jóvenes se aborda con mayor amplitud en el primer capítulo.

de 12 a 18 años, y “jóvenes” a las personas solteras de 19 a 26 años; la edad es la única característica de diferenciación.

## **Radio USB**

Se escogió el nombre de Radio USB ya que las siglas hacen referencia al puerto serial de conexión universal de las computadoras compatibles con las plataformas Macintosh, Unix e IBM. La metáfora es que el taller-estación tiene la meta de servir como puerto de conexión directa universal entre los jóvenes de ‘Nueva Generación’.

Se escogió el radio porque:

- Es el medio al que más acceso tienen los jóvenes de las edades mencionadas. Como dice McLuhan: “El joven se aparta del grupo de la televisión para acudir a su radio propia”.<sup>2</sup>
- Los jóvenes escuchan radio al mismo tiempo que llevan a cabo otras actividades. Por lo que en la estructura de la reunión sabatina del grupo ‘Nueva Generación’ es el medio que mejor se acomoda a su dinámica, ya que los muchachos lo pueden disfrutar sin tener que dejar de hacer otras cosas.
- Entre los medios de comunicación que les llaman la atención a los jóvenes, el radio es el más económico y sencillo de poner a funcionar.

Aunque el radio es el medio que más utilizan los jóvenes, existen pocos programas y estaciones que aprovechen la circunstancia para hacer hablar a los

---

<sup>2</sup> Marshall McLuhan; *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*; Diana; México; 1973; p. 375

muchachos que los escuchan. La gran mayoría de lo que se escucha es contenido noticioso o de entretenimiento. Faltan contenidos que integren a los jóvenes a los medios, así como también faltan propuestas novedosas que respondan a las necesidades de los muchachos. Por lo que en este proyecto se explorarán estas posibilidades por medio de la participación activa de los mismos jóvenes en el desarrollo del producto radiofónico.

### **‘Nueva Generación’**

Se escogió este grupo, ya que de entre los muchos grupos de jóvenes de la ciudad de México, este en particular tiene un equipo de muchachos interesados en la radio y que, además, ya han participado en diferentes esfuerzos por hacer radio desde 1997. El taller-estación se adapta a los propósitos del grupo de jóvenes ‘Nueva Generación’ de la siguiente manera:

1. Orientar vocacionalmente a sus integrantes. En el espacio radiofónico convergen diferentes disciplinas entre las que se destaca la comunicación y el periodismo, por lo que el taller-estación es una opción viable para cumplir con el objetivo de orientar a los muchachos en sus aspiraciones profesionales, al tener contacto con la actividad a la que desean dedicar su carrera.
2. Capacitar a sus integrantes para servir a su comunidad. El taller-estación provee un marco propicio para que los muchachos sirvan a su comunidad a través de programas que informen, orienten y transmitan cultura.
3. Un lugar de convivencia y amistad para sus integrantes. El taller-estación se presta para formar lazos de amistad entre ellos al trabajar y capacitarse juntos.

## **Esquema de la tesina**

Para llevar a cabo este proyecto de 'taller-medio de comunicación' se seguirá el esquema que se señala a continuación:

En el capítulo uno titulado "De la teoría" se estudiará la teoría funcionalista de la comunicación de Wilbur Schramm en tres apartados. En el primero se abordarán los conceptos que el autor maneja tanto para la comunicación interpersonal como en la comunicación masiva, en el segundo, la forma en que el mismo Schramm lo aplica y en el tercero relacionaremos los conceptos del autor con la realidad del grupo 'Nueva Generación'.

A través del capítulo dos titulado "Los jóvenes y la radio", se investigará la relación entre la radio y los jóvenes. Lo cual se llevará a cabo a través de describir el discurso radiofónico, así como lo que significa ser joven y la relación que existe entre la radio y la juventud.

Para finalizar, en el capítulo tres llamado "Del Taller-Estación" se propondrá un esquema de trabajo que constituya la esencia del 'taller-medio'. Para tal fin se propondrán doce sesiones con su contenido programático.

El desarrollo de un taller-estación de radio para el grupo 'Nueva Generación' de 'Familia y Amistad', que sirva a los objetivos del grupo, así como a las necesidades de los mismos jóvenes, coadyuvará a la mejora de la comunicación. De ser cierto que una mejor comunicación contribuye a una armonía mayor, se logrará una concordia mejorada entre sus integrantes.

## **CAPÍTULO UNO**

### **DE LA TEORÍA**

WILBUR SCHRAMM ES UNO DE LOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN MÁS CITADOS POR LOS INVESTIGADORES MODERNOS. Su teoría no siempre es bien recibida, a causa de sus características funcionalistas. Sin embargo, es fuerte su influencia en la publicidad estadounidense, así como en la comunicación estadounidense en general.

En las páginas siguientes se describirá su teoría y se resaltará cada uno de los conceptos que maneja. Schramm tomó algunos de estos conceptos de antecesores suyos como Robert C. North, Kurt Lewin, Talcott Parsons, Robert Merton y Harold Lasswell. Con el fin de comprender bien a bien el pensamiento del autor se tomará como base el texto original en inglés “How Communication Works” publicado en *The Process and Effects of Mass Communication* (University of Illinois Press; Urbana; 1955).

Una vez descrita su teoría procederemos a presentar la forma en la que Schramm sugiere que debe ponerse en práctica.

Todos los elementos que se presentan a continuación han sido tomados del texto mencionado, cuyo autor es el mismo Wilbur Schramm.

## Wilbur Schramm y el proceso comunicativo

### Proceso general

La comunicación es un *proceso* que puede estudiarse en diferentes niveles: interpersonal, social, organizacional, corporativo, masivo, nacional, etc. El objetivo de este proceso es establecer una 'comunidad' o 'común-idad' entre los agentes que participen en él. Para lo cual es necesario que se encuentren 'sintonizados' en una misma frecuencia. La comunicación requiere al menos de tres elementos: la *fuentes* (esta puede ser personal o institucional), el *mensaje* (cualquier señal con la cualidad de ser interpretada) y el *destinatario* (el cual puede ser un individuo aislado, o un individuo que pertenezca a un grupo). La *fuentes* intenta establecer esta 'comunidad' con el *destinatario* a través de *codificar* el mensaje de manera que pueda ser transmitido. La transmisión puede ser personal, a distancia, instrumental, por terceros, etc.

### Incertidumbre

En esta etapa del proceso entra en escena un factor de *incertidumbre*. Ya que la fuente no sabe si el destinatario podrá recibir el mensaje. La razón es que el destinatario ha de *decodificar* la señal enviada por la fuente para conocer el contenido del mensaje. La incertidumbre no desaparece con la decodificación, puesto que, aun y recibiendo un mensaje sin distorsión y sin interferencias, el destinatario deberá *interpretar* el mensaje de manera que pueda formar en su mente la misma imagen que la fuente tenía en la suya al codificar el mensaje y enviarlo. El factor de *incertidumbre* crece cuando se piensa en que no siempre la

fuerza puede codificar un mensaje con precisión, ya sea por falta de información, por desconocimiento del proceso de codificación o por falta de conocimiento del destinatario. Además existe el riesgo de la distorsión, así como el de la interferencia durante la codificación o bien de la transmisión, recepción, decodificación o interpretación del mensaje por parte de cualquiera de los agentes. Un proceso tan sencillo en papel y en concepto, siempre puede fallar en su eslabón más débil. Para que la comunicación tenga éxito, todos y cada uno de estos pasos se deben lograr con una alta eficiencia.

### **Capacidad**

El sistema de comunicación tiene hasta cierto límite máximo de capacidad para manejar información, el cual depende de la capacidad de cada uno de los componentes del sistema.

La fuente y el destinatario tienen el mismo lenguaje en común, o tienen las mismas maneras de entender y hacerse entender (comparten el mismo código formado por signos). Esta base se logra gracias a la *redundancia* del lenguaje o código utilizado. Las repeticiones de formato y estructura, que hacen predecible el discurso en cualquier lenguaje o código, permiten que sea más sencillo comprender aquello que no es predecible.

### **Redundancia**

En cualquier mensaje en particular, si la fuente percibe un grado de incertidumbre significativo, dada la falta de 'comunidad' con el destinatario, puede recurrir entre otros recursos a la *redundancia*. No solo a la repetición exacta de lo transmitido,

sino a la reiteración a través de ejemplos, ilustraciones, metáforas, refuerzos visuales y otras herramientas de comunicación. Aunque de ninguna manera esto garantice la comunicación.

### **Sintonización**

El hecho de que tanto fuente como destinatario deban estar 'sintonizados' es imprescindible. Esto se entiende mejor en el caso de un transmisor y un receptor de radio. De la misma forma, los agentes del proceso comunicativo necesitan compartir la misma frecuencia. La fuente trata de codificar el mensaje de tal manera que sea fácil para el destinatario decodificar el mensaje, o sea, para relacionarlo a partes de su experiencia que sean semejantes a las de la propia fuente.

### **Campo de experiencia**

Aquello que permite que la fuente y el destinatario se 'sintonicen' es su *campo de experiencia*. Esta experiencia delimita la habilidad para codificar o decodificar un mensaje por parte de ambos agentes. Este campo de experiencia sintoniza a los agentes solo cuando es común a ambos. Por lo cual, la fuente necesita buscar la experiencia común que tenga con el destinatario para codificar el mensaje apropiadamente. Por ejemplo, un científico que quiera comunicar sus últimos descubrimientos a un grupo de niños deberá investigar los conocimientos de ciencia que los muchachos tengan (su experiencia) para codificar el mensaje de acuerdo con su conocimiento.

## **Campo común**

El campo de experiencia de ambos agentes puede ser de una gran extensión. Sin embargo, en donde ambos campos convergen y se traslapan, para formar un *campo común* la comunicación se produce.

## **Signos, señales y significados**

Los mensajes, luego de ser codificados se convierten en una señal formada por signos. Estos signos solo tienen significado dependiendo de la experiencia de los agentes. Entre más general sea el signo utilizado, más variación habrá en su significado. Como la palabra 'perro', puede significar 'pekinés' para uno y 'collie' para otro. Todo depende del perro que ese agente tenga en su mente producto de su experiencia con los perros.

## **La respuesta individual**

No solo la experiencia forma una respuesta diferente según el individuo, gracias a que cada agente considera el significado de los signos conforme a su experiencia, sino que, además, los signos se interpretan según el estado de ánimo del agente (sea un sujeto o una colectividad). Un hombre no responde de la misma forma al signo de 'carne' cuando está hambriento que cuando está saciado. Para que la comunicación sea eficaz y la respuesta sea la esperada, la fuente debe tomar en cuenta el estado de ánimo del destinatario.

## **Un proceso que no termina nunca**

A diferencia del resto de los procesos, la comunicación sigue adelante a pesar de que el estímulo que la puso en marcha deje de estar en contacto o en 'sintonía' con su destino. Se espera en el proceso que el destinatario reaccione tomando una acción o produciendo una nueva emisión como respuesta. Para lo cual se convierte a su vez en fuente. Y ambos destinatario-fuente y fuente-destinatario se constituyen en agentes codificadores-intérpretes-decodificadores. Así como una pequeña bola de nieve al bajar una cuesta va ganando diámetro, de la misma manera la comunicación va generando acciones o comunicaciones diversas en aumentos factoriales.

## **Retroalimentación o retroinformación**

Ya se habló de que a partir de la capacidad de los agentes, especialmente de los canales, se puede prever el poder comunicativo del sistema en marcha. Pero no se mencionó que la comunicación en general, y especialmente la humana, no se circunscribe a un solo canal. Múltiples canales expresan mensajes armónicos o disonantes con la señal principal. Semejante a la onda sonora de un instrumento musical. Entre mayor sea la armonía, la señal principal ganará potencia y será eficaz en evocar una respuesta favorable en el destinatario. Esta respuesta la llamamos *retroalimentación*, la cual puede ser algo general, principalmente una acción que prueba que la señal ha sido decodificada e interpretada adecuadamente. O algo más particular como una acción acompañada de nuevas comunicaciones 'intencionales' de parte del destinatario-fuente.

## Efectos

¿Qué es lo que cierta comunicación provoca en la gente? ¿Qué efecto tiene el contenido en sus destinatarios? ¿Se puede predecir? ¿Por qué algunos comerciales no venden, por qué cierta enseñanza se olvida y por qué muchos candidatos no encuentran electores?

No existe una relación simple y predecible entre el mensaje y su efecto. Sin embargo, podemos describir aquellas condiciones que aseguran el éxito de la comunicación.

- Un mensaje diseñado para llamar la atención del destinatario.
- Un mensaje que emplee signos que se refieran al campo común.
- Un mensaje que evoque necesidades y una manera de suplirlas.
- Un mensaje que sugiera un curso de acción.

El comunicador profesional debe investigar todo lo que pueda acerca de su destinatario potencial.

Dos cosas acerca de poder predecir los efectos de la comunicación:

- Es más probable que el mensaje tenga éxito si concuerda con los patrones de pensamiento, las actitudes, los valores y las metas que tiene el destinatario; de la misma forma, tendrá éxito si comienza con este patrón y luego intenta redefinirlo ligeramente.

- Los efectos de la comunicación son el resultado de cierto número de fuerzas, de las cuales el comunicador solo puede controlar una. Es peligroso

asumir una relación directa entre el mensaje y su efecto sin conocer el resto de elementos del proceso:

- \* La situación en que la comunicación se recibe y en que la respuesta se da (si es que hay respuesta).
- \* El estado de ánimo del destinatario (personalidad).
- \* Sus relaciones de grupo y los estándares del grupo.

## **Comunicación masiva**

### **Fuentes**

La fuente principal es una organización comunicativa (periódico, televisora, estudio cinematográfico, casa editorial) o una persona institucionalizada (individuo que forma parte o tiene el respaldo de la organización comunicativa).

Ambos funcionan de la misma forma: decodificando, interpretando, codificando.

Diferencias:

- En uno, el trabajo lo hace un equipo y en el otro una persona.
- La organización tiene una salida mayor en el flujo de datos que una persona.
- Una persona puede experimentar con nuevos temas y formas de comunicación dada la facilidad de ver la manera en que es recibido su mensaje y modificar la comunicación inmediatamente como sea necesario.

- La organización no conoce al individuo, sino que lo tiene clasificado en promedios y aproximaciones.

### **Destinatarios**

Individuos que recurren a los canales en los que las fuentes emiten. Lo cual es una situación de recepción distinta de la comunicación personal ya que existe muy poca retroalimentación de parte del destinatario. Además, los destinatarios de la comunicación masiva, excepto en la sala de cine, no tienen contacto entre sí, a diferencia del público de una conferencia o de una obra de teatro.

### **Retroalimentación**

Es inferida ya que muy pocas personas de todos los que reciben esta comunicación responden a través de los canales adecuados como las llamadas a las estaciones de radio o las cartas a los editores. Por lo tanto, el medio sabe si está llegando a su audiencia solo por la preferencia o desagrado del público (*rating*, ventas de ejemplares, visitas). Por esta razón los medios tienen que realizar mucha investigación de sus audiencias con el fin de planear mejor sus emisiones. Ya que no cuentan con la expresión directa del interlocutor.

¿Qué es lo que determina que el individuo seleccione o no un medio comunicativo? El cociente de la expectativa de recompensa entre el esfuerzo requerido. Este cociente aumenta si la expectativa de recompensa aumenta sobre el esfuerzo requerido por obtenerla. Pero también el cociente aumenta si en una misma expectativa de recompensa, el esfuerzo requerido por obtenerla disminuye.

Si ambas cosas suceden y aumenta la expectativa, así como disminuye el esfuerzo, el cociente de selección crece todavía más.

### **El secreto**

Para que la comunicación masiva tenga éxito, uno no debe de olvidar nunca que su audiencia se compone de individuos y no de grupos. Pero que cada individuo se encuentra conectado con un grupo o varios grupos. Los estudios indican que los grandes efectos de la comunicación masiva se obtienen a través de alimentar ideas e información a pequeños grupos por medio de receptores individuales.

En algunos grupos es una señal de estatus el estar conectado con cierta fuente de información en particular.

El mensaje del medio es discutido por el grupo y reinterpretado por el grupo. El resultado es la opinión del grupo y posiblemente la acción del grupo (decodificación-interpretación-codificación).

La verdadera influencia de los medios de comunicación sobre los individuos en realidad es cierto tipo de influencia secundaria (semejante al humo del cigarro), respirada primero por el grupo.

Por lo tanto, en la comunicación masiva, las fuentes, con el fin de alcanzar al mayor número de individuos necesitan conocer los grupos que las atienden (sus necesidades y deseos) y emitir sus mensajes a un nivel de lenguaje debajo del promedio de la clase predominante en su audiencia.

Asimismo, al encontrar éxito con alguna fórmula seguirla repitiendo íntegra. O repetirla cambiando los detalles, pero manteniendo intacta la esencia (como en las telenovelas mexicanas).

Cuando cierto medio encuentra éxito con algún mensaje, los demás tienden a imitarlo. No por falta de originalidad, sino porque es una de las pocas señales de retroalimentación disponibles del público masivo.

### **Efectos de la comunicación masiva**

La comunicación masiva tiene efectos que se trasminan a todos los niveles porque los medios han tomado la función de la *comunicación social*.

Nuestra sociedad funciona como un sensor del ambiente (decodifica), llega a conclusiones (interpreta) y transmite y perpetua la cultura y las políticas sociales (codifica).<sup>1</sup> No solo lleva a cabo estas funciones hacia su interior, sino también hacia su exterior con otras sociedades del mundo.

Los medios como comunicadores sociales nos avisan de lo que viene en el horizonte y la forma de prepararnos o de reaccionar a ello.

Sin embargo, no podemos predecir los efectos de la comunicación masiva sobre su audiencia. Así como no podemos predecir los efectos de la comunicación personal, sino a través de entender tres parámetros además del mensaje y su interacción con él: personalidad, situación y grupo. Eso se puede llegar a conocer perfectamente en una situación personal. Pero en una situación masiva el resultado será que tendremos tantos efectos como combinaciones haya de los tres factores mencionados (o sea, como personas existan en el público).

*El espectro de la atención.* 'Espectro' no solo entendido como rango sino también como amenaza al proceso comunicativo. La mayoría de los canales están

---

<sup>1</sup> A partir de este momento es preciso tener en mente que se harán continuas referencias a este subproceso interno del agente comunicativo: decodificación-interpretación-codificación. Y en ese orden. Tal y como lo establece aquí Schramm (p.7).

sobrecargados de información y la sociedad está sobrecargada de canales. Por lo tanto, el destinatario necesita escoger entre todos los canales en existencia y luego, del canal elegido, seleccionar un mensaje. Cuando lo hace, por fin, no le presta atención. O le presta atención solo por un tiempo muy reducido. De tal manera que la persona promedio no termina de leer los reportajes o notas de los periódicos, ya que solo lee la entrada de las notas. Además de que muchas de estas personas están realizando otra actividad al mismo tiempo de estar recibiendo el mensaje de los medios.

Por supuesto, existen abundantes instancias en las que sucede la situación contraria, y que cierto mensaje o fórmula tiene la capacidad de captar la atención del público al punto de que las personas imitan la manera de hablar y de expresarse de algún personaje de las películas o de la televisión.

Todo lo dicho tiene su prueba en la forma de proceder de los comunistas.<sup>2</sup> Sus avances se han logrado dependiendo del gran poder de los medios masivos de comunicación. Sin embargo, no han dejado a los medios todo el trabajo, sino que han formado estructuras grupales para influenciar a la gente. Controlan la situación como creen conveniente ya que el partido toma el dominio total de la economía, el trabajo, la educación, la alimentación y las demás esferas de la vida. Y al tomar los medios, controlan los mensajes y la interacción de la gente con ellos. Lo único que no pueden controlar de los parámetros o factores que hemos

---

<sup>2</sup> Es preciso no perder de vista en este punto, que lo expresado aquí es la opinión del autor que se está estudiando: la opinión de Wilbur Schramm y no del autor de la tesina. Schramm hace referencia a la ex Unión Soviética y a China.

mencionado es la personalidad de cada individuo. Sin embargo, utilizan esos tres (mensaje, situación y grupo) para presionar sobre el cuarto (personalidad).<sup>3</sup>

## Conclusión

El proceso de comunicación es el mismo a todos los niveles. Consiste en la decodificación-interpretación-codificación continua de mensajes de parte de los agentes involucrados en un proceso que no tiene fin. Sus resultados o efectos sobre los agentes dependen de cuatro factores: los mensajes, la situación, personalidad y el grupo al que pertenece el agente. Las diferencias de la comunicación masiva con el resto de las formas de comunicación tienen que ver con la falta de conocimiento de los individuos particulares a los que la fuente masiva destina su mensaje.

Todos podemos identificar los efectos de la penetración de los medios en nuestra propia vida. La mayoría de estos resultados no responden a un mensaje particular. Sino a la acumulación de mensajes semejantes, y a la combinación del resto de los factores que intervienen en el proceso, como la situación, la personalidad y los grupos a los que pertenecemos. Por lo tanto, no podemos predecir los efectos de la comunicación en otros sin tomar en cuenta los mismos factores y parámetros. Por lo que los efectos de la comunicación masiva (que no puede conocer a los individuos) son más difíciles de predecir.

---

<sup>3</sup> La intención aquí de Wilbur Schramm es retomar las estrategias comunistas que enuncia para aplicarlas a fomentar el desarrollo y la democracia en las naciones tercermundistas a través de los medios. Por eso su teoría se aplica de forma directa a la realidad de los jóvenes del grupo 'Nueva Generación' de la ciudad de México, ya que lo que se busca es precisamente el desarrollo de los muchachos utilizando los medios (en una nación tercermundista).

## ¿Y cómo lo aplica Schramm?

El concepto de comunicación de Wilbur Schramm a nivel teórico se enriquece cuando él mismo lo aplica a problemas de comunicación cotidianos. Sus puntos de vista sobre el desarrollo de las comunicaciones en países de tercer mundo. O, como dice él, “el desarrollo de los países de tercer mundo a través del desarrollo de sus comunicaciones”, lo revela. Wilbur Schramm confía en los medios masivos y en el desarrollo de estructuras de apoyo de grupo para ayudar a la sociedad tercermundista a alcanzar un grado mayor de desarrollo y de libertad democrática. A partir de este momento los conceptos se toman de “El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo” de Wilbur Schramm publicado en *Evolución política y comunicación de masas* (Lucian W. Pye; Troquel; Buenos Aires; 1969).

## Sistemas

El proceso comunicativo de Schramm se aplica sobre sistemas cerrados y abiertos. Schramm utiliza la definición de Robert C. North para establecer lo que él entiende por un sistema: “Es un conjunto delimitado de elementos interdependientes”. Resalta las palabras ‘delimitado’ e ‘interdependiente’. Para Schramm la interdependencia es “una relación de partes en las cuales cualquier cosa que le ocurra a un componente de un sistema afecta, aunque sea muy débilmente, el equilibrio y las relaciones de todo el sistema”. Y delimitado es “un

estado cuyos componentes se hallan relacionados entre sí de tal manera que resulta posible indicar dónde termina el sistema y dónde empieza su contorno”.

### **Seres vivos y sociedad**

Para Schramm la manifestación más palpable de la teoría de los sistemas (cerrados o abiertos) son los seres vivos. Especialmente, el cuerpo humano. Por lo tanto, el proceso de comunicación, en el que los agentes ‘fuente’ y ‘destinatario’ se constituyen como entes tripartitas ‘decodificador-intérprete-codificador’, sucede dentro de un conjunto delimitado de elementos interdependientes, semejante a un organismo. Un organismo, se compone de sistemas y los componentes de esos sistemas, son otros sistemas dentro de sí mismos. Y los componentes de esos sistemas, también. Por eso, Schramm sitúa el *proceso*, formado por elementos que a su vez cumplen con un proceso interno (cuyos elementos también pasan por otro proceso interno) en este escenario orgánico.

### **Estructura-función**

Para Schramm, los sistemas (abiertos o cerrados) requieren de una estructura para su operación. Esta estructura les confiere jerarquía y especialización dentro de los procesos que llevan a cabo. Por eso Schramm, al igual que sus predecesores, le llamó *proceso* al fenómeno comunicativo por suponerlo dentro de un sistema, ya que los componentes de los sistemas llevan a cabo procesos. Esta jerarquización y especialización supone de igual forma una *función específica* del componente (o del sistema componente del sistema mayor) en el proceso. En el

proceso comunicativo se supone no solo una función especializada del componente, sino una multifunción. Cabe aclarar que no una multifunción externa, sino como parte del mismo proceso interno que su sistema interno lleva a cabo (decodificación-interpretación-codificación).

### **'Homeostasis' social**

En este marco, Schramm dice que los sistemas y los organismos para su funcionamiento dependen de los procesos (por ejemplo, los organismos dependen de la química así como la sociedad de la comunicación). Estos procesos se ponen en acción como resultado de una variación de presión o tensión. Por lo cual, para el correcto funcionamiento de los sistemas es necesaria la presencia de esta presión o tensión. Sin ella, nada se mueve. En los organismos, esta tensión es de naturaleza química y el objetivo final del proceso que esta tensión pone en marcha es el equilibrio químico ('homeostasis') del sistema mayor. Los procesos que la tensión libera pueden ser homeostáticos en sí mismos o contribuir a la homeostasis general. Conforme a esta teoría, todo proceso homeostático de algún subsistema contribuye con la homeostasis general y se debe a ella.

Schramm también menciona que en el caso de que la tensión o presión sea excesiva, el sistema fallará en uno de sus componentes (el más débil). Por otro lado, si el estímulo o diferencia de presión no es lo suficiente fuerte no abrirá la puerta (*gate*) del proceso.

## **Desarrollo del sistema gracias al proceso, contra: desarrollo del proceso gracias al sistema**

Subtítulo largo, pero interesante.

La propuesta principal tiene que ver con lo que produce el proceso del sistema en el sistema mismo, y la manera en que los cambios del sistema (o de los sistemas mayores a los que pertenece el sistema-componente) afectan al proceso.

Si el asunto a nivel teórico es interesante, su aplicación al fenómeno comunicativo lo es más.

Schramm propone la pregunta:<sup>4</sup> ¿en el crecimiento o desarrollo de este sistema (la nación), cuánto lo ayuda o afecta el desarrollo del proceso (comunicación)? O, por el contrario: ¿en el crecimiento o desarrollo del proceso (comunicación), cuánto lo ayuda o afecta el desarrollo del sistema (nación)? La pregunta de Schramm no es gratuita. Su pregunta tiene un fin: descubrir de qué forma la comunicación puede ayudar a que las naciones 'subdesarrolladas' logren llegar a ser (crecer a ser) naciones desarrolladas. Esto quiere decir que esta forma de aplicación de su teoría se enfoca precisamente hacia los países tercermundistas, o en vías de desarrollo, en especial los países latinoamericanos, africanos y asiáticos.

---

<sup>4</sup> Hay que notar que la pregunta surge solo gracias a la creencia básica de Schramm de que el sistema crece, o que tiene el propósito del crecimiento y el perfeccionamiento continuo.

## **Conclusión**

Como dijimos antes... interdependencia

La respuesta a ambas preguntas, es el planteamiento del principio, pero ahora en un nivel sincrónico y vertical. Un sistema es un conjunto de elementos... interdependientes. Por lo tanto, para Schramm esa interdependencia de componentes no solo se da en relación a los agentes que componen el sistema, sino también entre el sistema y sus procesos. Entre los agentes y su actividad. Entre la actividad y los mismos agentes.

El proceso afecta al sistema. La calidad de la comunicación, su alcance, y su 'eficacia' produce cambios en la nación o en la sociedad. Uno de estos cambios deseables es su desarrollo, o sea, pasar de una nación subdesarrollada a una desarrollada.

Pero a su vez, el sistema afecta al proceso. En una nación subdesarrollada, el estado de la nación es responsable de sus comunicaciones deficientes, y lo que haga la nación por hacerlas crecer (en calidad, alcance y 'eficacia') contribuirá al desarrollo.

El propósito para Schramm del proceso de comunicación dentro de cualquier sistema (como se dijo al principio), es establecer la unidad común. La 'común-idad' o 'comunidad'. ¿De quién? Del sistema, y de los sistemas. O sea, entre los componentes o entre los sistemas-componentes.

Para este fin, Schramm confía en el símil de la estalactita. En el que se establece que si una sola gota de agua cae en cierto lugar no pasa nada. Sin

embargo, si sobre ese lugar, caen cientos de gotas de agua durante un periodo largo, se produce una estalactita.

Consideremos las siguientes declaraciones de Schramm:

- Las comunicaciones *deben* utilizarse para contribuir al sentido de nacionalidad.
- Las comunicaciones *deben* usarse como portavoz del planteamiento nacional.
- Las comunicaciones *deben* usarse para transmitir los conocimientos necesarios.
- Las comunicaciones *deben* usarse para expandir el mercado efectivo.
- Las comunicaciones *deben* contribuir a preparar a la gente para el nuevo papel que le tocará cumplir.
- Las comunicaciones *deben* usarse para preparar a la gente a desempeñar su papel como nación entre otras naciones.<sup>5</sup>

El control político y el desarrollo económico de la nación de igual manera son completamente interdependientes de las comunicaciones.

### **La relación entre los conceptos de Schramm y el grupo ‘Nueva Generación’**

Con el fin de aplicar los conocimientos acumulados hasta este punto en el presente trabajo, hemos escogido un sistema cerrado en el cual llevaremos a cabo

---

<sup>5</sup> Schramm, Wilbur; “El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo”; en Lucian W. Pye (comp.); *Evolución política y comunicación de masas*; Troquel; Buenos Aires; 1969.

un esfuerzo de comunicación utilizando de manera delimitada un medio de alcance masivo: el radio, el cual describiremos en el segundo capítulo.

El sistema escogido está compuesto por un universo de jóvenes y adolescentes cuyas características específicas veremos más adelante.

En este sistema identificaremos nuestros sujetos en comunicación, fuente, destinatario, mensaje, campo de experiencia, campo común, incertidumbre, respuesta, retroalimentación, decodificación-interpretación-codificación, proceso, interdependencia, organismo, estructura y función.

Para el funcionamiento del taller-estación no se contemplará la situación grupal que tanto fascinó a Schramm de los comunistas, ya que 'Nueva Generación' se encuentra dividido en bloques y estos a su vez en pequeños grupos donde se lleva a cabo este tipo de apoyo a los mensajes que se transmitirán en el taller-estación.

La vía de aplicación de lo anterior será a través de un taller de radio que al mismo tiempo será una estación de radio. El taller-estación 'Radio USB'.

### **Nuestro sistema: *Nueva Generación*, un grupo de jóvenes y adolescentes**

Como mencionamos ya en la introducción de este trabajo, los jóvenes y adolescentes a los que nos referimos son las personas de 12 a 25 años, solteras, que actualmente (primavera-verano 2004) forman parte del grupo 'Nueva Generación' de la asociación civil 'Familia y Amistad' en la ciudad de México. Este

grupo de jóvenes, aunque ha cambiado de nombre varias veces, ha formado parte del proyecto de 'Familia y Amistad' desde su fundación en 1981.

El propósito del grupo 'Nueva Generación' es orientar vocacionalmente a los muchachos de 'Familia y Amistad', capacitarlos para servir a su comunidad y ser un espacio para la amistad y la convivencia entre ellos.

'Nueva Generación' denomina "adolescentes" a las personas solteras de 12 a 18 años, y "jóvenes" a las personas solteras de 19 a 25 años; la edad es la única característica de diferenciación.

### **Estructura**

El sistema 'Nueva Generación' está dividido por bloques de edad. El primer bloque son los 'Aguiluchos' que son personas de 12 a 14 años. El segundo bloque son las 'Águilas' que son personas de 15 a 18 años. El tercer bloque son las 'Águilas Reales' que son personas de 19 a 25 años.

Cada bloque es liderado por un grupo de tres matrimonios quienes se dedican a funciones distintas según cada bloque. Uno de los tres matrimonios del bloque es el matrimonio responsable del bloque.

Además de los bloques, 'Nueva Generación' tiene varios grupos de servicio comunes:

- El servicio de 'Acomodadores' que se dedica a la recepción de los jóvenes a la reunión y su acomodo en el auditorio. Se ocupan de recibir los donativos voluntarios de parte de los jóvenes y entregarlos a la tesorería. Guardan el orden y auxilian a los muchachos en cualquier necesidad que

surja durante la reunión. Desde suplir agua, hasta asegurarse de que los baños estén aseados. Los muchachos que participan provienen de todos los bloques. El servicio está a cargo de un matrimonio.

- El servicio de 'Relaciones Públicas' que se dedica a invitar a los jóvenes que se reúnen en 'Familia y Amistad' para que también asistan a las reuniones de 'Nueva Generación'. Además, invitan a jóvenes en el metro, parques, escuelas, universidades, hospitales y demás lugares públicos a que asistan a las reuniones. Los muchachos que participan provienen de todos los bloques. El servicio está a cargo de un matrimonio.
- El servicio de 'Música' que se dedica a unir al grupo de jóvenes en canto en algún momento de la reunión. Además, preparan conciertos y presentaciones especiales para el grupo o para ayudar al servicio de 'Relaciones Públicas'. Los muchachos que participan provienen de todos los bloques. El servicio está a cargo de un matrimonio.
- El servicio de 'Comunicación' que utiliza todos los medios disponibles para mantener a todos al tanto de las actividades del grupo, así como servir de eslabón con otros grupos de jóvenes afines. Los muchachos que participan provienen de todos los bloques. El servicio está a cargo de un matrimonio.
- El servicio de 'Eventos especiales' que se dedica a organizar los conciertos, los congresos, las salidas, los seminarios, los talleres, las ferias, etc. para los jóvenes de 'Nueva Generación'. Este servicio en particular, organiza a los bloques para que cada uno se responsabilice de algunas áreas del evento. El servicio está a cargo de un matrimonio.

- El servicio de 'Bienvenida y seguimiento' se encarga de recibir a los jóvenes que hayan asistido por primera vez a 'Nueva Generación' y que muestren interés de seguir participando. Al final de la reunión los colaboradores se reúnen con los nuevos y personalmente les dan la bienvenida y despejan sus dudas con respecto al funcionamiento del grupo y sus objetivos. Los muchachos que participan provienen de todos los bloques. El servicio está a cargo de un matrimonio.

### **Función**

Dentro de los servicios y los bloques, algunos muchachos, por su dedicación y capacitación, son seleccionados como 'Colaboradores'. Algunos, que sobresalen en liderazgo y responsabilidad, incluso quedan a cargo de los servicios mientras que el matrimonio a cargo funge solo como asesor.

Los matrimonios que dirigen los bloques y los matrimonios encargados de los servicios (todos los matrimonios encargados de algún servicio, también participan en los bloques) se reúnen semanalmente para decidir y organizar las actividades del grupo. Una pareja es la que está a cargo de los matrimonios y son quienes toman las decisiones finales, así como quienes promueven más iniciativas. Mientras que el resto de las parejas participan en 'Nueva Generación' como voluntarios, la pareja encargada se dedica a tiempo completo al grupo y percibe un sueldo de parte de 'Familia y Amistad'. Podría decirse que esta pareja es el vínculo más cercano entre 'Nueva Generación' y 'Familia y Amistad'.

Los matrimonios de cada bloque se reúnen también semanalmente, junto con los colaboradores del bloque, para organizar las actividades que se han establecido en la junta general.

Los matrimonios a cargo de un servicio también se reúnen semanalmente con sus colaboradores de servicio para coordinar actividades.

### **Proceso**

El grupo 'Nueva Generación' se reúne todos los sábados de 15:00 hrs. a 20:00 hrs. Aunque su programa de actividades varía cada sábado, existe un patrón que se repite con mayor frecuencia:

- 15:00 Reuniones de servicios (todos los participantes del servicio, colaboradores y matrimonios) y reuniones de coordinación de bloques (solo colaboradores y matrimonios encargados)
- 16:30 Reunión general (música y actividad principal; la actividad principal en este esquema suele ser una conferencia)
- 18:30 Reunión por bloques (los colaboradores del bloque y los matrimonios encargados llevan a cabo dinámicas de integración y diversas actividades como talleres o juegos, se dan anuncios y se organiza lo que se realizará por bloque en los eventos generales)
- 19:30 Tiempo de libre convivencia

## **Campo de experiencia**

El rango de edades de 'Nueva Generación' es muy amplio. Su trasfondo es diverso, así como su estrato socioeconómico y su poder de compra. El grado de escolaridad no es homogéneo ya que va del analfabetismo hasta el nivel de posgrado. Sus intereses son distintos, así como su lugar de residencia, su medio de transporte, su situación familiar, su composición étnica, su preparación cultural, su preferencia política, su estilo de vestir, sus gustos musicales, sus metas profesionales o laborales, su actividad económica, su situación familiar, sus pasatiempos, etc.

## **Campo común**

De entre todos los datos que se suelen utilizar para clasificar a las personas, los únicos que pudieran predominar de forma que nos ayudara a identificar a los jóvenes y adolescentes de 'Nueva Generación' son:

- Idioma: español
- Interés en el grupo 'Nueva Generación'
- Actividades del grupo 'Nueva Generación'
- Nacionalidad: mexicana
- Estado: Distrito Federal o Estado de México
- Sexo: masculino o femenino
- Estado civil: todos son solteros
- Etapa de desarrollo: adolescentes o jóvenes

El cual es un campo común muy específico y pequeño para una comunicación amplia que quiera utilizar el campo de experiencia tan diverso de todos los involucrados. Aunque, cabe mencionar, que es un campo común demasiado grande para una comunicación que se circunscriba solo a él y deje de lado el resto. Para los mensajes amplios se debe recurrir a la generalidad y formalidad de los medios abiertos. Sin embargo, se puede ser específico, servirse del humor, dar detalles y un mayor acercamiento en los mensajes que tengan que ver con el campo común, tal y como se haría en un salón de clases con un grupo de alumnos que tuvieran años de convivir juntos.

### **Fuente y destinatario**

En este caso la fuente y el destinatario son uno mismo. Es el grupo que se comunica consigo mismo. El Taller-Estación es emisor y al mismo tiempo receptor.

### **Conclusión**

Un esfuerzo dedicado e intencional de comunicación coadyuvará al desarrollo del sistema 'Nueva Generación', el cual a su vez es subsistema de 'Familia y Amistad'.

- Radio USB *debe* de utilizarse para contribuir al sentido de pertenencia al grupo 'Nueva Generación'.
- Radio USB *debe* de usarse como portavoz del planteamiento de 'Nueva Generación'.

- Radio USB *debe* de usarse para transmitir los conocimientos necesarios.
- Radio USB *debe* de usarse para expandir el alcance del grupo.
- Radio USB *debe* de contribuir a preparar a los jóvenes para el nuevo papel que les tocará cumplir.
- Radio USB *debe* de usarse para preparar a 'Nueva Generación' a desempeñar su papel como grupo entre otros grupos de 'Familia y Amistad'.<sup>6</sup>

El mensaje de Radio USB será:

- Un mensaje diseñado para llamar la atención de los jóvenes y los adolescentes de 'Nueva Generación'.
- Un mensaje que emplee signos que se refieran a las actividades de 'Nueva Generación'.
- Un mensaje que evoque necesidades y una manera de suplirlas.
- Un mensaje que sugiera un curso de acción.

---

<sup>6</sup> Schramm, Wilbur; "El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo"; en Lucian W. Pye (comp.); *Evolución política y comunicación de masas*; Troquel; Buenos Aires; 1969.

## CAPÍTULO DOS

### LOS JÓVENES Y LA RADIO

Los medios de comunicación tienen su manera de apropiarse del público. Algunos lo hacen con base en su contenido o en su forma de presentar el contenido y otros en su *modus operandi*. Tal es el caso de la radio.

La programación del cuadrante está dominada por la música, y de entre las estaciones musicales, un gran porcentaje de ellas lo dedican al público joven. Como señaló Marshall McLuhan “el jovencito se aparta del grupo de la televisión para acudir a su radio propia”.<sup>1</sup>

La historia de la radio, la oficial y la no-oficial; la introducción de la radio en México y los primeros esfuerzos en el país; las características fundamentales de la radio como medio, así como de su uso histórico y de su uso contemporáneo han sido documentados por múltiples autores. No es intención de este trabajo repetir lo que otros ya han desarrollado tan bien.<sup>2</sup>

Esta investigación se limitará a subrayar los datos históricos y las características del medio que sean relevantes. Sin embargo, es de gran interés para el desarrollo del proyecto, el mundo de los jóvenes y adolescentes de la ciudad de México y su relación con la radio.

---

<sup>1</sup> Marshall McLuhan; La comprensión de los medios como las extensiones del hombre; Diana; México; 1973; p. 375.

<sup>2</sup> Un resumen asequible de toda esta información se puede conseguir con facilidad en el sitio de Internet de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y de la Televisión en: <http://www.cirt.com.mx>.

## El discurso radiofónico

La similitud del quehacer radiofónico con el lenguaje es una herramienta maravillosa que puede ayudar a enfocar esta investigación. Como en un texto se utilizan palabras para contar una historia, la radio se vale de los ‘radiosemas’ para formar ‘imágenes sonoras’ y con ellas el ‘discurso radiofónico’. Pero, con una deliciosa diferencia. Mientras que en la mayoría de los textos lo importante es el sentido de las palabras con el fin de descifrar un contenido, en el quehacer radiofónico “las posibilidades son múltiples pero lo realmente importante es que uno se ocupe principalmente de la función del sonido. Como composición, en lugar de pensar solo en el argumento y en el sentido de las palabras”<sup>3</sup>. Por lo tanto, estos ‘radiosemas’ no solo corresponden a la palabra o a la música, sino a multitud de sonidos y ruidos que pueden añadir significado al discurso radiofónico. “La radio no presenta imágenes reales, sino que crea imágenes mentales cercanas a ellas”.<sup>4</sup>

Para crear este “mundo acústico de la realidad”<sup>5</sup> se requiere comprender los elementos que la conforman o los ‘radiosemas’ y la manera de utilizarlos. “Las imágenes creadas por los sonidos no son iguales para todos, cada quien crea una imagen abstracta en relación con lo que sugieren los sonidos y su propia experiencia previa”.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Rudolph Arnheim; *La Estética radiofónica*; Editorial Gili; Barcelona; p. 34.

<sup>4</sup> Jesús Alfonso Enríquez; *Técnicas de información por radio y televisión*; UNAM; México; 1975; p. 44.

<sup>5</sup> Rudolph Arnheim; *La Estética radiofónica*; p. 88.

<sup>6</sup> Jesús Alfonso Enríquez; *Técnicas de información por radio y televisión*; p. 44.

Una vez comprendido esto, se procede a aprender a 'codificar' los 'radiosemas' en un esquema y un lenguaje propio de la radio, a la semejanza de un compositor de música que escribe una partitura. La finalidad es que quien lea esta 'partitura radiofónica' pueda reproducir el discurso radiofónico que el autor imaginó. Para lo cual se va requerir, que se decodifique su contenido, se interprete y se actúe en consecuencia. A esta 'partitura radiofónica' se le llama guión o libreto, y a su autor guionista o libretista.

El discurso radiofónico requiere de un equipo de personas que trabajen juntos siguiendo el guión con el propósito de darle vida; semejante al esfuerzo de los actores, los técnicos y el personal administrativo de un teatro. En nuestros días, y desde hace ya varios años, es posible grabar todo el ruido que produzca este equipo de personas. Y no solo eso, sino que, como en el cine, es posible enriquecerlo con otros radiosemas (postproducción, musicalización, mezcla, masterización), así como cambiarle el orden a la grabación de tal forma que todo lo grabado se adapte a lo estipulado en el guión (edición).<sup>7</sup>

A esta labor se le llama producción. La lógica detrás de la palabra es que el objetivo del guión es desarrollar un 'producto' radiofónico, sea este transmitido *en vivo* (como el teatro) o grabado y después enriquecido para su transmisión posterior (como el cine).

---

<sup>7</sup> "Hay quien cree que la radio es muy fácil. Basta con hablar ante un micrófono. Los que así piensan han llenado las ondas de un blablablá que no dice nada de interés para la audiencia [...] 'La mejor improvisación es la improvisación no improvisada' ". (José María Torre Cervigón, vicesecretario de la Asociación de la Prensa de Madrid en ORTIZ, Miguel Ángel y Federico Volpini; *Diseño de programas de radio, guiones, géneros y fórmulas*; Paidós; Barcelona; 1995; p. 12.

## **Programación radiofónica**

La radio ha cambiado su lugar y función dentro de los medios masivos de comunicación, por lo cual, se ha generado una nueva manera de hacer radio: se regresó a la radio hablada y se privilegió el análisis de temas de actualidad como lo percibimos a través de los noticiarios (fuentes noticiosas) y que marcan una diferencia entre las diferentes estaciones de radio que cada día buscan atraer audiencia y publicidad.

Se pueden identificar dos tipos de radio principalmente: la musical que en su mayoría está sujeta a los lineamientos de las disqueras; y la radio hablada, en donde se abordan temas de actualidad e interés para la población. Sin duda, las condiciones de las grandes ciudades como la de México en las cuales los tiempos de traslado de la población se han ido alargando cada vez más y el ritmo de vida impide estar atento a un medio visual como es la televisión; estos son factores que han hecho renacer la fuerza de la radio. Otros factores que influyen en las características de la radio en la actualidad es el hecho de que los grupos radiofónicos están bajo el control de varias empresas diferentes, lo que permite una mejor competencia en materia de contenidos para ganar audiencia y (con ello) la preferencia de los anunciantes. A diferencia de la televisión cuya competencia cuenta con menos participantes.

Debido a la gran variedad de temas y géneros musicales que presenta, la radio es el medio que en estos momentos está en condiciones de ofrecer entretenimiento y satisfacer las necesidades de información de los jóvenes. Entre los temas seleccionados para programación encontramos: salud, belleza, eventos

sociales, temas de controversia, música y política. La música ha significado un gran lazo entre los jóvenes y la radio, pues, ocupa un lugar privilegiado en la vida de ellos; ya que a través de la música los jóvenes se identifican y logran sentir pertenencia a un determinado grupo social y desarrollan una relación con la época en la que viven, la manera de vestir y de actuar de acuerdo a los intérpretes; también funge como compañía, reflexión, entretenimiento o poesía, dependiendo del tema y del momento.

### **Y qué significa ser joven**

Delia Covi, investigadora de la UNAM especializada en nuevas tecnologías, considera que la juventud es una lucha permanente entre lo que va quedando atrás y el aprendizaje necesario para la vida de adulto y es en este tránsito hacia la adultez en el que los seres humanos vivimos y manifestamos nuestros mayores gestos de libertad y rebeldía. Sin embargo, este camino adquiere distintas modalidades según el momento histórico del que se trate.<sup>8</sup> Por su lado, Luís Leñero Otero señala que la juventud “es la etapa en la que se tiene que aprender de uno mismo, y no tanto por lo que enseñan los adultos”.<sup>9</sup>

De esta manera puede hablarse de generaciones específicas. Los jóvenes de fin del siglo XX han sido considerados parte de la ‘Generación X’, que los define como escépticos, apáticos, confundidos y poco comprometidos con las

---

<sup>8</sup> Delia Covi; *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*; UNAM; 1997

<sup>9</sup> Luis Otero Leñero; *Sociedad civil, familia y juventud*; Centro Juvenil de Promoción Integral e Instituto Mexicano de Estudios Sociales; México; 1992; p. 185.

acciones sociales. Se caracterizan también por el uso de las nuevas tecnologías. Según Crovi mientras unos chicos se sienten a gusto con esa definición otros la rechazan por considerar que los devalúa.

En tanto, Luís Otero Leñero<sup>10</sup> realizó una interesante tipología de las actitudes características durante la juventud para encontrar su identidad e incorporarse de alguna manera a la sociedad, al mundo que no escogió pero que le toca vivir. A su juicio, pueden distinguirse siete modelos:

- El de respeto. No cuestionan el modelo de su padre y madre
- El ambivalente. Repiten lo visto en su vida familiar aunque saben que no funciona.
- El indiferente. Desconfían de las instituciones y de los adultos. Para escaparse de esa realidad poco promisoría optan por desentenderse de responsabilidades.
- El de la oposición. Se oponen totalmente al mundo adulto pero se desilusionan y terminan por caer en los modelos que rechazaban.
- El idealista. Pueden llegar a idealizar al extremo una nueva conducta, lo que puede llevarlos a actitudes absolutistas y radicales, difíciles de realizar y fáciles de frustrar.
- El de la práctica. Tratan de cambiar en la práctica creyendo que los errores podrán orientarlos. Pueden innovar pero también fracasar.

---

<sup>10</sup> Luís Otero Leñero; *Sociedad civil, familia y juventud*; Centro Juvenil de Promoción Integral e Instituto Mexicano de Estudios Sociales; México; 1992

- El de generación. Experimentan el ensayo y el error apoyados en la memoria colectiva. Tratan de lograr apoyo y comunicación con los demás para obtener de los otros la experiencia anhelada de la vida.

Sin duda, la cultura juvenil contiene en su interior modos de vida creados por los mismos jóvenes para responder a la manera en que transcurre en su devenir. Se construye básicamente de la cultura originada por el estado, la escuela y el trabajo así como por la cultura heredada por los familiares, las amistades y los vecinos. Ambos factores están condicionados según la clase social, la etnia, el género y los territorios a los que pertenezca el joven. Es así como todos ellos pueden construir una identidad social y personal, creando un estilo propio ya sea en la forma de vestirse, de hablar, de hacer o escuchar música, entre otros aspectos.

Considero que no debe de hablarse de una juventud mexicana homogénea, ya que nuestra sociedad se ha caracterizado en las dos últimas décadas del siglo XX y principios del siglo XXI por ser diversificada, plural y desigual, donde existen minorías juveniles privilegiadas y mayorías populares de jóvenes sin opciones en el futuro. Por lo tanto, existe un mosaico de culturas políticas juveniles que orientan y expresan las actitudes, valores y aspiraciones de grupos diferenciados de adolescentes. Es así como los campos y problemáticas juveniles son cada vez más particulares y restringidos.

Si a esto agregamos que si bien los jóvenes representan actores sociales claves para descubrir qué está cambiando en la sociedad, muchas veces ellos son ignorados, minimizados y hasta invisibles en los estudios de las ciencias sociales.

Al respecto, David Pantoja Morán<sup>11</sup>, funcionario de la Universidad Nacional Autónoma de México, dijo en un foro destinado al análisis de la situación juvenil a finales de milenio:

Somos un país de jóvenes y, paradójicamente, no existen estadísticas ni estudios sistemáticos que den cuenta de la entraña juvenil que recorre y tensa la economía, la política, la sociedad y la cultura; ni tampoco existen aquellos que refieran las condiciones ocupacionales, educativas y de bienestar de grupos específicos; o que den cuenta periódica de los valores, aspiraciones y actitudes sociopolíticas de los jóvenes.

La elaboración de análisis multidisciplinarios en torno a la problemática juvenil aparece como una tarea insoslayable, pues permite incidir de manera más eficaz en la solución de muchos de los malestares y reclamos juveniles.<sup>12</sup>

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI)<sup>13</sup>, dio a conocer en 1998 que en México uno de cada cinco mexicanos es un joven entre los 15 y los 24 años. Así, la población juvenil es de 20.1 millones, el número más alto en la historia del país y representa más del doble de la población que existía en 1970. Los hombres son 48.1% y 51.9% son mujeres.

---

<sup>11</sup> Rafael Cordera Campos (compilador); *Juventud, divino conflicto*; p.17

<sup>12</sup> Idem

<sup>13</sup> INEGI; La población joven en México; 1998

La mitad de todas estas personas jóvenes se concentra en siete de los treinta y dos estados de la República: Estado de México (13.3%), Distrito Federal (9.3%), Veracruz (7.1%), Jalisco (6.6%), Puebla (5.9%), Guanajuato (4.9%) y Michoacán (4.2%). De ellos 61.3% predomina en los sectores urbanos.

Por otro lado, 52.4% vive con su familia. En promedio, la población juvenil ha cursado 8.3 años de escuela (primaria y secundaria), en tanto que 28.3% forma parte de la población económicamente activa.

La Encuesta Nacional de la Juventud, realizada en el año 2000, especificó que 88% de los jóvenes elige libremente su forma de vestir, 60% decide si desea tener pareja mientras que 62% respeta absolutamente las decisiones de sus padres sobre ellos, ya sea, por ejemplo, para ponerse o no un tatuaje o la hora negociada para regresar de una fiesta. Más de la mitad de ellos confía más en su madre y 47% jamás recurre a su padre. Para la mayoría de ellos la familia es el espacio ideal para recibir afecto, apoyo, respeto y solidaridad.

Respecto a la religión, 88% se declaró católico y en cuanto a su tiempo libre, 23% lo dedica a hacer deporte, 19% lo disfruta viendo una película o asistiendo a fiestas, 12% dice preferir estudiar en la biblioteca de su escuela, 11% opta por reunirse con sus amigos en cualquier sitio, éste puede ser la propia casa, el barrio, la escuela o un parque. Sobre sus gustos musicales, la encuesta dio por resultado la gran preferencia por el rock y los llamados gruperos.

Uno de cada diez declaró haber tenido novio o novia alguna vez, su primera relación de noviazgo fue en promedio a los 15 años. Confiaron que sus principales temas de conversación son su relación, sus sentimientos y la familia.

Los hombres jóvenes consideraron que las principales cualidades que buscan en una mujer son la ternura y la inteligencia. En tanto ellas desean compañeros responsables, sin vicios, tiernos e inteligentes. Para 60% de este sector el noviazgo tiene como objetivo tener a quien amar, 24% consideró que significaba tener a alguien con quien divertirse y 11% buscaba matrimonio. Es importante advertir que a juicio de la mitad de los encuestados, el noviazgo sólo debe dar lugar a besos y abrazos entre la pareja joven, mientras que 30% consideró válidas las caricias. Solamente 12% aceptó tener relaciones sexuales.

De acuerdo al Consejo Nacional de Población (CONAPO), las demandas relacionadas con la sexualidad que más le preocupa a la juventud son: los aspectos biológicos de la sexualidad, los métodos anticonceptivos, el inicio de las relaciones sexuales, la masturbación, el VIH SIDA, las enfermedades de transmisión sexual y la orientación sexual.

El periodista Hermann Bellinghausen<sup>14</sup> afirma que en nuestro país existe una absoluta ausencia de políticas públicas dirigidas a los jóvenes. Esta insuficiencia ha sido ampliamente colmada por los medios de comunicación que *por su particular impacto educativo y concientizador, han logrado capitalizar y homogeneizar el uso del tiempo libre eclipsando los hábitos tradicionales del esparcimiento juvenil o inhibiendo de plano la ampliación de las posibilidades creativas; es decir 'secuestrando el ocio' o bien, por sus mensajes, imprimiéndole un contenido inexistente. La preeminencia de los medios sobre el uso del tiempo libre ha creado en el tramo de este milenio el primer ocio vacío de la historia,*

---

<sup>14</sup> Rafael Cordera Campos (compilador); op.cit

*instaurando progresivamente maneras idénticas y programadas de pasar y perder el tiempo.*<sup>15</sup>

Otra visión negativa sobre la relación “jóvenes-medios de comunicación” enfatiza que éstos han abusado de una imagen que presenta al adolescente como alguien despolitizado y desorganizado dentro de su propia realidad, un ser humano pasivo, susceptible de transformarse en un gran consumidor, dócil y acrítico. En un congreso dedicado al tema de la juventud se aseguró que la presencia de los jóvenes en los medios de comunicación existentes era casi nula; ‘la juventud, en rigor’, no aparece en ellos, y quienes parecen representarla no lo hacen con autenticidad”.<sup>16</sup>

Según una investigación realizada por la comunicóloga María Eugenia Medina Reygadas, los fenómenos comunes de los jóvenes ante los medios son: Se internan gustosos en el mundo imaginario y onírico que ofrecen; se construyen a partir de sus protagonistas, personalidades e ideales difundidos; hacen suyos los valores y las actitudes de los héroes de moda; copian de los personajes juveniles las manías, modos de vestir y peinarse y formas de expresión –tal como lo hacen sus pares- para dejar de sentirse solos y extraños; pretenden imitar los comportamientos excéntricos que observan; proyectan sus propias necesidades y emociones; y, se apropian de los contenidos emocionales.

La citada investigadora realizó el siguiente cuadro comparativo<sup>17</sup> para destacar la incidencia de los medios sobre las características juveniles:

---

<sup>15</sup> Idem; p.71

<sup>16</sup> Idem; p.350

<sup>17</sup> María Eugenia Medina Reygadas, Formación de adolescentes como receptores críticos y reflexivos de los mensajes del videocine; p.25

<b>CARACTERÍSTICAS JUVENILES</b>	<b>OFERTA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>
Sentimientos idealistas y reformadores	Proposición de héroes y antihéroes
Formación final de la personalidad y autonomía respecto a la familia	Proposición de modelos (especialmente a partir del sistema de estrellas)
Egocentrismo juvenil	Representaciones verosímiles, pero falsas de la realidad
Necesidad de identificación con los pares	Protagonistas juveniles irreales
Necesidad de amor y aceptación	Relatos cargados de afectividad
Deseos de triunfo	Esquemas para lograr el 'éxito'

Son varios los críticos que enjuician severamente la relación medios de comunicación y jóvenes, ya que, desde su perspectiva, la juventud, al ser un grupo social psicológicamente muy dependiente, para completar su proceso de identificación, necesita hacer suyos símbolos, valores y normas proporcionados cada vez más por estos medios, la mayoría de veces controlados comercialmente, y que por lo tanto optan por estimular la adhesión a una cultura simbólica que 'distorsiona' la socialización juvenil.

Ante estas observaciones vale la pena investigar si los medios de comunicación en nuestro país deben colocarse en el banquillo de los acusados por desvirtuar, confundir y abusar de las imágenes que ofrece a la juventud o si han existido propuestas y esfuerzos diferentes.

Delia Covi dio a conocer que en la oferta de los medios impresos al público juvenil ha podido constatarse una absoluta ausencia de secciones o suplementos destinados exclusivamente a éste y sólo perciben al grupo como posibles consumidores. Además, en una encuesta realizada durante 1995 por la Cámara

Nacional de la Industria Editorial Mexicana pudo observarse que la lectura no representa una actividad primordial entre las personas de 17 a 35 años.

En contraste, Crovi afirma que la radio es el medio que puede ofrecer una mayor variedad de contenidos, tanto musicales como de análisis y de información, por lo que es necesario analizarlo y conocer su oferta al público juvenil.

### **La radio y la juventud**

Para la población mexicana la radio es una compañía agradable en el hogar, es muy necesaria en casos de emergencia, informa sobre grandes acontecimientos, tiene gran credibilidad y es determinante para la decisión de compra. Mientras que la televisión es un vehículo de entretenimiento y espectáculo que permite desde la comodidad del hogar observar imágenes de diferentes sucesos. Sin duda, ambos medios son los preferidos en nuestro país.

Según datos proporcionados por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), la radio es importante dentro de los hogares mexicanos. Su presencia en el seno familiar alcanza 96.78% de los hogares en nuestro país.

De igual manera, se considera que durante la década de los noventa, los mexicanos escucharon radio un promedio de 4.5 días por semana. Cada habitante de las zonas urbanas tiene acceso en promedio a 2.6 radios, mientras que en las zonas rurales a 1.33 radios.

De la población masculina, 56% escucha radio un promedio de 2.3 horas al día y 59% de la población femenina 2.8 horas. Por grupos de edad se encontró que 66% de los jóvenes entre 15 y 19 años son los que más escuchan radio, 2.68 horas diarias, principalmente en los horarios de 6 a 8 de la noche. De acuerdo a los formatos existentes en la programación radiofónica el público prefiere la musical (83%), en particular la moderna en español, mientras que los programas de noticias y comentarios son elegidos por 17%.

Cabe destacar que en México, pese a existir una gran variedad de estaciones, la mayoría de ellas pertenecen solamente a cinco familias: los Aguirre (Radio Centro); los Azcárraga (Televisa Radio y Radio Fórmula); los Ibarra (ACIR); y los Salas y Vargas (Radio Mil y MVS). Según los cálculos del investigador Enrique Velasco, de la Universidad Autónoma Metropolitana, las ganancias de estas cinco cadenas radiofónicas debido a la cantidad que cobran por el tiempo de publicidad fue en 1997 de 46 mil 649 millones, en 1998 de 60 mil 183 millones de pesos y en 1999 de 75 mil millones de pesos.

Desde una perspectiva utópica pero también sincera, el que fuera director de comunicación social del CREA, Alfonso Durazo Montaña, dijo:

Sin duda, un factor de transformación de las formas tradicionales de la comunicación juvenil es propiciar su participación, atender a su dinámica difundida por la vía telefónica, en cartas y textos elaborados por jóvenes. Así se impregnará a los medios a su disposición de un espíritu

realmente participativo. Debe incorporarse los caracteres espontáneos de la expresión juvenil, y toda clase de formas culturales fuertemente marcadas como adolescentes.

Reportajes, entrevistas, crónicas, etc., tendrán como protagonistas a los jóvenes. Una auténtica retroalimentación hará circular las respuestas obtenidas y las inquietudes planteadas. Serán ahora los jóvenes los que digan qué quiere la juventud.

El lenguaje empleado con los jóvenes será más accesible, se eliminarán los modos de expresión 'en clave'. No se trata de dirigirnos a los jóvenes con el lenguaje de la 'onda', pero sí que sea más accesible, que abandone algunos de los rituales totalmente innecesarios con que a veces se ha intentado establecer comunicación. No queremos que nuestras buenas intenciones naufraguen ante los tecnicismos. Saldremos en busca del lenguaje popular; lo aceptaremos como expresión de las mayorías. Nos apropiaremos de la frescura verbal de los jóvenes, sin desdeñar una riqueza que permita mayores posibilidades de expresión.<sup>18</sup>

A pocos años de esta propuesta, los compromisos cumplidos pueden atisbarse en la siguiente reflexión de un muchacho de 26 años que fue dada a conocer en el periódico *Reforma* a finales del siglo XX. Las palabras expresadas

---

<sup>18</sup> Idem; p.352

resultan un tremendo veredicto hacia los medios de comunicación porque el joven aseguraba no leer los periódicos, no escuchar la radio ni ver televisión porque “la realidad es donde estamos, no donde nos vemos”.<sup>19</sup> Es por eso, que a continuación se hace una propuesta sobre radio y jóvenes en México.

---

<sup>19</sup> Suplemento “Jóvenes de fin de siglo”, *Reforma*, 19 de mayo de 1996, p. 5-A.

## **CAPÍTULO TRES**

### **DEL TALLER-ESTACIÓN**

#### **Radio USB: Taller-Estación**

##### **Objetivo del Taller-Estación**

Capacitar a los jóvenes y adolescentes del grupo 'Nueva Generación' para hacer radio (en todos los aspectos de la actividad) a la par que desarrollen productos radiofónicos y los transmitan al grupo por circuito cerrado.

##### **Temario**

###### 1. Introducción

1.1. Fundamentos del lenguaje radiofónico

1.2. Sensibilización radiofónica

1.3. Guión

1.3.1. Personaje principal / Asunto de la historia

1.3.2. Propuesta

1.3.3. Sinopsis

1.3.4. Análisis de personajes

1.3.5. Tratamiento

1.3.6. Guión técnico

1.4. Orden de edición

1.5. Lectura de guión

2. Manejo técnico en cabina

2.1. Características del sonido

2.2. Micrófonos

2.3. Consolas y periféricos

2.4. Grabación

2.4.1. Análoga

2.4.2. Digital

2.5. Edición

2.5.1. Análoga

2.5.2. Digital

2.6. Procedimientos y sistemas de trabajo de operarios técnicos

3. Producción

3.1. Preproducción

3.1.1. Planeación

3.1.2. Presupuestos

3.1.3. Pronósticos

3.1.4. Orden maestro de edición

3.1.5. Guión maestro

3.2. Realización

3.2.1. Investigación

### 3.2.2. Elaboración de guión

### 3.2.3. Recabar recursos

3.2.3.1. Talentos, asistentes y operadores técnicos

3.2.3.2. Efectos y música grabados u originales

3.2.3.3. Estudio (ensayo y grabación)

3.2.3.4. 'Props' para efectos físicos

3.2.3.5. 'Catering'

3.2.3.6. Copias de guión

### 3.2.4. Ensayo

### 3.2.5. Grabación

### 3.2.6. Edición

## 3.3. Transmisión

## **Estrategias**

### MODALIDAD DE TALLER

El temario no se expondrá como una clase, sino como un taller. Esto es, todos van a participar, guiados por alguien capacitado (facilitador) y un grupo de colaboradores, en desarrollar el programa de radio, grabarlo y transmitirlo. Durante esta actividad, el facilitador y sus colaboradores van a asegurarse de ir transmitiendo los conocimientos del temario a los participantes. Utilizarán libros de texto y controles de lectura además de las prácticas semanales, así como otros apoyos didácticos.

Cada sesión requiere de un mínimo de cuatro horas. Por lo cual se sugiere que el horario corresponda al viernes en la tarde a partir de las 15:00 hrs. O el sábado a partir de las 8:00 hrs.

Dentro del horario del grupo de 'Nueva Generación' los programas, o los resultados de las sesiones se transmitirán los sábados de 15:00 a 16:30 y se repetirán o continuarán según sea el caso de 19:30 a 20:00 hrs.

#### ETAPAS

1. Introducción
2. Programación de música
3. Grabación de programa
4. Combinar material grabado con material en vivo
5. Programa en vivo

El facilitador necesita ir percibiendo el ritmo de desarrollo del taller para ir avanzando a las siguientes etapas. Sin embargo, no es recomendable que cada etapa dure más de un mes, ya que los participantes pueden perder interés.

#### **Procedimiento**

1. Desarrollar el programa de sesiones por etapas asegurándose de incluir los conocimientos del temario del taller-estación.
2. Llevar a cabo las sesiones.
3. Transmitir los productos radiofónicos.

## Programa de sesiones

### SESIÓN 1: LAS REGLAS DEL JUEGO

Etapa	Introducción
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se familiarice con la dinámica y el programa del taller-estación</li> <li>2. Conozca los fundamentos del lenguaje radiofónico</li> <li>3. Conozca la sensibilización radiofónica.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a las dinámicas del taller-estación</li> <li>• Fundamentos del lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida. Preparar un mensaje de bienvenida de 1 min. en el que entre otras cosas se exprese el mensaje: “Ustedes son un equipo. Y como los primeros miembros del equipo requieren capacitación a fondo, ya que ustedes van a capacitar a los nuevos reclutas el próximo periodo. Por lo que nuestra prioridad será cumplir con estos objetivos. Para lo cual se requiere su constancia, su disciplina y su apego a las reglas del juego”.</li> <li>2. Reglas del juego. Se les reparte a cada tallercista una hoja perforada para carpeta con las “reglas del juego”. En esta hoja se debe delinear un breve mensaje de ánimo, los objetivos del taller-estación, los horarios, criterios para solicitar permiso de faltar, las actitudes que se esperan de los muchachos, las etapas a seguir, el temario a estudiar, las normas para entrega de tareas y controles de lectura, las sanciones respectivas y las recompensas correspondientes. Así</li> </ol>

como un espacio para que el muchacho firme un compromiso consigo mismo de que se ajustará a estas reglas. Estas reglas deben incluir que su pase de entrada a la siguiente sesión será su tarea y su control de lectura. Sin ellos, no podrán participar en la sesión, tendrán que esperar afuera a sus compañeros.

Se da lectura a las reglas, se responden dudas y se da tiempo para que los muchachos firmen su compromiso.

### 3. Material que es necesario comprar

Se les solicitará a los participantes que compren una carpeta blanca de argollas tamaño carta con ventana panorámica, a la cual en la segunda sesión se le añadirá una portada. El material que se les entregue se les dará ya perforado para que lo puedan incluir en su carpeta.

También se les pedirá que den el importe requerido (\$65.00 en 2004) para comprarles un libro de texto a cada uno, a saber: *La escritura radiofónica. Manual para guionistas*. De Fernando Curiel (UNAM / SUA). El facilitador le encargará a uno de los colaboradores que compre los libros en la semana y le entregará el dinero.

### 4. Fundamentos del lenguaje radiofónico.

Preparar exposición de 20 min. (basada en el capítulo 2 del libro de texto mencionado) en la que se comunique la idea de que lo que se escucha en la radio es un discurso. Este discurso (a semejanza del lenguaje hablado o escrito) tiene una estructura, elementos de significado y sintaxis. A diferencia del discurso hablado y escrito, el discurso radiofónico se forma de sonidos en lugar de palabras. Las unidades radiofónicas básicas de este discurso reciben el nombre de *radiosemas*.

Este discurso puede ser codificado en palabras a semejanza de la partitura musical que utiliza símbolos. La

codificación en palabras de este discurso recibe el nombre de *guión*.

En esta exposición es necesario utilizar ilustraciones. Se sugiere la ilustración de un programa (software) de cómputo. También se sugiere que la exposición sea sencilla y fácil de entender, ya que los miembros del equipo (los tallercistas) tienen distintos grados de preparación académica.

5. Sensibilización radiofónica.

Se prepara una exposición de 5 min. en la que se comunique el mensaje de que es necesario pensar desde una perspectiva sonora para poder desarrollar un discurso radiofónico. Esto quiere decir que multitud de situaciones suceden simultáneamente a nuestro alrededor (no solo consecutivamente) y todas estas situaciones producen sonidos característicos. Por la forma en que estamos diseñados por Dios, discriminamos los sonidos y solo topicalizamos lo relevante. Eso no quiere decir que en un ambiente en particular esos "otros" sonidos no estén presentes, sino que de alguna forma escogemos no escucharlos o pasarlos por alto. Para lo cual se llevará a cabo el siguiente ejercicio:

5.1. Se les pide a los participantes que cierren sus ojos para que escuchen y que noten todos los sonidos que normalmente no les dan importancia; como el zumbido de las lámpara fluorescentes, los gritos de la gente, o los coches, en la calle, etcétera.

5.2. Después de 3 min., de escuchar, se les pide a los participantes que describan los sonidos nuevos que descubrieron.

	6. Pasar lista. 7. Dejar tarea.
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas tamaño carta perforadas para carpeta impresa con las reglas del juego.</li> <li>• Lista.</li> </ul>
Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprar carpeta de argollas blanca con ventana panorámica.</li> <li>• Hacer ejercicio de sensibilización radiofónica (1) en un parque y (2) en un centro comercial, y escribir un breve reporte.</li> <li>• Buscar el libro <i>Guión para medios audiovisuales cine, radio y televisión</i>. De Maximiliano Maza Pérez (Addison Wesley Longman; ISBN 968444172X). Y ver el precio. Traer la información para la próxima sesión.</li> </ul>
Control de lectura	Volver a leer en la semana las reglas del juego. No entregar reporte. Solo se les preguntará si lo leyeron o no.

## SESIÓN 2: MI PRIMER GUIÓN

Etapa	Introducción
Objetivos	Que el tallercista: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conozca las primeras tres etapas (según Maza) de la redacción de un guión: personaje principal y asunto de la historia, propuesta y sinopsis.</li> <li>2. Identifique los <i>radiosemas</i> típicos.</li> <li>3. Redacte las primeras tres etapas de un guión.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje principal y asunto de la historia</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<p>1. Recepción de tareas y control de lectura.</p> <p>Como se especificó en las reglas del juego, la tarea y el control de lectura es su boleto de entrada a la siguiente sesión. A la entrada del salón se revisan las carpetas, se recogen las tareas y se pregunta si se llevó a cabo la lectura de las reglas y si se investigó sobre el libro de Maza. Los que cumplan pueden pasar a continuar con el curso. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta primera ocasión es necesario ser estricto, ya que la seriedad del taller depende del interés que los jóvenes muestren en él (interés es el cociente de la recompensa entre el esfuerzo dice Schramm).</p> <p>Ya no será necesario tomar lista al final.</p> <p>2. Comentarios sobre su trabajo en casa.</p> <p>Se les va preguntando de forma aleatoria a cinco muchachos sobre el ejercicio de sensibilización radiofónica y el libro de Maza.</p> <p>Los comentarios sobre la experiencia sonora son de gran importancia, ya que de hacerse bien, este ejercicio abre la mente para la creatividad sonora. Que es básica para la elaboración de imágenes sonoras y por ende para la elaboración del producto radiofónico en sí.</p> <p>Es necesario identificar si los muchachos pudieron conocer más libros sobre radio y guión en su investigación del libro de Maza. También es necesario comentar sobre el precio del libro de Maza y elaborar junto con ellos un plan para que todos puedan leerlo (se puede sorprender de la creatividad que los muchachos mostrarán para conseguir que todos lo lean, especialmente en este</p>

	<p>momento que han tenido el libro fascinante de Maza en las manos y saben ya lo valioso que es, además de la solidaridad natural de la edad).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Entregar libros de texto. Por lista se le entrega su libro a cada uno.</li> <li>4. Entrega de portadas para la carpeta. Por lista se le entrega la portada y el lomo de su carpeta a cada uno y se les muestra cómo colocarlas en su lugar.</li> <li>5. Ejercicio de identificación de <i>radiosemas</i>. En la página 25 viene un ejercicio que Fernando Curiel llama “experimento” para identificar los distintos <i>radiosemas</i> del discurso radiofónico. El ejercicio se llevará a cabo en clase, dando tiempo para que los muchachos identifiquen cada <i>radiosema</i>. Para este ejercicio es necesario llevar un radio, de preferencia un amplificador y bocinas para que todos escuchen y se vayan familiarizando con el equipo.</li> <li>6. Los <i>radiosemas</i> y la “estrategia de los sonidos”. Se prepara una exposición de 5 min. basada en las páginas 25 al 50 del libro de texto en la que se destaca la importancia de los <i>radiosemas</i> y su uso en el discurso radiofónico. Asimismo es necesario hacer énfasis en cada uno de ellos y cada una de sus funciones.</li> <li>7. El guión en etapas. Se prepara una exposición de 3 min. en la que se destaque la importancia de dividir la elaboración del guión en etapas de cada vez mayor complejidad y detalle.</li> <li>8. Personaje/Asunto – Propuesta – Sinopsis Preparar una exposición de 20 min. en la que se explique la definición de cada concepto, presentar ejemplos y dar tiempo para elaborar ejercicios.</li> </ol>
--	---

	<p>Es importante dar mayor tiempo al concepto de sinopsis, ya que para los principiantes es difícil hacer la distinción entre propuesta y sinopsis si no se explican a detalle las partes de la estructura dramática y la libertad que tenemos de acomodarlas en el orden que se desee.</p> <p>9. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Curiel y Maza).</li> <li>• Portadas y lomos de carpetas.</li> <li>• Lista.</li> <li>• Radio (además será necesario un amplificador con bocinas).</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar una breve síntesis del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> </ul>
Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar tres personaje/asunto.</li> <li>• Desarrollar cada personaje/asunto en una propuesta.</li> <li>• Desarrollar cada propuesta en una sinopsis.</li> </ul>
Control de lectura	<p>Leer libro de texto (Curiel) págs. 1-50. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo leído, sino reportar lo nuevo que se haya aprendido y su importancia.</p>

### SESIÓN 3: PRIMEROS PASOS

Etapa	Introducción
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conozca lo que es análisis de personajes y el tratamiento.</li> <li>2. Afiance su conocimiento de los <i>radiosemas</i> típicos.</li> <li>3. Redacte el análisis de un personaje y comience la redacción de un tratamiento.</li> </ol>

Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje/Asunto</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> <li>○ Análisis de personajes</li> <li>○ Tratamiento</li> </ul> </li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<p>1. Recepción de tareas y control de lectura.</p> <p>Como se especificó en las reglas del juego, la tarea y el control de lectura es su boleto de entrada a la siguiente sesión. A la entrada del salón se recogen las tareas, el reporte de lectura y se pregunta si se cumplió con lo que se haya acordado en la sesión anterior sobre el libro de Maza. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta segunda ocasión es necesario seguir siendo estricto, ya que, como se expuso en la sesión anterior, la seriedad del taller depende del interés que los jóvenes muestren en él (interés es el cociente de la recompensa entre el esfuerzo dice Schramm).</p> <p>Ya no será necesario tomar lista al final.</p> <p>2. Comentarios sobre su trabajo en casa.</p> <p>Se les va preguntando de forma aleatoria a cinco muchachos sobre su tarea. Primero se les pide que lean un personaje/asunto a cinco de ellos. Después se les pide que lean una de sus propuestas a otros cinco. Luego, que lean una de sus sinopsis a dos de ellos.</p> <p>En este momento es necesario, primero felicitar a quienes hayan hecho bien su tarea y segundo corregir a los que no hayan comprendido el asunto y animarlos a</p>

	<p>que lo hagan mejor la siguiente vez. Para esto se les tiene que pedir que hagan por lo menos uno de los tres ejercicios nuevamente en casa como trabajo adicional.</p> <p>3. Dar seguimiento a los esfuerzos para conseguir que todos tengan el libro de Maza.</p> <p>4. Control de lectura sobre <i>radiosemas</i> y estrategia de los sonidos.</p> <p>Pedirle a cada uno que haga un resumen oral de lo que aprendió con la lectura. Agradecer los comentarios. Corregir los que sean incorrectos. Y abundar sobre el tema donde haya lagunas.</p> <p>5. Análisis de personajes.</p> <p>Preparar una exposición de 8 min. en la que se explique los pasos a seguir para hacer un análisis de personajes. En ella no debe faltar expresar que no importa que las minucias de la vida de nuestro personaje jamás lleguen al guión o al producto radiofónico. Sino que es imprescindible que conozcamos a detalle al personaje al que le vamos a dar vida antes de comenzar a redactarlo. Este personaje va desde un locutor en un noticiario (si el personaje que narra las noticias es uno mismo, es necesario redactar el análisis de uno mismo), hasta un héroe en un radioteatro. Al conocerlo bien, sabemos lo que puede decir, hacer o pensar.</p> <p>Dar 5 min. para comenzar el ejercicio del análisis de un personaje.</p> <p>Tomar 5 min. para escuchar la lectura de los avances de tres compañeros que hayan logrado adelantar.</p> <p>6. Tratamiento.</p> <p>Se prepara una exposición de 8 min. en la que se destaquen las características del tratamiento. En esta etapa se puede utilizar la narrativa y las descripciones</p>
--	---

	<p>para formar imágenes. Se debe llenar la sinopsis que se ha desarrollado ya, con las acciones y dichos de los personajes. Estos personajes actúan, hablan y piensan de la manera en que los describimos en el análisis de personajes.</p> <p>Dar 5 min. para comenzar el ejercicio de tratamiento. Solo la primera parte de su estructura dramática, no toda la historia.</p> <p>Tomar 5 min. para escuchar los avances de un compañero.</p> <p>Esta es una de las etapas más emocionantes, ya que se está desarrollando lo que será el producto final en bruto. Pero al mismo tiempo puede ser una experiencia paralizante para algunos, sea por temor, por pereza o por carencias en su preparación académica. Se requiere producir un ambiente de desafío electrizante. Una expectativa emocionante por conocer la historia tal y como es, para que los muchachos se entreguen a la tarea.</p> <p>7. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Curiel y Maza).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> </ul>
Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminar el análisis de un personaje.</li> <li>• Terminar la primera parte del guión literario.</li> <li>• Lo que se haya acordado sobre el libro de Maza.</li> </ul>
Control de lectura	<p>Leer libro de texto (Curiel) págs. 51-68. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.</p>

## SESIÓN 4: LISTO PARA EL FOGÓN

Etapa	Introducción
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Afiance su conocimiento de análisis de personajes y tratamiento.</li> <li>2. Redacte imágenes visuales y sonoras.</li> <li>3. Incremente su sensibilidad hacia las imágenes sonoras.</li> <li>4. Conozca el guión técnico y la manera de convertir las imágenes sonoras en palabras.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje principal / Asunto de la historia</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> <li>○ Análisis de personajes</li> <li>○ Tratamiento</li> <li>○ Guión técnico</li> </ul> </li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de tareas y control de lectura.  Se recogen las tareas, el reporte de lectura y se pregunta si se cumplió con lo que se haya acordado en la segunda sesión sobre el libro de Maza. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta tercera ocasión es la última vez en que es necesario ser muy estricto. A partir de la siguiente sesión se puede relajar un poco (pero solo un poco) la disciplina de tareas y la puntualidad. Lamentablemente, en esta sesión es necesario seguir siendo muy estrictos.  Ya no será necesario tomar lista al final.</li> </ol>

2. Comentarios sobre su trabajo en casa.

Se les va preguntando de forma aleatoria a cinco muchachos sobre su tarea. Primero se les pide que lean su análisis de personajes a dos de ellos. Después se les pide que lean su tratamiento a otros dos.

En este momento es necesario, primero felicitar a quienes hayan hecho bien su tarea y segundo corregir a los que no hayan comprendido el asunto y animarlos a que lo hagan mejor la siguiente vez. Para esto se les tiene que pedir que hagan por lo menos uno de los dos ejercicios nuevamente en casa como trabajo adicional.

3. Dar seguimiento a los esfuerzos para conseguir que todos tengan el libro de Maza.

4. Control de lectura sobre el ejercicio de guión.

Es necesario dar el tiempo que se requiera a este control de lectura. Los jóvenes tienen ideas novedosas y saber extraerlas de ellos no depende tanto de una técnica específica, sino de una combinación de entusiasmo, interés y tiempo.

Pedirle a cada uno que haga un resumen oral de lo que aprendió con la lectura. Agradecer los comentarios. Corregir los que sean incorrectos. Y abundar sobre el tema donde haya lagunas.

5. Tratamiento

Tomar el tiempo necesario para que tres compañeros lean la primera parte de su tratamiento. En este ejercicio el facilitador necesita tomar notas de lo que quiera reforzar o corregir para no interrumpir al muchacho que esté leyendo y decir sus comentarios al final de que los tres hayan terminado su lectura. Es imprescindible que el facilitador no permita la burla de parte de los compañeros y que al primer indicio salga en defensa del muchacho ofendido y que le llame la atención al burlón. De esta forma

	<p>desalentará las burlas y alentará la creatividad. El ambiente requiere ser una atmósfera de confianza para que los jóvenes puedan expresarse libremente.</p> <p>Tomar 8 min. para que en la sesión comiencen el desarrollo de la segunda parte de su tratamiento. El facilitador necesita estar accesible para las consultas que puedan querer hacer los muchachos.</p> <p>6. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Curiel y Maza).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> </ul>
Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminar la segunda parte del tratamiento.</li> <li>• Resolver el breve repaso de las págs. 71 -73</li> </ul>
Control de lectura	<p>Leer libro de texto (Curiel) págs. 77-86. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.</p>

#### SESIÓN 5: COCINAR A FUEGO LENTO

Etapa	Introducción
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redacte la primera y la segunda parte de su tratamiento en formato de guión técnico con el fin de convertir las imágenes sonoras en palabras.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje principal / Asunto de la historia</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> <li>○ Análisis de personajes</li> <li>○ Tratamiento</li> <li>○ Guión técnico</li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<p>1. Recepción de tareas y control de lectura.</p> <p>Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta cuarta ocasión, los jóvenes incumplidos o impuntuales saben la sanción a la que se hacen acreedores, por lo que van a presentar una disculpa y a tratar con todas sus fuerzas de que se les deje participar. La participación se debe condicionar y no ceder demasiado pronto a ella. Ojo: No ofrecer la participación condicionada a menos que los muchachos realmente rueguen por estar en el taller. Es importante que se vigile el cumplimiento estricto de las condiciones que se hayan impuesto para conceder la participación. Hemos logrado ya despertar su interés.</p> <p>Ya no será necesario tomar lista al final.</p> <p>2. Comentarios sobre su trabajo en casa.</p> <p>Tomar el tiempo necesario para que tres compañeros lean la segunda parte de su tratamiento. En este ejercicio el facilitador necesita tomar notas de lo que quiera reforzar o corregir para no interrumpir al muchacho que esté leyendo y decir sus comentarios al final de que los tres hayan terminado su lectura. Es imprescindible que el facilitador no permita la burla de parte de los compañeros y que al primer indicio salga en defensa del muchacho ofendido y que le llame la atención al burlón. De esta forma desalentará las burlas y alentará la creatividad. El</p>

ambiente requiere ser una atmósfera de confianza para que los jóvenes puedan expresarse libremente.

Tomar 8 min. para que en la sesión comiencen el desarrollo de la segunda parte de su tratamiento. El facilitador necesita estar accesible para las consultas que puedan querer hacer los muchachos.

3. Resolver juntos el breve repaso.

En unos 10 min. ir resolviendo el breve repaso entre todos. Esto quiere decir que se lee la pregunta y se alienta a los muchachos a que sugieran la respuesta. Obviamente, deben participar con lo que resolvieron de tarea. De esta manera se corrige el repaso de inmediato y no tienen que esperar a que se les entregue corregido.

4. Control de lectura

Es necesario dar el tiempo que se requiera a este control de lectura. Los jóvenes necesitan tener claras las herramientas con las que cuentan para formar imágenes sonoras en lenguaje radiofónico. Se sugiere que el facilitador vaya deteniéndose en cada una para que los jóvenes expliquen. En lugar de pedir que algunos de ellos digan lo que aprendieron de la lectura en general, como en las sesiones anteriores, en este caso es necesario que digan lo que aprendieron de cada punto, para que el facilitador tenga oportunidad de corregir a lo que no hayan captado la idea y de reforzar a los que hayan entendido la lectura.

5. Tratamiento a guión técnico

Preparar una exposición de 8 min. en la que se expliquen los primeros pasos para convertir el tratamiento en guión técnico. Esta exposición no debe omitir:

- Decidir formato y género radiofónico del programa.
- Duración del programa.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo real y tiempo de la publicidad.</li> <li>• Número de cortes.</li> <li>• La división en capítulos (si se trata de un programa) o en episodios si estamos hablando de una serie (y la subdivisión de los episodios). Es sabio que la división de capítulos corresponda con el número de cortes.</li> </ul> <p>6. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Curiel y Maza).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> </ul>
Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer primero el control de lectura que la tarea.</li> <li>• Terminar la tercera y última parte del tratamiento.</li> <li>• Transformar la primera y la segunda parte en guión técnico con el nivel de conocimientos que se tienen hasta el momento.</li> <li>• Traer dinero para pagar copias de la siguiente sesión.</li> </ul>
Control de lectura	<p>Leer libro de texto (Curiel) págs. 89-105 y 115-149. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene. Esta lectura en particular se tiene que llevar a cabo antes de hacer la tarea. Ya que buena parte de la tarea se tiene que basar en la lectura.</p>

## SESIÓN 6: DARLE VUELTA EN LA CACEROLA

Etapa	Introducción
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redacte la tercera parte de su tratamiento en formato de guión técnico con el fin de convertir las imágenes sonoras en lenguaje radiofónico.</li> <li>2. Que revise la primera y la segunda parte de acuerdo con lo nuevo que ha aprendido.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje principal / Asunto de la historia</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> <li>○ Análisis de personajes</li> <li>○ Tratamiento</li> <li>○ Guión técnico</li> </ul> </li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de tareas y control de lectura.</li> </ol> <p>Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta quinta ocasión, los jóvenes incumplidos o impuntuales saben la sanción a la que se hacen acreedores, por lo que van a presentar una disculpa y a tratar con todas sus fuerzas de que se les deje participar. La participación se debe condicionar y no ceder demasiado pronto a ella. Ojo: No ofrecer la participación condicionada a menos que los muchachos realmente rueguen por estar en el taller. Es importante que se vigile el cumplimiento estricto de las condiciones que se hayan impuesto para conceder la participación. Hemos logrado ya despertar su interés.</p>

	<p>Ya no será necesario tomar lista al final.</p> <p>2. Comentarios sobre su trabajo en casa.</p> <p>Tomar el tiempo necesario para que tres compañeros lean la tercera parte de su tratamiento. En este ejercicio el facilitador necesita tomar notas de lo que quiera reforzar o corregir para no interrumpir al muchacho que esté leyendo y decir sus comentarios al final de que los tres hayan terminado su lectura. Es imprescindible que el facilitador no permita la burla de parte de los compañeros y que al primer indicio salga en defensa del muchacho ofendido y que le llame la atención al burlón. De esta forma desalentará las burlas y alentará la creatividad. El ambiente requiere ser una atmósfera de confianza para que los jóvenes puedan expresarse libremente.</p> <p>3. Resolver juntos el breve repaso.</p> <p>En unos 10 min. ir resolviendo el breve repaso de las págs. 109-111 entre todos. Esto quiere decir que se lee la pregunta y se alienta a los muchachos a que sugieran la respuesta.</p> <p>4. Control de lectura</p> <p>Es necesario dar el tiempo que se requiera a este control de lectura. Los jóvenes necesitan tener claras las herramientas con las que cuentan para formar imágenes sonoras en lenguaje radiofónico. Se sugiere que el facilitador vaya deteniéndose en cada una para que los jóvenes expliquen. En lugar de pedir que algunos de ellos digan lo que aprendieron de la lectura en general, como en las sesiones anteriores, en este caso es necesario que digan lo que aprendieron de cada punto, para que el facilitador tenga oportunidad de corregir a lo que no hayan captado la idea y de reforzar a los que hayan entendido la lectura.</p>
--	--

	<p>5. Tratamiento a guión técnico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar el tiempo necesario para que se terminen los guiones técnicos. Esto requiere que se revisen conforme a lo aprendido. El facilitador necesita estar disponible para las dudas de los muchachos. Y, además, pasearse por el salón para ofrecer su ayuda y supervisar el avance.</li> </ul> <p>6. Dejar tarea. Entregar copias de <i>Producción...</i></p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Curiel y Maza).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> <li>• Copias del primer capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donell; <i>Producción en la radio moderna</i>; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> </ul>
Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminar el guión técnico por completo para su lectura en la siguiente sesión.</li> <li>• Seleccionar sus discos favoritos de música y traerlos para la próxima sesión.</li> <li>• Escuchar por lo menos tres estaciones de radio distintas en las que programen música para jóvenes y elaborar un reporte en el que describan la dinámica de los programas, con el fin de redactar un pequeño guión durante la próxima sesión.</li> </ul>
Control de lectura	<p>Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.</p>

## SESIÓN 7: CASI LISTO

Etapa	Introducción y Programación de música
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Provoque la imaginación de sus compañeros al leer su guión.</li> <li>2. Que entre en contacto con el equipo que se utiliza para hacer radio y conozca sus características.</li> <li>3. Que se imagine un programa musical juvenil y lo escriba.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje principal / Asunto de la historia</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> <li>○ Análisis de personajes</li> <li>○ Tratamiento</li> <li>○ Guión técnico</li> </ul> </li> <li>• Lectura de guión</li> </ul> <p>Manejo técnico en cabina</p>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de tareas y control de lectura. Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta sexta ocasión, pocos serán los jóvenes incumplidos o impuntuales. Ya no será necesario tomar lista al final.</li> <li>2. Comentarios sobre su trabajo en casa. Tomar el tiempo necesario para que todos los compañeros lean su guión. Lo más importante de esta lectura es que el autor lo comunique de tal forma que pueda despertar en sus compañeros emociones y que formen imágenes sonoras. El entusiasmo es</li> </ol>

clave. Se sugiere que los compañeros ayuden a la lectura tomando el papel de alguno de los personajes de su compañero.

Para esta sesión en particular es necesario que el facilitador llegue con toda anticipación para preparar la consola, el amplificador, las bocinas y los micrófonos por medio de los cuales los tallercistas expondrán su trabajo.

El facilitador debe actuar con firmeza y entusiasmo para desalentar todo nerviosismo de parte de los participantes y que todos se animen a dar lo mejor de sí.

Esta parte de la sesión necesita tener un tiempo designado que no interfiera con las actividades siguientes. Si no alcanza el tiempo para que todos lean su guión, los que no hayan alcanzado a leerlo lo harán en la sesión siguiente. Se sugiere que el facilitador se quede con los guiones de los que lo leerán la siguiente sesión para evitar que los muchachos traten de mejorarlo en casa.

### 3. Control de lectura

Llevar a cabo la actividad de control de lectura como en sesiones anteriores. Aunque la lectura es bastante explícita y actualizada, se requiere que el facilitador matice las características del equipo a lo que los muchachos estarán usando en las siguientes sesiones.

### 4. Un programa juvenil de música

Pedirles a los muchachos que por equipos de cinco personas utilicen los discos que trajeron de su casa para escoger una secuencia de canciones para un programa ininterrumpido de música continua. Esto quiere decir que no tendrá entrada, ni comentarios, solo las canciones una tras otra. La secuencia debe durar 15 min. y no tener “gaps”.

Un equipo hará la secuencia conforme a género musical, otro equipo conforme a estilo del artista, otro

	<p>equipo conforme a un tema, otro equipo conforme a popularidad y otro equipo conforme a época.</p> <p>Una vez que hayan decidido las canciones y el orden, el equipo necesita redactar el guión de la secuencia.</p> <p>5. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Hausman y Tostado).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> <li>• Copias del segundo capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donell; Producción en la radio moderna; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> <li>• Consola (y amplificador si es necesario)</li> <li>• Bocinas</li> <li>• Micrófonos</li> <li>• Cables</li> </ul>
Tarea	<p>Traer para la siguiente sesión por equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audífonos estéreo mini plug con convertidor (adaptador) a plug</li> <li>• Lector portátil de discos compactos (o dos)</li> <li>• Cable RCA estéreo macho a Plug mono</li> <li>• Cable RCA estéreo macho-macho</li> <li>• Cable RCA estéreo macho a dos plugs mono</li> <li>• Cable mini plug estéreo a plug mono</li> <li>• Cable mini plug estéreo a dos plugs mono</li> <li>• Cable mini plug estéreo a RCA estéreo</li> <li>• Cable plug a plug para bocina</li> <li>• Discos compactos de la música seleccionada</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guión en limpio de la secuencia de canciones, y cinco copias del guión: una para el facilitador, las otras cuatro para los otros cuatro compañeros de equipo.</li> <li>• Estuche (caja) para guardar los cables y convertidores.</li> <li>• Alambres de bolsa de pan de caja para sujetar los cables u otro método para que no se desordenen los cables en la caja.</li> </ul> <p>Para satisfacer todas las variantes de cables y no gastar tanto dinero, los muchachos pueden traer cables base y convertidores (adaptadores) o 'Y' s conforme a su creatividad.</p>
Control de lectura	Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.

### SESIÓN 8: MI PRIMER PROGRAMA MUSICAL

Etapa	Introducción y Programación de música
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Provoque la imaginación de sus compañeros al leer su guión.</li> <li>2. Que entre en contacto con el equipo que se utiliza para hacer radio y conozca sus características.</li> <li>3. Que realice un programa musical juvenil de música continua a partir de un guión.</li> <li>4. Que se imagine y escriba un programa musical juvenil con rúbricas, cortinillas, entradas y salidas a comerciales, comentarios del conductor e identificación de las canciones.</li> </ol>

Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Personaje principal / Asunto de la historia</li> <li>○ Propuesta</li> <li>○ Sinopsis</li> <li>○ Análisis de personajes</li> <li>○ Tratamiento</li> <li>○ Guión técnico</li> </ul> </li> <li>• Lectura de guión</li> </ul> <p>Manejo técnico en cabina</p>
Dinámica y enseñanza	<p>1. Recepción de tareas y control de lectura.</p> <p>Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera. En esta séptima ocasión, pocos serán los jóvenes incumplidos o impuntuales.</p> <p>Ya no será necesario tomar lista al final.</p> <p>2. Comentarios sobre su trabajo en casa.</p> <p>Tomar el tiempo necesario para que los compañeros, que por falta de tiempo no pudieron leer su guión en la sesión anterior, lean su guión. Lo más importante de esta lectura es que el autor lo comunique de tal forma que pueda despertar en sus compañeros emociones y que formen imágenes sonoras. El entusiasmo es clave. Se sugiere que los compañeros ayuden a la lectura tomando el papel de alguno de los personajes de su compañero.</p> <p>Para esta sesión en particular es necesario que, nuevamente, el facilitador llegue con toda anticipación para preparar la consola, el amplificador, las bocinas y los micrófonos por medio de los cuales los tallercistas expondrán su trabajo.</p> <p>El facilitador debe actuar con firmeza y entusiasmo</p>

para desalentar todo nerviosismo de parte de los participantes y que todos se animen a dar lo mejor de sí.

Esta parte de la sesión necesita tener un tiempo designado que no interfiera con las actividades siguientes. Si no alcanza el tiempo para que todos lean su guión, los que no hayan alcanzado a leerlo lo harán en la sesión siguiente. Se sugiere que el facilitador se quede con los guiones de los que lo leerán la siguiente sesión para evitar que los muchachos traten de mejorarlo en casa.

### 3. Control de lectura

Llevar a cabo la actividad de control de lectura como en sesiones anteriores. Aunque la lectura es bastante explícita y actualizada, se requiere que el facilitador matice las características del equipo a lo que los muchachos estarán usando en las siguientes sesiones.

### 4. La realización de un programa juvenil de música continua

Pedirles a los muchachos que pasen por grupos a transmitir su programa. Esto quiere decir que el facilitador debe preparar una breve exposición de 3 min. con las instrucciones a seguir para conectar el equipo, ya que cada grupo usará su propio reproductor de discos compactos, así como sus propios cables (o convertidores). También les debe instruir recordar los protocolos profesionales para el fluir del programa (por ejemplo, el conteo a cero, la señal de pie, 'cue' o de entrada, el silencio sepulcral, los ojos de todos puestos en el guión, etcétera).

Es importante recordar el objetivo del programa: música continua sin 'gaps' que corresponda a un guión previamente elaborado el cual tenga un tema característico.

### 5. Complicando la cosa.

Pedir que por grupos se elabore rápidamente idea-síntesis-argumento de un programa musical juvenil, así

	<p>como breve análisis de personaje de una pareja de conductores. Utilizar el guión de música continua para desarrollar de tarea un guión técnico que tenga rúbrica de entrada y de salida, cortinillas, ráfagas, comentarios de los dos conductores conforme a su análisis de personaje.</p> <p>6. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Hausman y Tostado).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li>   <li>• Copias del tercer capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donell; <i>Producción en la radio moderna</i>; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> <li>• Consola (y amplificador si es necesario)</li> <li>• Bocinas</li> <li>• Micrófonos</li> <li>• Cables</li> </ul>
Tarea	<p>Traer para la siguiente sesión por grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su caja con cables, convertidores y reproductor de discos.</li> <li>• Discos compactos.</li> <li>• Utilizar el guión de música continua para desarrollar un nuevo guión técnico que tenga rúbrica de entrada y de salida, cortinillas, ráfagas, comentarios de los dos conductores conforme a su análisis de personaje y de acuerdo con el tema de la secuencia, así como identificación de las canciones.</li> <li>• Pasar en limpio el guión y sacarle copias suficientes.</li> </ul>

Control de lectura	Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.
--------------------	--

### SESIÓN 9: UN SOLITO INSÓLITO

Etapa	Programación de música
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realice un programa musical juvenil a partir de un guión, con rúbricas, cortinillas, entradas y salidas a comerciales, comentarios del conductor e identificación de las canciones.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión</li> <li>• Lectura de guión</li> </ul> <p>Manejo técnico en cabina</p>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de tareas y control de lectura. Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera.</li> <li>2. Comentarios sobre su trabajo en casa. Tomar el tiempo necesario para que cada grupo exponga la sinopsis de su programa con el fin de votar cuál de todos realizar durante la sesión. El entusiasmo es clave. Se sugiere que en una hoja de papel los participantes escriban tres razones por las que prefieren realizar el programa que hayan escogido y entregarla al facilitador. El facilitador hará el recuento de los votos y leerá las razones de los participantes. El grupo que haya sido escogido para</li> </ol>

realizar su programa, integrará en su equipo a los miembros de los demás grupos para que todos colaboren en la realización del programa.

Para esta sesión en particular es necesario que, nuevamente, el facilitador llegue con toda anticipación para preparar la consola, el amplificador, las bocinas y los micrófonos por medio de los cuales los tallercistas expondrán su trabajo.

Además es necesario que prepare un par de atriles que servirán para que los “conductores” lean sus guiones. No se recomienda el uso de una mesa con sillas. Lo mejor de la radio se hace de pie y con el espacio suficiente para acompañar la voz con los movimientos corporales naturales.

El facilitador debe actuar con firmeza y entusiasmo para desalentar todo nerviosismo de parte de los participantes y que todos se animen a dar lo mejor de sí.

Antes de que se repartan las copias de los guiones a todos los participantes, es necesario llevar a cabo la siguiente actividad.

### 3. Control de lectura

Llevar a cabo la actividad de control de lectura como en sesiones anteriores. Aunque la lectura es bastante explícita y actualizada, se requiere que el facilitador matice el sistema de producción expuesto en la lectura a lo que los muchachos estarán haciendo en las siguientes sesiones.

### 4. La realización de un programa juvenil de música

Repartir las copias de los guiones a todos. El representante del grupo asignará responsabilidades conforme al guión. Dirá quienes son los conductores, quienes operarán la consola, los reproductores de discos compactos y quién dirigirá el desarrollo del programa. El facilitador debe preparar una breve exposición de 3 min.

	<p>para recordar las instrucciones a seguir para conectar el equipo. También les debe recordar los protocolos profesionales para el fluir del programa (por ejemplo, el conteo a cero, la señal de pie, 'cue' o de entrada, el silencio sepulcral, los ojos de todos puestos en el guión, etcétera).</p> <p>Es importante recordar el objetivo del programa: la realización de un programa musical que corresponda a un guión previamente elaborado el cual tenga un tema característico.</p> <p>Se llevará a cabo un ensayo para trabajar con los detalles del programa y resolver dudas.</p> <p>Se llevará a cabo un segundo ensayo para trabajar con la ejecución de los locutores.</p> <p>El facilitador pedirá que el grupo guarde silencio para que ponga atención, y delante de todos, con los ojos de todos sobre sí, conectará la salida principal de la consola a una grabadora de caset normal. Y le indicará al director del programa que de inicio para que a su señal comience la grabación.</p> <p>Al final de la sesión, el facilitador solicitará se le entreguen los guiones del resto de los grupos, para realizarlos uno por uno, hasta agotarlos todos en las sesiones siguientes.</p> <p>5. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Hausman y Tostado).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> <li>• Copias del cuarto capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donell; Producción en la radio moderna; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consola (y amplificador si es necesario)</li> <li>• Bocinas</li> <li>• Micrófonos y Cables</li> <li>• Atriles</li> </ul>
Tarea	<p>Traer para la siguiente sesión por grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su caja con cables, convertidores y reproductor de discos.</li> <li>• Discos compactos.</li> </ul> <p>Redactar la sinopsis de una sección especial de un programa radiofónico juvenil.</p>
Control de lectura	<p>Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.</p>

En las siguientes sesiones es recomendable seguir la misma dinámica hasta que se hayan realizado todos los programas de los grupos.

Aprovechar las sesiones para afinar los detalles del protocolo de producción, las actuaciones de los conductores y su dicción. Transmitirles consejos prácticos para modulación de voz y representación de planos y efectos de voz a través de manejar su distancia al micrófono. Repetir, también, en cada sesión la forma de conectar el equipo.

En las tareas, ir creciendo el proyecto de la sección de cada grupo animándolos a que incluyan ruidos, efectos, fragmentos musicales y ambientes y atmósferas sonoras. El facilitador habrá de guiar a los grupos para que sus secciones se complementen unas a otras y juntas formen parte de un solo programa. Es buena idea asignarle a un grupo la producción de los segmentos generales como el nombre del programa, las entradas y salidas generales, las salidas y entradas de comerciales, las cortinillas, identificación de estación, etc.

También es indispensable que se seleccione un hilo conductor del programa, por ejemplo una radionovela que vaya siguiendo una novela ya publicada. El propósito de este punto es que del capítulo o pasaje que se vaya a desarrollar se puede obtener el tema general del programa. De este modo, cada una de las secciones del programa tratará el mismo tema y perseguirá un objetivo común. Así la selección del tema y el objetivo particular de ese programa se facilita un poco más.

En los controles de lectura, seguir avanzando en los libros ya citados y aderezarlos con textos sobre manejo de voz y micrófonos, operación de cabina, características del sonido, clases de micrófonos, producción de radio, realización de efectos físicos, el uso de efectos grabados, musicalización, selección de temas, etcétera.

Una vez que se hayan realizado todos los programas, habrá que dedicar una sesión a la escucha de lo que se haya grabado. Aprovechar la sesión para identificar errores, reír de los recuerdos agradables y confirmar lo aprendido. En esta sesión no se debe de olvidar la disciplina, la entrega de controles de lectura y dejar tarea; especialmente teniendo tan cerca la realización del programa que se ha ido preparando por secciones.

Al terminar de escuchar los programas y de dejar la tarea, el facilitador les anunciará a todos que a partir de la siguiente sesión comenzarán a transmitir los programas que han ido grabando por el circuito cerrado de 'Nueva Generación'.

## SESIÓN 10: UNA NUEVA RECETA

Etapa	Grabación de programa
Objetivos	<p>Que el tallercista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seleccione el eje del programa.</li> <li>2. Escoja el tema y los objetivos del siguiente episodio a partir del eje del programa que se haya seleccionado.</li> <li>3. Conozca el resto de las secciones del programa y quienes estarán a cargo de ellas.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión</li> <li>• Lectura de guión</li> </ul> <p>Manejo técnico en cabina</p> <p>Producción</p> <p>Transmisión</p>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de tareas y control de lectura. Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera.</li> <li>2. Selección del eje del programa. Se presentan diferentes opciones como eje del programa: novelas, hechos de actualidad, alguna materia de estudio, efemérides, biografías, la enciclopedia, un curso, etc.  Es importante recalcarle a los tallercistas que lo que seleccionen se quedará como eje del programa durante toda la temporada. Esto quiere decir que de la secuencia del material en particular se irá tomando el tema o los temas de cada programa particular, así como sus objetivos. Por lo tanto, no se podrá cambiar una vez seleccionado un par de programas después, sino hasta agotar el material o hasta que termine la temporada de programas.</li> </ol>

3. Obtención del tema y del objetivo del siguiente programa.

Dependiendo del material seleccionado como eje, se necesita revisar el primer segmento y hacer una lluvia de ideas hasta dar con el tema o temas a tratar y el objetivo particular del programa.

Para hacer más productivo este ejercicio, es recomendable establecer un límite de tiempo e, incluso, seleccionar representantes de sección y que ellos sean quienes decidan el tema y el objetivo. Aunque es cierto que dos cabezas piensan mejor que una, también es verdad que muchos cocineros hacen mal la sopa.

4. Feria de secciones

Una vez seleccionado el tema y el objetivo del siguiente programa, el taller se dividirá por grupos de trabajo y presentarán su sección a los otros equipos.

Es recomendable que esta presentación se haga lo más formal y espectacular posible. Formal: que presente todos sus elementos con coherencia y extensión (todos los elementos ya vistos para el desarrollo de un guión, así como la extensión en tiempo, materiales necesarios, talentos que se ocuparán, los recursos que precisarán, etc.). Espectacular: que la presentación de todos los elementos sea creativa y atrayente.

En este caso no se puede dejar la exposición para otra sesión, ya que en la sesión siguiente se habrá de ensayar, grabar, editar y musicalizar el programa, de acuerdo con los guiones que se desarrollen con base en el tema y el objetivo planteados. Es buena idea abreviar en los puntos anteriores y si no alcanza el tiempo cortar en los siguientes, pero que a este punto se le dé su justa atención.

No estaría de más tomar en cuenta que en las secciones no es necesario abordar el tema o caminar

	<p>hacia el objetivo de un tajo, ya que al compartir el mismo objetivo y tema con el resto de las secciones, las carencias y sutilezas de unas se complementan con las de las otras dando como resultado un producto redondo.</p> <p>5. Control de lectura</p> <p>Llevar a cabo la actividad de control de lectura como en sesiones anteriores. Aunque la lectura es bastante explícita y actualizada, se requiere que el facilitador matice el sistema de producción expuesto en la lectura a lo que los muchachos estarán haciendo en las siguientes sesiones.</p> <p>6. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Hausman y Tostado).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> <li>• Copias del quinto capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donell; Producción en la radio moderna; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> <li>• Consola (y amplificador si es necesario)</li> <li>• Bocinas</li> <li>• Micrófonos</li> <li>• Cables</li> <li>• Atriles</li> </ul>
Tarea	<p>Traer para la siguiente sesión por grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su caja con cables, convertidores y reproductor de discos.</li> <li>• Discos compactos.</li> </ul> <p>Redactar el guión de su sección y enviarlo por correo-e al facilitador a más tardar el siguiente jueves a las 12:00 p.m.</p>

	Coordinar los recursos necesarios para la grabación de su guión, tales como talentos, tracks, efectos, ambientes, fondos, entrada, salida, cortinillas, chispazos, etc.
Control de lectura	Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.

SESIÓN 11: MANOS A LA OBRA (VER GUIÓN ANEXO Y ESCUCHAR GRABACIÓN ANEXA)

Etapa	Grabación de programa
Objetivos	<p>Que el tallerista:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realice con su grupo, una sección de un programa juvenil a partir de un guión, en coordinación con los demás grupos, para grabar el programa, editarlo, musicalizarlo y transmitirlo posteriormente como si estuviera sucediendo en vivo.</li> </ol>
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión</li> <li>• Lectura de guión</li> </ul> <p>Manejo técnico en cabina Producción Transmisión</p>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Recepción de tareas y control de lectura. Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera.</li> <li>3. Orden de edición. El facilitador presenta el orden de edición del programa</li> </ol>

completo, así como el guión maestro y les entrega copias a todos los participantes.

#### 4. Ensayo

Los participantes van leyendo el guión conforme al orden de edición como si ya fuera la grabación.

Esta lectura se realiza por lo menos dos veces. Una para conocer el material y las acotaciones de los responsables de sección así como del facilitador, mismas que los tallercistas habrán de anotar sin excepción en su guión maestro para no olvidarlas. La segunda para reafirmar lo acordado y que fluya el material de principio a fin.

#### 5. Grabación

Se encienden los micrófonos (es un decir) y se hace lo mismo que en los ensayos, pero grabándolo. La grabación del material se puede hacer en una computadora, en una ADAT o en una grabadora de cinta de carrete abierto de  $\frac{1}{4}$ ,  $\frac{1}{2}$  o  $\frac{3}{4}$  de pulgada, dependiendo del equipo al que se tenga acceso y la calidad que se quiera manejar.

Durante la grabación es preciso no hacerla de corrido, y “dejar la edición para después”, sino en cada furcio, error o entrada en falso repetir y corregir sobre lo ya grabado para, además, evitar errores posteriores con sobreabundancia de material defectuoso.

Nunca faltan los errores que precisan que se repita la grabación una vez que los talentos ya se fueron a casa, por lo cual es indispensable arreglar estas cosas desde el momento de la grabación.

Para lo cual, no estaría de más advertirle de antemano a los tallercistas sobre el tedio que esto provoca y prepararse con un catering modesto que los mantenga despiertos y sin distraerse.

	<p>Es necesarísimo que uno o dos de los tallercistas tengan la responsabilidad de ir marcando en un cuaderno los minutos exactos (de la grabación, obviamente) en que se cambia de sección, así como cualquier otro suceso importante que sea necesario recordar durante la edición, para localizar el punto exacto del material con facilidad.</p> <p>No hay que olvidar en este paso los detalles importantes como: grabación de sonido rosa al principio del programa, así como toda la información relevante del programa: título, autores, tema(s), objetivo(s), etc. Así como tampoco hay que olvidar la grabación de los créditos al final del programa.</p> <p>6. Edición, musicalización y corte final</p> <p>De inmediato que se termine la grabación del programa, hay que comenzar el proceso de edición. Se va escuchando el material y se va arreglando dependiendo de la tecnología seleccionada para su elaboración. No es necesario escuchar todo el material, porque se acaba de grabar y se tienen los registros a la mano. Lo importante es avanzar rápidamente.</p> <p>Al terminar la edición se graba el corte final (o master), en el medio que se haya elegido, según la tecnología a la mano.</p> <p>En el estuche del corte final se deben anotar todos los datos necesarios para identificar el programa y ayudar a su posterior clasificación como son: nombre del programa, título del episodio, número de episodio, tema, autores, créditos, etc.</p> <p>7. Dejar tarea.</p>
Material de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Hausman y Tostado).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes</li> </ul>

	<p>perforado para que lo guarden en su carpeta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Copias del sexto capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donnell; Producción en la radio moderna; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> <li>• Consola (y amplificador si es necesario)</li> <li>• Bocinas</li> <li>• Micrófonos</li> <li>• Cables</li> <li>• Atriles</li> <li>• Grabadora (computadora, ADAT, carrete abierto)</li> </ul>
Tarea	<p>Traer para la siguiente sesión por grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su caja con cables, convertidores y reproductor de discos.</li> <li>• Discos compactos.</li> </ul> <p>Redactar el guión de su sección y enviarlo por correo-e al facilitador a más tardar el siguiente jueves a las 12:00 p.m.</p> <p>Coordinar los recursos necesarios para la grabación de su guión, tales como talentos, tracks, efectos, ambientes, fondos, entrada, salida, cortinillas, chispazos, etc.</p>
Control de lectura	<p>Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.</p>

La sesión 11 puede repetirse indefinidamente y utilizarse tanto para desarrollar el programa semanal como para enseñar a hacer radio. Durante esta sesión es posible tener conviviendo juntos a jóvenes con diferentes niveles de capacitación ya que unos aprenden de los otros. De hecho, se recomienda en esta etapa del taller que los avanzados comiencen a responsabilizarse por los nuevos y a

dejarles controles de lectura, y enseñarles todo lo que ellos han aprendido, obviamente con la supervisión de los facilitadores.

Algo que no se ha mencionado hasta este punto, es que el sábado habrán de transmitirse los esfuerzos que se cristalicen cada viernes. Para lo cual es importante formar un equipo sabatino que monte el equipo y que transmita por el circuito cerrado de 'Nueva Generación' el programa que se haya grabado el viernes. Lo anterior se puede combinar también con las primeras etapas de enseñanza de los nuevos participantes. Es decir, antes de comenzar la transmisión del programa se puede hacer la práctica de programación de música e incluso la práctica de locución y programación de música totalmente en vivo, SIEMPRE USANDO SU GUIÓN.

#### SESIÓN 12: COCINAR SOBRE LA MESA Y DEGUSTAR DE INMEDIATO (LA JAPONESA)

Etapa	Combinar programa grabado con programa en vivo y programa en vivo.
Objetivos	Que el tallercista: 1. Realice con su grupo, una sección de un programa juvenil a partir de un guión, en coordinación con los demás grupos, totalmente "en vivo".
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de lenguaje radiofónico</li> <li>• Sensibilización radiofónica</li> <li>• Guión</li> <li>• Lectura de guión</li> <li>• Manejo técnico en cabina</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción</li> <li>• Transmisión</li> </ul>
Dinámica y enseñanza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de tareas y control de lectura. Se revisan las tareas y el reporte de lectura. Los que cumplan pueden pasar a continuar con la sesión. Los que no, tendrán que esperar afuera.</li> <li>2. Orden de edición. El facilitador presenta el orden de edición del programa completo, así como el guión maestro y les entrega copias a todos los participantes.</li> <li>3. Ensayo Los participantes van leyendo el guión conforme al orden de edición como si ya fuera la grabación. Esta lectura se realiza por lo menos dos veces. Una para conocer el material y las acotaciones de los responsables de sección así como del facilitador, mismas que los tallercistas habrán de anotar sin excepción en su guión maestro para no olvidarlas. La segunda para reafirmar lo acordado y que fluya el material de principio a fin.</li> <li>4. Selección de material “en vivo” Al terminar el ensayo, el facilitador establece el desafío de seleccionar varias secciones (o porciones de sección) del programa de la semana para realizarlas al aire, totalmente “en vivo”. El grupo o grupos que hayan sido seleccionados ocuparán el resto del tiempo ensayando y preparándose para ese desafío. El resto de los muchachos seguirán adelante con la dinámica ya familiar de grabación del programa semanal (solo de las secciones que irán grabadas).</li> <li>5. Grabación Se encienden los micrófonos (es un decir) y se hace lo mismo que en los ensayos, pero grabándolo. La grabación</li> </ol>

del material se puede hacer en una computadora, en una ADAT o en una grabadora de cinta de carrete abierto de  $\frac{1}{4}$ ,  $\frac{1}{2}$  o  $\frac{3}{4}$  de pulgada, dependiendo del equipo al que se tenga acceso y la calidad que se quiera manejar.

Durante la grabación es preciso no hacerla de corrido, y “dejar la edición para después”, sino en cada furcio, error o entrada en falso repetir y corregir sobre lo ya grabado para, además, evitar errores posteriores con sobreabundancia de material defectuoso.

Nunca faltan los errores que precisan que se repita la grabación una vez que los talentos ya se fueron a casa, por lo cual es indispensable arreglar estas cosas desde el momento de la grabación.

Para lo cual, no estaría de más advertirle de antemano a los tallercistas sobre el tedio que esto provoca y prepararse con un catering modesto que los mantenga despiertos y sin distraerse.

Es necesarísimo que uno o dos de los tallercistas tengan la responsabilidad de ir marcando en un cuaderno los minutos exactos (de la grabación, obviamente) en que se cambia de sección, así como cualquier otro suceso importante que sea necesario recordar durante la edición, para localizar el punto exacto del material con facilidad.

No hay que olvidar en este paso los detalles importantes como: grabación de sonido rosa al principio del programa, así como toda la información relevante del programa: título, autores, tema(s), objetivo(s), etc. Así como tampoco hay que olvidar la grabación de los créditos al final del programa.

#### 6. Edición, musicalización y corte final

De inmediato que se termine la grabación del programa, hay que comenzar el proceso de edición. Se va

	<p>escuchando el material y se va arreglando dependiendo de la tecnología seleccionada para su elaboración. No es necesario escuchar todo el material, porque se acaba de grabar y se tienen los registros a la mano. Lo importante es avanzar rápidamente.</p> <p>Al terminar la edición se graba el corte final (o master), en el medio que se haya elegido, según la tecnología a la mano.</p> <p>En el estuche del corte final se deben anotar todos los datos necesarios para identificar el programa y ayudar a su posterior clasificación como son: nombre del programa, título del episodio, número de episodio, tema, autores, créditos, etc.</p> <p>7. Dejar tarea.</p>
El grup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de texto (Hausman y Tostado).</li> <li>• Lista.</li> <li>• Si se desea, puede ser útil desarrollar un breve resumen del contenido de la sesión y entregarlo a los participantes perforado para que lo guarden en su carpeta.</li> <li>• Copias del séptimo capítulo de HAUSMAN, Carl, Philip Benoit y Lewis B. O'Donell; Producción en la radio moderna; 5ª edición; Thompson Learning; 2001; México.</li> <li>• Consola (y amplificador si es necesario)</li> <li>• Bocinas</li> <li>• Micrófonos</li> <li>• Cables</li> <li>• Atriles</li> <li>• Grabadora (computadora, ADAT, carrete abierto)</li> </ul>
Tarea	<p>Traer para la siguiente sesión por grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su caja con cables, convertidores y reproductor de discos.</li> <li>• Discos compactos.</li> </ul>

	<p>Redactar el guión de su sección y enviarlo por correo-e al facilitador a más tardar el siguiente jueves a las 12:00 p.m.</p> <p>Coordinar los recursos necesarios para la grabación de su guión, tales como talentos, tracks, efectos, ambientes, fondos, entrada, salida, cortinillas, chispazos, etc.</p>
Control de lectura	<p>Leer copias entregadas. No hacer resumen, ni síntesis, ni repetir lo mismo, sino reportar lo que se haya aprendido y la importancia que tiene.</p>

Esta sesión también puede repetirse varias veces, según el crecimiento y capacidad de los participantes. Incluso, se puede establecer el desafío de presentar todo el programa totalmente en vivo e invitar a los jóvenes del 'Nueva Generación' a presenciar el espectáculo.

## CONCLUSIÓN

Como dijo Rudolph Modley: “El objetivo principal de la comunicación es formar o cambiar las opiniones de otras personas”.<sup>1</sup>

Por otro lado, los jóvenes... a quienes es preciso no solo dar la oportunidad de ser hoy el presente y no el futuro, sino también el micrófono, tienen sus preferencias puestas en un radio. Basta el tiempo de llamarle la radio, porque en esa radio todo es genérico, sino un radio, como estilo único de hacer radio. Un radio que no solo explota de melodías contemporáneas conforme el gusto de moda, ni de loas a los ídolos del momento de los jóvenes y adolescentes, sean científicos, empresarios, artistas, cantantes o deportistas. Este ‘un radio’ tiene el micrófono puesto en los mismos jóvenes. Micrófono que deja de ser extensión de la boca para convertirse en extensión de los oídos de los demás jóvenes.

La frase de McLuhan: “El jovencito se aparta del grupo de la televisión para acudir a su radio propia”, que hemos repetido a lo largo de este trabajo, constituye una verdad inescapable. No solo por el doble sentido que McLuhan le dio originalmente en el que aborda a un tiempo la independencia y madurez que va alcanzando el joven, así como la madurez actual de los medios que dejan lo visual que es consecutivo y que añoran lo sonoro (‘lo aural’ diría Rolando Chía) porque en ello el estímulo comunicativo se presenta inescapable, a un mismo tiempo, en

---

<sup>1</sup> Rudolph Modley; “The Challenge of Symbology” en Elwood Whitney (ed.); *Symbology: The use of symbols in visual communications*; Hastings House; Nueva York; 1960; p. 17.

un rango de 360°, como sumergirse de pronto en el agua de un clavado<sup>2</sup>; sino porque los jóvenes no pueden separarse en esta actualidad del un radio del cual hablamos. Del un radio en el que me hablo y al hablarme los demás me oyen y me conocen.

Un radio que incluye dejar mis datos y fotografías en la página de la internet que lleva mi nombre (o mi número). Un radio que incluye publicar a un grupo de 2 a 75 'otros' mis preocupaciones en el 'chat' favorito. Un radio que incluye un radio escrito de mensajes que van y vienen por el teléfono y el 'messenger'.

Las herramientas de comunicación y negocios que a los adultos nos parecen tan rentables y prácticas se convierten, por algunos años al menos, en un radio propio que continuamente me publica ('broadcastea' como digo yo) al mundo que me rodea. Yo me comprendo en público. "La radio afecta íntimamente a la mayoría de la gente, de persona a persona, puede ofrecer un mundo de comunicación inesperada entre escritor, locutor y oyente".<sup>3</sup>

Y una oportunidad... un taller que a la vez es estación, salón de clases y pretexto, para revelar todas estas verdades. Radio USB. Conexión serial universal de un radio juvenil. De mi radio.

---

<sup>2</sup> "Lo fundamental del sonido no es su localización, sino el hecho de que exista, de que llene un espacio y este espacio no tenga límites en el sentido visual" (Jesús Alfonso Enríquez; p. 46).

<sup>3</sup> Marshall McLuhan; La comprensión de los medios como las extensiones del hombre; p. 336.

## ANEXO 1

- 1 Programa *Xtremo Radical* número 4, "Tú eres tu punto débil"
- 2 Objetivo: cortarle la cuerda al yo-yo
- 3 5, 4, 3, 2
- 4 OP Entra ruido de televisión que baja a fondo
- 5 Ana Ya viste ese chavo
- 6 Laura Sí está guapísimo
- 7 Ana Oye, Laura y ¿qué onda con Julián, eh?
- 8 Laura Mira, Ana, yo no sé, todos los niños en la escuela están
- 9 locos
- 10 Ana Creo que ya se te subió un poco ¿no?
- 11 Laura Bueno es que yo no tengo la culpa de que todos me
- 12 inviten a salir
- 13 Ana Sí, pero Julián es Julián, ninguna de nosotras ha
- 14 recibido invitaciones de ningún profesor, él no es uno
- 15 de tus niños
- 16 Laura Pero... mis calificaciones son buenas porque yo soy
- 17 muy estudiosa...
- 18 Ana Si nadie dice lo contrario, pero... yo no me acuerdo de
- 19 habértelo preguntado
- 20 Laura No, pero ya sé lo que todos en la escuela están
- 21 pensando

- 1 Ana Y de veras, ¿no ha pasado nada con Julián?
- 2 Laura ¿Cómo qué?
- 3 Ana No sé, ya sabes, que te diga algo más en serio
- 4 Laura Sí... pero es un secreto...
- 5 Ana Oye, ya es hora del programa, prende el radio
- 6 Laura Primero apaga la televisión
- 7 Ana Pásame el control
- 8 OP Efecto de apagar televisor
- 9 OP Efecto de pasos y radio que enciende y sintonía
- 10 OP Efecto de eco
- 11 Laura Mira, Ana, nadie en la vida debe de enterarse de esto
- 12 porque si en la escuela se enteran que un profesor es
- 13 novio de una alumna nos corren a los dos
- 14 Ana ¿Cómo?, ¿ya eres novia del profesor Julián?
- 15 Laura Ana, ¿por qué se oye ese eco?
- 16 Ana No sé... parece que viene ¿del radio?
- 17 Laura ¿Cómo? ¿Nos estamos escuchando en el radio?
- 18 Ana Sí... A ver, di algo
- 19 Laura ¡¿Algo más?! ¿Crees que se habrá oído lo anterior?
- 20 Ana ¡Estamos microfoneadas!
- 21 Laura ¡Estamos en el radio!
- 22 Ana ¡Noo!
- 23 Laura ¡Estamos en:!
- 24 Ambas ¡Xtremo Radical!

1 OP Entra rúbrica que baja a fondo

2 Hako Me encanta este programa

3 OP Chispazo con rúbrica

4 Yuanen Todo yo, todo yo

5 OP Sube rúbrica hasta el final

6 OP Entra música de violines tipo película

7 Voz 1 Querido diario: Me han estado pasando las cosas más  
8 raras. Yo estaba hoy en la cafetería, y pedí una  
9 quesadilla, como siempre me gusta que me la  
10 preparen, yo no podía creerlo, ¿quién se cree la señora  
11 de la caja? Me cobró lo que debo antes de que  
12 terminara el mes, y enfrente de todos, ¿cómo se atreve  
13 a hacerme algo así, a mí?

14 OP Crossfade voz 1 voz 2

15 Voz 2 Querido diario: He tenido el mejor día de mi vida.  
16 Estaba en la escuela cuando se me acercó la maestra  
17 de danza y me dijo que me habían escogido a mí para  
18 el papel principal, ¡a mí! Yo no lo podía creer... a mí

19 OP Crossfade voz 2 voz 3

20 Voz 3 Hola diario: Tengo el mejor promedio de la escuela, tengo el  
21 grupo de amigos más divertido, me divierto mucho con mis  
22 primos, mi papá ya me prometió que me va a comprar mi  
23 propio carro, y hoy me invitó Sandra a su casa. La niña más  
24 popular de la escuela me invitó... a mí...

1 OP Crossfade voz 3 voz 4

2 Voz 4 Mi hermana estuvo súper fastidiosa, le pedí a mi papá  
3 que la regañara porque tomó MI secadora y se puso MI  
4 falda, ¿qué no entiende que son MIS cosas?

5 Voz 5 No me saludaron de seguro porque estaban hablando  
6 mal de mí, vi que bajaron la voz y que me estaban  
7 viendo feo, yo

8 Voz 6 Me gustó tanto... era un regalo especial, me dijo que  
9 estaba pensando en mí

10 Voz 7 Yo me dije a mí mismo

11 Voz 8 Yo no

12 Voz 9 Yo sí

13 Voz 10 a mí

14 Voz 11 yo

15 Voz 12 mí

16 Voz 13 mío

17 Voz 14 yo

18 OP Entra música noticiosa tipo Televisa

19 Jonathan Vamos con nuestro corresponsal urbano Mimi Dorantes

20 OP Entra ambiente de manifestación que se mantiene dos segundo y baja a fondo

21 Mimi Dorantes Jonathan, nos encontramos en las calles de Narciso y  
22 Espejo a una cuadra de Insurgentes y podemos  
23 observar que los ánimos de la gente están muy

- 1 exaltados. Hace unos minutos entrevistamos a algunos  
2 de los manifestantes y esto fue lo que nos dijeron:
- 3 Manifestante 1 No se vale, señorita, nos están aplastando  
4 Mimi ¿Se refiere al gobierno?  
5 Manifestante 1 No la bola de mensos que están atrás de mí, háganse  
6 para atrás, háganse para atrás  
7 Manifestante 2 No podemos, la ciudadanía nos está aventando los  
8 carros
- 9 OP efectos de bocinas y tráfico
- 10 OP segundo plano
- 11 Conductor Váyanse a su casa a molestar a su abuelita, qué no  
12 tienen nada que hacer
- 13 OP primer plano
- 14 Mimi Disculpe señor, oiga, de que agrupación son ustedes y  
15 cuáles son sus demandas  
16 Manifestante 1 Demandamos que nos escuche la ciudadanía, somos  
17 de los oprimidos que no nos toman en cuenta y  
18 marginados, ¿qué no ve cómo es injusta la vida?, los  
19 ricos tienen más rico, y no reparten la riqueza  
20 equitativamente, ni las migajas dejan, no se vale que  
21 pisoteen nuestros derechos  
22 Mimi Pero que grupo político los representa



- 1 Conductor 3 A mi me valen sus demandas, yo tengo mis propios  
2 problemas y no me hago la víctima, dejen circular
- 3 Manifestante 3 Por lo menos tienes en que circular maestro, aunque  
4 para la cara que tienes
- 5 Conductor 3 A ver, si me vas a decir algo te quiero aquí y de frente  
6 no atrás de tus amigotes
- 7 Manifestante 3 Pues ven por mí
- 8 Mimi Inmediatamente elementos de la secretaría de  
9 seguridad detuvieron las posibles hostilidades entre el  
10 grupo de manifestantes y los conductores de los  
11 vehículos. Hasta el momento no ha habido más  
12 incidentes que lamentar pero parece que la situación se  
13 va a llevar más tiempo. Seguiremos informando.
- 14 Jonathan Gracias Mimi
- 15 Mimi Para Nuestro Mundo, Mimi Dorantes
- 16 OP Entra tema de Tomás
- 17 Tomas Hey, hey, hey querido auditorio estamos transmitiendo  
18 en vivo desde la más Xtrema de todas las ciudades del  
19 planeta; la ciudad de México.
- 20 OP Efecto de explosión
- 21 Estudio Heeeeeeeeey (aplausos y gritos de euforia)
- 22 Tomás Y en este momento estamos llegando al minuto, al  
23 segundo, al instante en el que transmitiremos las rolas  
24 más radicales que tus oídos jamás hayan visto. Pero

1                    antes de soltar a estas criaturas del mundo de los  
2                    sonidos recuerda que puedes comunicarte al 044 5 405  
3                    28 33 y hacernos la pregunta que tengas del tema que  
4                    más te dé risa. Y ahora con ustedes Third Day y “What  
5                    good is in a man?”. Hermano... déjala ir.

6    OP Sube tema de Tomás que corta y entra TR 7 del disco *Time* de Third Day

7    OP Platillazo

8    Hako                    Querido Tomás

9    Tomás                    Hako, Yuanen, ¿Qué hacen por acá?

10   Hako                    Mira, Tomás, lo que sucede es que los patrocinadores  
11                    dicen que el auditorio no entiende la música que  
12                    pusiste, y bueno, éstas son palabras de los  
13                    patrocinadores, dicen que, mmmj, que si no tienes  
14                    subtítulos para esta canción...

15   Estudio                    WHAT?

16   Hako                    ya sé que estamos en radio y todo eso y que...

17   Tomás                    No te preocupes Hako, no hay problema sólo tenemos  
18                    que conseguir... al sub-ti-tu-lis-ta

19   Hako                    ¿Cómo?

20   Yuanen                    ¡Yo seré el subtitutlista!

21   Tomás                    Adelante, mi hermano. Operador, por favor, abra el  
22                    micrófono número dos durante la siguiente rola.  
23                    Querido público, con ustedes, la rola, “Fallen King” de

1 La Rue en versión subtitulada, con Yuanen Boanerges  
2 en los subtítulos... empújala mi chavo

3 OP Entra TR 4 del disco *La Rue* en primer plano

4 Yuanen Me siento desplazado en mi reino de vergüenza  
5 Y me siento apenado por el pecado que sé que no  
6 puedo remediar  
7 Y no puedo evitar sentirme un poco triste  
8 ¿O debería ser al revés?  
9 Parece que mi sonrisa está boca abajo  
10 Creo que a eso le llaman una cara triste  
11 Estoy cayendo, mi corona rota  
12 Me siento como un rey que ha perdido todo  
13 Estoy cayendo, cayendo hasta el suelo  
14 ¿Podrías cacharme? Porque estoy cayendo  
15 Estoy cayendo hasta el fondo  
16 Estoy completamente solo, tratando de sobrevivir  
17 por mí mismo  
18 Y necesito una luz que me guíe en mi caminar por  
19 la vida  
20 Incluso salvarme de la contienda  
21 Aun darme vida eterna  
22 Y Él tendrá un reino hermoso  
23 Y yo viviré con Él y su Hijo  
24

1 Tomás Recuerda que estamos esperando tu pregunta al  
2 044 55 405 28 33. Llama y pregunta. Con ustedes, para  
3 una ocasión en vivo como ésta, una rola en vivo, dc talk  
4 en concierto nos deleitan con "In the Light", con Hako  
5 Boanerges en los subtítulos

6 Hako Yes!

7 OP Chispazo tema de Tomás corta y entra TR 8 del disco *Welcome to the*  
8 *Freakshow* hasta el final

9 Hako Sigo tratando de encontrar una vida  
10 Por mi lado, lejos de ti  
11 Soy el rey de los pretextos  
12 Tengo uno para cada cosa egoísta que hago  
13  
14 Qué está pasando dentro de mí  
15 Desprecio mi propio comportamiento  
16 Esto sólo sirve para confirmar mis sospechas  
17 De que todavía soy un hombre que necesita un  
18 Salvador  
19  
20 Quiero estar en la luz como tú estás en la luz  
21 Quiero brillar como las estrellas en los cielos  
22 Señor sé mi luz, y mi salvación  
23 Porque lo único que quiero es estar en la luz

24

- 1 La enfermedad del ego corre por mis venas  
2 Es un cáncer fatal a mi alma  
3 Todo intento de mi parte ha fallado  
4 Para poner este mal bajo control  
5  
6 La honestidad me fluye  
7 No queda nada más que perder  
8 Los secretos que me rondan  
9 En tu presencia son desactivados  
10 El orgullo no tiene cabida  
11 Y las riquezas no tienen valor  
12 La fama que una vez me cubrió  
13 Ha sido condenada a quedarse en esta tierra  
14 Ha sido condenada a quedarse en esta tierra  
15 OP Platillazo  
16 Hako Demos paso a los generosos y magnánimos  
17 comerciales que nos permiten existir  
18 Estudio ¡Comerciales!  
19 OP Corte  
20 OP Comerciales  
21 OP Rúbrica de SITIADOS  
22 Narrador Muy en lo profundo del corazón del infierno, se  
23 encuentra el subsector 477. Allí, los demonios  
24 Ratasbán, Plancreo y Ascórbico bajo órdenes de

1 Maledicto, el jefe del subsector, operan el  
2 Transconductor de Impulsos Demoníacos, mejor  
3 conocido como el TID. Con este aparato envían  
4 continuamente pensamientos e impulsos pecaminosos  
5 a los jóvenes del Colegio Juárez. En el capítulo  
6 anterior, los veteranos del TID, Plancreo y Ascórbico le  
7 explicaban al recién llegado Ratasbán los fundamentos  
8 del funcionamiento del aparato. En una pantalla  
9 observaban a los perdidos, jóvenes conectados  
10 directamente a las líneas de transducción del TID, y  
11 en otra pantalla monitoreaban a los rebeldes, jóvenes  
12 que habían roto sus líneas directas al unirse a las filas  
13 del Enemigo.

14 Ratasban Pero si las líneas de los rebeldes están rotas, ¿cómo es  
15 que podemos seguir controlándolos?

16 Plancreo No los podemos controlar, los engañamos. Los  
17 hacemos creer que todavía están atados y que los  
18 pensamientos que les enviamos a través de las líneas  
19 de su alrededor son suyos. Además, la mayoría de los  
20 rebeldes del Colegio Juárez son cristianos tibios que se  
21 contagian la tibieza los unos a los otros en las reuniones  
22 de su grupo de jóvenes Comunidad de Amor

23 Ascórbico Que más bien le deberían de llamar, Comunidad del Ego

1 Ratasban Entonces, el TID es responsable por todos los oscuros  
2 pensamientos y tentaciones que enfrentan nuestros clientes  
3 Plancreo ¿Estás loco? Tendríamos que estar todo el día  
4 manipulando sus vidas. Gracias al trabajo que hizo el  
5 gran jefe Satanás con su padre Adán, todos tienen una  
6 naturaleza orientada al pecado. Por lo que ellos  
7 mismos se han rodeado de circunstancias e influencias  
8 a través de su cultura que los incitan a la destrucción  
9 de sus vidas.

10 Ascórbico La influencia de su naturaleza pecaminosa, y de su  
11 cultura, es tan poderosa que nuestro trabajo se puede  
12 reducir a esto.

13 Narrador Con su garra hedionda, Ascórbico señaló un botón  
14 desgastado y viejo, que centelleaba una luz roja, y que  
15 tenía escrita la palabra EGO

16 Plancreo El egocentrismo es lo que opaca más luz que cualquier  
17 otra cosa. Esto es lo que hace que la vieja naturaleza  
18 carnal sea tan efectiva para nosotros. Cualquier cosa  
19 que hagas debe tentar a esos desgraciados humanos  
20 pensando primeramente en ellos mismo. Mándales  
21 ráfagas de AUTOcompasión, AUTOcomplacencia, de  
22 AUTO lo que sea. Mientras más interesados en su yo,  
23 menos tiempo tendrán para servir al Enemigo o a otros.

- 1 Ascórbico Por ejemplo, al muchachito Rodrigo Nogales que ves  
2 ahorita en tu pantalla de rebeldes, le frenamos todo  
3 deseo de oración con impulsos de autocompasión.
- 4 Plancreo Al pobre lo tenemos engañado pensando que él fue el  
5 culpable por el divorcio de sus padres
- 6 Ascórbico Y todas las veces que quiere orar por su amiga Erika  
7 Chapa, otra débil rebelde que tenemos por las cuerdas,  
8 lo bombardeamos con culpa, por la atracción tan fuerte  
9 que siente hacia ella.
- 10 Plancreo Le hemos hecho creer que esa atracción es pura y  
11 sucia lujuria, si supiera la verdad...
- 12 Ascórbico Pobre muchacho, tiene graves problemas de egocentrismo
- 13 OP Explosiones y ruidos de actividad mecánica
- 14 Ratasbán ¿Qué pasa?
- 15 Plancreo Está pasando lo peor. Erika Chapa y Marcela están  
16 orando con Roberto y Esperanza Yakimechi
- 17 Ascórbico No los vamos a poder detener son demasiados
- 18 Plancreo Erica está verdaderamente arrepentida
- 19 OP efecto de botones y palancas
- 20 Ascórbico No funciona, no funciona
- 21 OP Explosión
- 22 Plancreo ¡Es libre otra vez!
- 23 Ascórbico ¡Y todo el trabajo que nos había costado engañarla,  
24 para que en una noche se arruine todo!

1 Plancreo Esos dos que ves en la pantalla son los nuevos líderes  
2 del grupo de jóvenes de Comunidad de Amor, Roberto  
3 y Esperanza Yakimechi, son tus perores enemigos en  
4 tu nueva responsabilidad demonio Ratasbán... tu  
5 misión es lograr que los pocos rebeldes que hay en el  
6 Colegio Juárez regresen a nuestras filas y no permitir  
7 que ninguno más se una a los escuadrones del  
8 enemigo. Mantén a esa Marcela vigilada, que de todos  
9 en ese grupo, es la única que tiene una verdadera  
10 comunión con el Enemigo

11 Narrador El demonio Ratasbán cerró fuertemente su puño y  
12 golpeó el TID con furia diciendo

13 Ratasbán De mi cuenta corre

14 OP Alarma

15 Plancreo Ratasbán, esta emergencia es tu responsabilidad

16 Narrador El demonio Ratasbán comenzó a manipular el aparato  
17 velozmente con determinación. En su pantalla se veía a  
18 Roberto Yakimechi hablando con Toño Ortiz, uno de  
19 los perdidos que habían asistido al campamento de  
20 jóvenes y que había sido el responsable de que Erika  
21 Chapa decidiera dejar por un tiempo la compañía del  
22 Enemigo. Ahora que Roberto y Esperanza habían  
23 recuperado a Erika con la ayuda de Marcela, estaban  
24 decididos a ganar al grupo de perdidos que estaban

1 ocasionando problemas en el campamento, Toño Ortiz,  
2 Cristal Dueñas y Alejandro Salazar. El demonio  
3 Ratasbán comenzó a mandar cientos de impulsos de  
4 egocentrismo a Toño Ortiz a través de la línea directa.

5 Ratasbán Toño, no escuches a ese idiota de Roberto Yakimechi.  
6 Sólo quiere arruinar tu juventud. ¿Qué puede hacer él  
7 para ayudarte a alcanzar tus metas? ¿No ves que esta  
8 onda cristiana es muy poca cosa para ti?

9 Narrador Toño comenzó a desafiar a Roberto y a discutir con él.  
10 Una chispa de orgullo apareció en el monitor, y  
11 Ratasbán comenzó a bombardear a Roberto a través  
12 de las líneas indirectas con combinaciones de  
13 impaciencia, rabia y autojustificación, pero Roberto  
14 resistió admirablemente. Sin embargo, Toño seguía  
15 desafiante y siguió humillando a Roberto diciendo que  
16 pensaba que el grupo era poca cosa para él y que sus  
17 fijaciones moralistas estaban destruyendo la diversión  
18 de los demás jóvenes. Roberto siguió adelante con la  
19 discusión muy enojado. Ratasbán siguió alimentando la  
20 discusión con fieros impulsos hasta que se convirtió en  
21 una guerra de gritos en la pantalla. Finalmente Toño se  
22 marchó del campamento maldiciendo mientras Roberto  
23 lo observaba abochornado y furioso. Las chispas y las  
24 explosiones se detuvieron abruptamente.

- 1 Planceo Muy bien, demonio Ratasbán, me has impresionado.
- 2 Ratasbán Lo mejor está por venir (risa)
- 3 OP platillazo
- 4 OP Entra TR 8 del disco *Welcome to the Freakshow*
- 5 Voz 1 Participamos en este programa: Erika Zambrano,
- 6 Constanza Morelli, Ricardo Moreno, Patricia Iglesias,
- 7 Salvador Olguín, Rafael Mendoza, Mildred Martínez,
- 8 Carlos Moreno, Salvador Eguiarte, Samuel Ortigoza y
- 9 Josué Orozco
- 10 Voz 2 Xtremo Radical es una producción de Atrévete a Vivir
- 11 Comunicaciones y words and music
- 12 Hako Adiós amadísimo público
- 13 Yuanen Adiós amigos, adiós amigos
- 14 OP Fade out



## FUENTES

- 60 años de la radiodifusión en México*; CIRT; México; 1982
- AISBERG; Eugene; *La radio... pero si es muy fácil*; Marombo; Barcelona; 1975
- Anuario juvenil mexicano 1986*; CREA; México; 1987
- ARNHEIM; Rudolph; *Hacia una estética radiofónica*; Gili
- BALSEBRE; Armand; *El lenguaje radiofónico*; Cátedra; Madrid; 1996
- CAREAGA; Gabriel; *Biografía de un joven de clase media*; J. Mortiz; México; 1977
- CASTILLO Prieto, Daniel; *El derecho a la imaginación/ Apuntes sobre comunicación y educación*; Ediciones Paulinas; 1988; Buenos Aires
- CEBRIÁN Herreros, Mariano; *Información radiofónica*; Síntesis; 1994; (España)
- CHION; Michel; *Cómo se escribe un guión*; Cátedra; Madrid; 1989
- COLEMAN; James Samuel; *The adolescent society: The social life of the teenagers and its impact on education*; The Free Press of Glencoe; New York; 1961
- CROVI, Delia; *Ser joven a fin de siglo*; FCPyS
- CURIEL, Fernando; *La Escritura Radiofónica/ Manual para Guionistas*; FCPyS, UNAM; 1988; México
- MCQUAIL, Dennis; "Teoría aplicada a los medios de comunicación"; en *Introducción a la teoría de comunicación de masas*; Paidós; México; 1997.
- DEFLEUR; M.L.; *Teorías de la comunicación masiva*; Paidós
- El Libro*; versión La Biblia al Día © 1979 Living Bibles International; Editorial Unilit y Tyndale House Publishers, Inc.; 1986; Wheaton, IL

- El sonido de la radio: ensayo teórico-práctico sobre producción radiofónica*; UAM Xochimilco e IMER; 1988; México
- El universo de la radio*; Asociación de radiodifusores del Valle de México, A.C.; México
- Encuesta nacional de la dinámica demográfica/ Población total según entidad federativa*; INEGI; 1997; México
- FIGUEROA, Romeo; *¿Qué onda con la radio?*; Editorial Alhambra; 1996; México
- FISCHER; Ernst; *Problemas de la generación joven*; Ayuso; Madrid; 1975
- FUENTES; Vilma; *Los jóvenes*; Siglo XXI; México; 1969
- GARCÍA Camargo; Jimmy; *La radio por dentro y por fuera*; Ciespal; 1980
- GODED; Jaime; *Los medios de la comunicación colectiva*; UNAM
- HAYE, Ricardo; *Hacia una nueva radio*; Editorial Paidós; Estudios de Comunicación; 1995; Buenos Aires (Argentina)
- KAPLÚN, Mario; *El comunicador popular*; Lumen-Humanitas; Buenos Aires, 1987.
- KAPLÚN, Mario; *Producción de programas de radio/ El guión y la realización*; Editorial Ciespal; 1978; Quito (Ecuador)
- La radiodifusión en México*; "Comunicación, tecnología e investigación"; 1984
- LEGORRETA, Leticia de y Lourdes Adame Goddard; *Taller de elaboración de guiones para programas educativos y culturales*; ILCE
- LENERO Otero; Luis; *Valores ideológicos y las políticas de población en México*; Edicol; México; 1979
- LEVENSON; William B.; *Teaching through radio and television*; Rinehart; New York; 1945
- LEWIS & Booth; *El medio invisible*; Editorial Paidós; 1992; Barcelona (España)
- Los jóvenes en México*; INEGI; Aguascalientes; 1993

MADRID Hurtado; Miguel de la; *México: país de jóvenes: mensajes y planteamientos en torno a los jóvenes*; CRA; México; 1983

MARROQUÍN Díaz, Luis Roberto; *El proceso de una producción radiofónica para crear un programa dirigido al público infantil, como una opción integral de entretenimiento, educación, información y formación humana/ Caso: Las Aventuras de Ponch y Zas*; Universidad Anáhuac del Sur; 1999; México, D.F. (México)

MAYS; John B.; *Cultura adolescente en la sociedad actual*; Lumen; Barcelona; 1968

MCDOWELL, Josh y Bob Hostetler; *Es bueno o es malo/ Lo que usted necesita saber para ayudar a los jóvenes a tomar decisiones correctas*; Editorial Mundo Hispano; El Paso; 1996

MCLEISH, Robert; *Radio Production*; 3ª edición; Focal Press; 1994; Oxford

MCLUHAN; Marshall; *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*; Diana; México; 1973

MEJÍA Prieto; Jorge; *Historia de la radio y la televisión en México*; Ed. Asociados; México; 1972

MORAGAS SPA, Miguel de; *Teorías de la Comunicación*; Gustavo Gili; España; 1981.

ORTIZ Sobrino; Miguel Ángel; *Técnicas de comunicación en radio: la realización radiofónica*; Paidós; Barcelona; 1994

PAOLI, Antonio; *Comunicación e Información*; Trillas-UAM; México; 1990.

PÉREZ Godoy; Víctor Jesús; *Entretiempos: un espacio radiofónico para los adolescentes y su sexualidad*; TESIS UNAM; México; 1993

REBEIL Corella, María Antonieta; *Perfiles del cuadrante*; Trillas; 1989; México

ROMO de Vivar Villasana; Olivia; *El lenguaje dramático de la radio (reportaje sobre el caso de las radioseries mexicanas)*; TESIS UNAM; México; 1994

ROMO Gil; Cristina; *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*; Fundación Manuel Buendía & IMER; México; 1990

ROMO Gil; Cristina; *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*; Diana; México; 1987

SANDOVAL Arriaga; Alfonso; *Estructura corporal y diferenciación social: un estudio en adultos jóvenes de la ciudad de México*; UNAM; México; 1985

*Santa Biblia*; versión Reina-Valera; revisión 1960; Sociedades Bíblicas Unidas; 1960; Seúl (Corea)

SCHRAMM, Wilbur; "Investigación de la comunicación en los Estados Unidos"; en *La Ciencia de la Comunicación Humana*; Roble; 5ª edición; México; 1975.

SCHRAMM, Wilbur; "How Communication Works"; en *The Process and Effects of Mass Communication*; Univesity of Illinois Press Urbana; 1955.

SCHRAMM, Wilbur; "El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo"; en *Evolución política y comunicación de masas*; Lucian W. (comp.); Troquel; Buenos Aires; 1969.

SCHRANK; Jeffrey; *Comprendiendo los medios masivos de comunicación*; Publigráficos; México; 1989

*Sociología de la radio y la televisión: trabajos de investigación*; UNAM FCPyS

Unión Panamericana, Departamento de asuntos educativos; *Psicología social de la adolescencia*; Washington; 1969

*Voces en el aire/ La revista de la radio*; 1999

WOLF, Mauro; *La investigación de la comunicación de masas*; Paidós; julio 1998