



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PROGRAMA RADIOFÓNICO INFANTIL
“LA PANDILLA 710”
DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN CON LA ESPECIALIDAD
EN PRODUCCIÓN

PRESENTA

Gabriela Ruiz Fabila.

DIRECTORA DE TESIS

Mtra. Nedelia Antiga Trujillo.



CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO D. F.
2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos

Con amor incondicional, a mis padres:

Juanita Fabila y Gustavo Ruiz

Con el gusto de ser siempre un apoyo de fraternidad, a mis hermanos:

Gus y Ale

Con la dicha de seguir contando con ella, a mi abuela :

Tola

Con el orgullo de ser parte de ella:

FAMILIA

Con gran cariño por su constante apoyo:

A mis amig@s

Con especial agradecimiento:

Al Programa “La Pandilla 710”

Con verdadero respeto y admiración:

Al honorable jurado

Con gran reconocimiento y gratitud, en especial a mi asesora:

Nedelia Antiga

Índice

Introducción.....	I
1. Comunicación radiofónica.....	1
1.1 El lenguaje radiofónico.....	6
1.2 Escribir para el oído.....	13
1.3 El guión de radio.....	21
2. La producción	30
2.1 Lo que se hace en la producción radiofónica.....	32
2.1.1 La idea y preparación.....	37
2.1.2 El equipo de producción.....	43
2.2 Para producir.....	51
2.2.1 Guión radiofónico.....	51
2.2.2 Cabina de radio.....	56
2.3 La edición del producto final.....	61
3. <i>La Pandilla 710</i>	64
3.1 La estación 710, La que más me gusta, del Instituto Mexicano.....	64
de la Radio.	
3.2 <i>La Pandilla 710</i>	70
3.3 El trabajo de producción del programa infantil “La Pandilla 710”.....	75
3.3.1 Preparación.....	79
3.3.2 Producción.....	86
3.3.3 Edición.....	93
4. Propuesta de programa radiofónico.....	99
4.1 Programa infantil <i>Desde la Azotea</i>	106
4.2 Guión del programa infantil <i>Desde la Azotea</i>	112
Conclusión.....	142
Anexo 1: Imágenes que describen una cabina de radio: locución y operación....	146
Anexo 2: Programas con contenido infantil.....	150
Anexo 3: Cuestionario.....	154
Anexo 4: Programas de la estación 710 “La que más me gusta”.....	156
Anexo 5: Equipo de Producción del programa “La Pandilla 710”.....	165
Glosario.....	166
Bibliografía.....	168

Introducción

Es el canal hecho para crear en el ser humano la imaginación, por sus características satisface las necesidades de la mayor parte de la sociedad, es un abanico de información dispuesto a ser escuchado y analizado por chicos, grandes y mayores. Sí, hablamos de la radio.

Para los conocedores de la materia, plantear un trabajo o una propuesta productiva de radio remite a un objetivo específico; la audiencia fiel. Difícil labor, ya que el ingenio se sintetiza en la originalidad de la presentación para su atracción y por ende, para el éxito de cualquier proyecto radiofónico.

Es esto mismo a lo que se enfrenta el equipo de trabajo de *La Pandilla 710*, programa infantil de una hora de duración que se transmite todos los sábados por la frecuencia de amplitud modulada en el cuadrante 710 AM.

La relevancia de *La Pandilla 710* se encuentra en los locutores; son niños de entre 6 y 14 años quienes conducen el programa. Son personas que se toman en serio el papel de comunicólogos al dar su opinión sobre temas significativos o ante la presentación de reportajes, cápsulas, noticias y más.

Descubrir la manera de cómo se trabaja en radio es interesante, y aún más cuando nos damos cuenta de que los niños tienen la misma aptitud, habilidad y comprensión que tiene un adulto para trabajar radio.

Conocer a fondo la producción de la emisión y llegar a la capacidad de plantear un producto similar es el objetivo del presente trabajo. Basarse en lo ya establecido para manejar distintas formas de aterrizar en el interés del público y formular un producto renovado.

La radio siempre es campo de estudio e investigación por el hecho de tratarse de un medio de comunicación que necesita adaptarse a las necesidades de la sociedad y las nuevas generaciones. Es un estudio constante que refleja tanto la vida cotidiana como la cultura mexicana.

Esta investigación presenta un programa para público infantil, es creíble, viable y sujeto al entendimiento, maneja contenidos comunes, sin escapar de la realidad y sin dejar de lado la imaginación y fantasía de los niños.

Es necesario el uso de géneros propios del lenguaje radiofónico. Se escribe para radio con temas sencillos que buscan crear conciencia en el público infantil e involucrarlos a la sociedad.

Hay que considerar el manejo de locutores que fabriquen su propia personalidad para llegar a estimular el interés de los niños y así, contribuir a enriquecer la identidad de la cultura, creando un margen para dejar de fuera lo ilógico.

El trabajo de esta tesis, bien puede auxiliar con información a otras personas interesadas en la producción radiofónica, porque se sustenta y justifica.

Es razonable preguntarse por que proponer un programa para público infantil y la respuesta se justifica cuando al prender el aparato radiofónico existen escasos programas infantiles, además de considerar la infinidad de proyectos musicales, noticiosos y hablados que sólo se inclinan en los gustos de los adultos.

Así, tomar como referencia y hasta con cierta relevancia el programa *La Pandilla 710* por el hecho de contar un esquema programático general que piensa cien por ciento en la audiencia infantil, para su desarrollo semanal que se sintoniza por la banda de amplitud modulada en la estación 710, perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio, ofreciendo esta organización un servicio público con principios y especificaciones propias del Estado.

Por otro lado, también es válido expresar que el gusto propio por este medio de comunicación y la mejor intención de proponer proyectos y experimentar con nuevas ideas para el progreso e historia de este medio masivo.

Lo que trasciende del programa radica en que son los mismos pequeños quienes lo conducen. Involucrar a estas personas atraen al mismo público y, por ende se hace de la producción un camino viable para el entendimiento de ellos.

Ya con los conocimientos teóricos y empíricos del trabajo radiofónico, es preciso plantear una producción basándonos en las fases que conlleva. Por obligación, la creación de un programa remite a entender que preproducción es el trabajo previo antes de entrar a cabina; la producción, es el momento pleno de la realización; y la postproducción, la cual culmina con la edición y presentación del trabajo.

Esta investigación analiza el programa *La Pandilla 710* a fin de conocer a fondo el trabajo de producción dentro de una cabina de radio y más aún, enterarnos de la preparación de los locutores antes de grabar o salir al aire en cada transmisión.

No está por demás agregar la importancia de aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de comunicación y la contribución de datos hacia otras personas interesadas en este tema.

Desarrollar un tema que abarque la creación de un proyecto para ser escuchado tiene como objetivos principales identificar a la fecha del presente trabajo tanto la estación 710 AM como el programa infantil *La Pandilla 710*, mismo que sirve de base documental para la creación del programa *Desde la Azotea*, propuesta que se expone en los últimos capítulos de esta investigación

Cabe aclarar que el proyecto *Desde la Azotea* no busca sustituir a otras transmisiones para niños, sino que forma parte de ellas como una opción adicional

a la escasa barra programática de emisiones infantiles. No se trata de quitar lo ya existente, este no es el caso.

Continuando con este tratamiento, se describe la producción *La Pandilla 710* y sus principales características para dar respuesta a la premisa o hipótesis planteada acerca de que la participación de los niños como locutores del programa aumentan y mantiene la audiencia, además de que, contribuir a la creación de un programa para niños, presenta en ellos una cultura por este medio de comunicación.

La investigación aborda temas que tienen que ver con radio, producción y comunicación, lo cual exhorta a todo estudiante a fundamentar cualquier idea o premisa con autores expertos, libros y enciclopedias que traten a fondo el tema.

Entre los principales autores que se mencionan en el presente trabajo destacan Mario Alberto Pérez, Pilar Vitoria, María Julia González y Fernando Curiel a efecto de conocer el proceso para obtener un producto para el oído.

Se abordan temas que van desde la preproducción hasta la pos-producción, es por ello inclinarse a los escritos de Fernando Curiel ya que en *La estructura Radiofónica, Manual para guionistas* brinda la información necesaria para hacer el guión, parte medular de la producción de radio.

Lo mismo sucede en el libro de Pilar Vitoria, *Producción radiofónica, técnicas básicas*, ya que se centra en la parte más complicada de la producción que es la realización del programa. Tanto Mario Alberto Pérez como María Julia González detallan información para la comunicación de radio.

Estos y demás autores expertos en el tema son quienes ayudan a la creación de una investigación sustentable para la radio como medio de comunicación que

informa, orienta y enseña no sólo a las personas mayores, sino también a los niños, voceros del futuro.

Hacer el trabajo de tesis implica una variada recopilación de datos, las cuales pueden ser documentales o de campo. Si destacamos el significado de investigación de campo, entenderemos que es todo lo que rescatamos de entrevistas, sondeos, imágenes o simple observación.

Para la elaboración del programa *Desde la Azotea* se acude al Instituto Mexicano de la Radio con el objeto de entrevistar a: Productor: Juan Barrera; Coordinadora de talento infantil: Eréndira Hernández; Conductor: Nacho Casas; Locutores infantiles: Víctor Alejandro Caero y Verónica Miranda y Operador Técnico: Julio Aguilar.

Se hace un sondeo a través de un cuestionario que ayuda a conocer los intereses de los niños para la elaboración del programa *Desde la Azotea*, además se identifica la audiencia a la que nos enfrentamos en esta época.

Enfocarse al estudio radiofónico significa observar y comprender la realidad laboral, puesto que la educación académica brinda la teoría y mientras que la práctica de desarrolla en el momento de ser partícipe del equipo de trabajo designado para llevar a cabo el proceso de la comunicación de masas.

Desde la Azotea, proyecto que se propone en este trabajo informativo, demuestra la posibilidad de fabricar un trabajo documentado y creativo, que además de contribuir para acabar con el escaso bagaje de programas radiofónicos infantiles, hace frente a la hipótesis planteada anteriormente la cual dice que existe mayor atracción de los niños cuando escuchan un programa radiofónico conducido por los mismos niños.

Un programa de radio siempre es relevante por el hecho de manifestarse comunicativamente hablando, porque a pesar de tener una amplia variación de estos (programas radiofónicos), habrá gente que se identifique con uno u otro, dejando a un lado si el programa se desarrolló para cierto sector de la población. Es interesante cómo la audiencia llega a conocer tanto una estación de radio y la hace parte de sí.

La comunicación no es limitativa porque se desenvuelve en la población, llega hasta lugares poco esperados, los medios masivos ayudan a su desarrollo constante y proponer un programa para niños, justifica lo que aquí se describe.

Más aún, es brindar el interés propio de la producción radiofónica, misma que se establece como una acción coherente que, aunada a la comunicación, hace de ello la contribución para llevar a cabo el proceso comunicativo: emisor-mensaje-receptor.

Colaborar con la actividad de producción radiofónica brinda un proyecto preparado para ser transmitido por canal auditivo en emisoras que se interesen por la audiencia infantil y así entrar al espacio laboral de empresas radiofónicas.

La presente investigación abarca temas básicos para los interesados en la manifestación artística de la producción, a lo largo de todo este proyecto se encuentran cuatro capítulos; el Capítulo número 1 contiene información que ayudan a entender qué es la comunicación radiofónica, se integran en él la descripción del lenguaje radiofónico, el guión y la escritura para el medio auditivo.

En complemento al capítulo anterior, se agrega el Capítulo 2 mismo que desarrolla de manera detallada toda la parte de la producción, es decir, desde cuando se tiene la idea para iniciar un proyecto, pasando por la elaboración del guión, la organización del equipo de trabajo, el estudio de grabación (lugar indispensable para el desempeño radiofónico), además de la descripción de cada una de las

partes que conforman la producción radiofónica: preproducción, producción y posproducción.

El Capítulo 3 se incluye como parte necesaria para dar cuentas de la existencia del programa radiofónico infantil *La Pandilla 710*, donde lo más destacado es la investigación de campo por las entrevistas realizadas a todo el equipo de trabajo de dicho programa, a efecto de rescatar información valiosa que demuestra cómo es el trabajo real de la producción auditiva.

Dicho capítulo habla de la estación 710 de Amplitud Modulada, misma que transmite el programa de *La pandilla 710*. Incluye datos esenciales como lo es su evolución, sus inicios y trascendencia a la fecha de la realización de este trabajo.

El punto final de esta investigación es el Capítulo 4, mismo que presenta la propuesta de programa radiofónico infantil *Desde la Azotea* tomando como referencia la emisión de *La Pandilla 710* para contribuir a la creación de productos para los niños.

En la propuesta, se desarrolla el proyecto de *Desde la Azotea*, especificaciones técnicas y principalmente se agregan los guiones de las secciones del programa a modo de brindar al lector el contenido de éste, basado en encuestas realizadas a niños de 7 a 12 años de edad.

Las secciones del programa *Desde la Azotea* son: “La Complacencia de la Semana”; “Para despertar la Mente, libros y otros libros”; “El Chiste para reír”; “Tu Ciudad”; “Conociendo a los seres Vivos”; “Las cosas Funcionan así” y “*Desde la Azotea* te invita.”

Como parte adicional se integra un capítulo de introducción, otro de conclusión, bibliografía, glosario y una parte de anexos, los cuales ayudan a complementar, justificar y sustentar los cuatro capítulos del trabajo, mismos que se enuncian a

continuación: Anexo 1: Imágenes que describen una cabina de radio, locución y operación; Anexo 2: Programas con contenido infantil; Anexo 3: Cuestionario; Anexo “A”: Programas de la estación 710 “La que más me gusta” y Anexo “B”: Equipo de Producción del programa “La Pandilla 710”.

De esta manera es como se estructura la investigación de “Programa radiofónico Infantil, La Pandilla 710, del Instituto Mexicano de la Radio”, título de este trabajo de tesis que, más allá de todo, surge de la valiosa experiencia de haber estado colaborado en una estación de radio dentro del Instituto Mexicano de la Radio y así, haberlo considerado como campo de investigación y poder desarrollar la práctica profesional, indiscutible en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

Como punto final, vale la pena informar que el 08 de agosto del presente año, la estación 710 de AM cambia de formato, de un estilo grupero y ranchero, a una estructura completamente rockera e inclinada al público juvenil, ahora su nombre: *Interferencia 710*. Se considera relevante el dato porque esta tesis describe lo que es la estación 710 con el eslogan *La que más me gusta*.

Estos cambios ya no se plasman en el presente trabajo, puesto que la delimitante de espacio y tiempo para la investigación concluye desde el pasado abril de este año. Por otra parte, el programa infantil *La Pandilla 710* realiza algunos cambios técnicos, como la música, pero no modifica su contenido.

CAPÍTULO 1

1. Comunicación Radiofónica

Antes de abarcar a profundidad el tema que compete, es necesario conocer los antecedentes de la radio como medio de comunicación. La idea es comprender a grandes rasgos el uso de este canal auditivo a través del proceso que se lleva a cabo en la producción radiofónica, aplicable en todas las estaciones de radio.

“A casi un siglo de su descubrimiento, la radio sigue siendo el medio de comunicación social a través del cual el sonido y la palabra reivindican o enajenan individual y socialmente, en función de los fines para los que sean utilizados. Al ser esencialmente auditivo, muchas de las actividades del hombre se pueden llevar a cabo de manera simultánea sin detrimento al escuchar el radio...”¹

La radio, sobre los demás medios de comunicación, mantiene el sello característico de poder sobrellevar al radioescucha sin tener que verlo de frente; lo obliga a generar imágenes mentales. La limitante es escasa, porque no hay un margen que impida figurarse colores, personajes, paisajes, espacios, pantallas...

Lo simbólico se simplifica en el tono de la voz, dejando a un lado cuán hermosa sea la persona que se encuentra detrás del micrófono, lo que importa es generar de emociones en la audiencia por medio de la voz, además, de ser el fiel acompañante en las actividades cotidianas de la gente.

“La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación, aunque tradicionalmente se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente

¹ Linares Quintero, Marco J., *El guión. Elementos, formatos, estructuras*. México, Ed. Pearson Educación, 2002, pág. 41.

hay que referir: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes.”²

El desarrollo tecnológico de este aparato plasma, a través de sus contenidos, el gusto más próximo de la población porque es la radio la que se escucha en muchos hogares y por personas de todas edades y géneros.

“En sus comienzos, en la primera parte de este siglo, la radio no dio señales del papel que jugaría en el mundo moderno. Los primeros que experimentaron con la radio, como Marconi y Fessened, no imaginaron que su juguete electrónico se volvería un medio de entretenimiento e información para automovilistas, navegantes y gentes en sus hogares (e incluso para personas que salen a trotar”³

Entre otras ventajas, este medio masivo permite la simultaneidad de actividades, además, está disponible para todo el público, tiene la facilidad de escucharse en distintos lugares y es un medio gratuito.

Sin dejar ir una característica más, la radio (hablando en términos de trabajo y producción), resulta ser una actividad económica y sencilla. Para realizar alguna transmisión sólo se requiere el corresponsal, un micrófono y los implementos técnicos necesarios para llevar a la práctica este proceso. No se necesita una linda imagen para salir en la pantalla chica, ni mucho menos llegar y redactar una historia que tiene que salir al otro día en medios impresos.

La radio como medio de comunicación se ha transformado no sólo en el aparato para escuchar música, sino en un agente político formador y organizador de opiniones. Creadora de espacios que convierten simples conversaciones en debates y discusiones que se apropian del derecho de la libertad de los ciudadanos para expresar ideales propios.

² “Producción radiofónica” (Texto), www.recursos.cnice.mec.es. Agosto de 2007.

³ Hausman, Benoit y O'Donnell. *Producción en la radio moderna*. México, Ed. Thomson Learning, 2001, pág. 2

Es en este sentido como se abarcan y conocen las características propias de este medio de difusión. Tiene por particularidad ser otro elemento más (esencial) de la comunicación, que sirve como transportador de información dentro de la sociedad, conocida ya en estos días como la *sociedad de la información*, que cumple con el esquema comunicativo: emisor-mensaje-receptor.

“La radio, en tanto medio de comunicación, es un complejo tecnológico que pone en contacto por lo menos a dos sujetos: los emisores y los receptores. La radio y todos los medios de comunicación a distancia producen significaciones de una manera distinta a la comunicación interpersonal, en la que emisores y receptores comparten el espacio físico y el tiempo real del acto de comunicación.”⁴

La capacidad comunicativa es un fenómeno desarrollado por la misma sociedad a fin de mantener contactos personales con el mundo exterior. Hay personas que prefieren a la radio sobre los demás medios de comunicación para informarse o bien, como simple entretenimiento que logra satisfacer las necesidades de cada sector social.

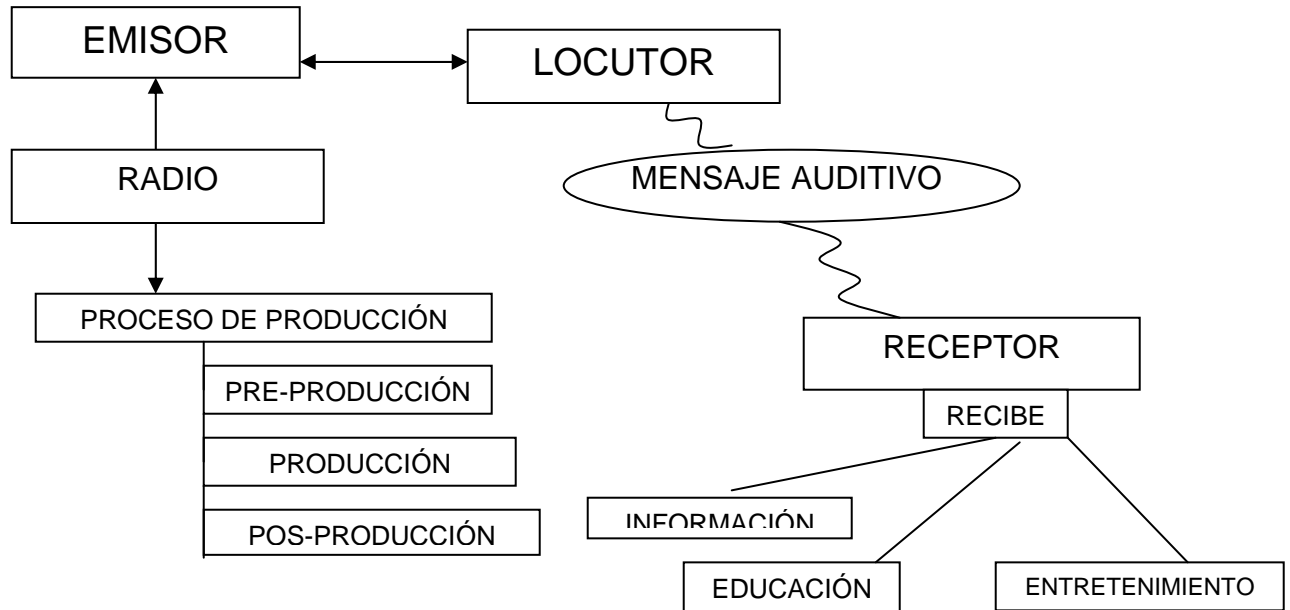
Los grupos radiofónicos fabrican infinidad de programas, cada uno de ellos cuenta con características específicas que se adecuan tanto al perfil de la estación como al del público meta. Crean una serie de estrategias haciendo uso de las encuestas, entrevistas, etc.

En radio, el proceso de comunicación tiende a ser un acto interactivo donde se codifican y decodifican los mensajes enviados a través de las ondas sonoras. Así mismo, igual que los demás medios de comunicación, la radio busca en la audiencia una reacción, la cual podría ser la obtención de mayor rating de audiencia.⁵

⁴ *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.* México, UAM Xochimilco, 1998, pág. 25.

⁵ Véase cuadro No. 1. Interpretación propia: Gabriela Ruiz. “Proceso de comunicación en la producción radiofónica”

Cuadro No. 1



Son los creadores de mensajes quienes tienen que desarrollar el interés de la audiencia a través del medio, buscando la forma de aterrizar en la mente del consumidor de información de una manera confiable, verás, viable y creíble para las masas.

Es conveniente decir, que la radio funge como organización que permite el tráfico de información abundante la cual se canaliza por los medios de difusión, en este caso es canal auditivo, a través de los distintos grupos radiofónicos.

La gran ventaja de la radio es que el público se siente acompañado cuando lo escucha, no tiene que dejar de hacer sus actividades, además, puede divertirse, informarse y al mismo tiempo ser parte de una sociedad que se entera de lo que pasa en su mundo exterior sin salir de casa.

La radio influye en la opinión de la sociedad porque está inmersa en ella, de ahí la interesante responsabilidad que tienen los que producen, administran, operan y dirigen la radio. Sin duda alguna, ponen en juego la capacidad crítica de la sociedad, la imaginación y el sentir de las emociones.

Como la radio es un medio de difusión informativa que se dirige hacia las masas, es conveniente tomar en cuenta que el quehacer radiofónico manifiesta y desarrolla interpretaciones para generar atracción en el auditorio. Producir es un trabajo que fabrica y adecua los mensajes al medio que se está tratando para el éxito de los objetivos de cada estación o programa.

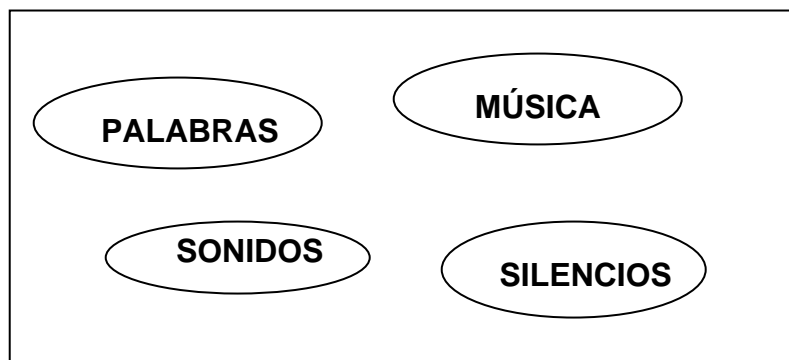
No es lo mismo pensar en la producción de un comercial para transmitir en radio que en televisión, en la TV, la principal herramienta es la imagen y hasta se podría hacer un trabajo sin sonido; sin embargo, en radio, el sonido es el elemento principal, y de ahí la adecuación del medio y su relevancia.

1.1 El lenguaje radiofónico

Ya entendida la radio como medio de comunicación masiva y canal de información, será fácil razonar la significación de lenguaje radiofónico.

Podría parecer complicado entender el concepto de lenguaje radiofónico para quienes tienen poca familiaridad con este medio de comunicación, sin embargo, es sencillo: no es otra cosa que códigos y signos comunes que ayudan a cualquier equipo de producción a concebir la fabricación de un trabajo auditivo.

El discurso radiofónico se integra con cuatro elementos



Fuente: elementos que utiliza Ricardo Hays en su obra *Hacia una nueva radio*, para describir el lenguaje radiofónico.

En el lenguaje radiofónico intervienen las herramientas necesarias para hacer de la radio un canal auditivo coherente y atractivo. "... no es únicamente la palabra; se constituye de los sistemas expresivos de la palabra, la música y los efectos sonoros"⁶.

A estos elementos es conveniente agregar la utilización del silencio como elemento de imagen cuando se requiere mayor dramatismo o suspenso en algún caso específico.

⁶ Balsebre, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madrid, Ed. Cátedra, 1994, pág. 24.

“En radio, esa capacidad de hechizo de las palabras se complementa con la de los restantes componentes de ese particular discurso mediático. Así, la música, los efectos sonoros y el silencio le permitirán ganar referencialidad y contribuirán a vitalizarlo; le sumarán capacidad descriptiva o evocativa; acrecentarán la hondura dramática allí donde conviniere”⁷.

Parece fácil comprenderlo, lo difícil es el arte de mezclar todos estos elementos en orden, justificación y objetivos, con la idea de lograr una exitosa recepción en la audiencia. Son estos símbolos acústicos los que reproducirán la imagen concreta en la mente del radioescucha.

En una entrevista realizada a un operador técnico del Instituto Mexicano de la Radio, mencionaba que la producción y en sí la operación radiofónica, resulta ser una actividad sencilla. Lógicamente existe una preparación académica, sin embargo *es algo que se trae o no se trae*.

El lenguaje para radio existe y se ha creado de una forma tal para entender cualquier mensaje proveniente de este medio de comunicación. Se trata de un sin fin de elementos expresivos, distintos, que se pueden utilizar para crear en el ser humano la imaginación.

Hacer referencia a la palabra *distinto*, es inclinarse a entender que hay gran variación de música, voces y efectos sonoros que hace de la radio un medio expresivo y creativo por excelencia.

La radio como medio de propagación informativa unisensorial⁸, requiere de la fabricación de mensajes completos, creativos y a la vez sencillos, de fácil acceso

⁷ Haye, Ricardo. *La radio del siglo XXI, nuevas estéticas*, Argentina, Ed. CICUS, 2000, pág. 103.

⁸ Tomar esta característica como parte esencial de la radio y considerar que, además del oído, pueden llegar a intervenir otros sentidos que conllevan al ser humano, justo en el instante de escuchar radio.

al entendimiento del hombre. La confrontación de la palabra y el lenguaje radiofónico ayudan a cumplir este fin.

Se entiende ya que el lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras representadas por los siguientes sistemas expresivos: la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada tanto por el conjunto de recursos técnicos expresivos de la reproducción sonora como por el grupo de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioescuchas.

También dicho de esta forma: “Mediante la combinación de efectos de sonido, música, diálogos e incluso, silencio, el escritor puede desarrollar una estampa en la mente su auditorio, que sólo la imaginación del radioescucha podría limitar”⁹. Así, se delimita la creadora actividad de los productores.

Es necesario comprender cada parte del lenguaje radiofónico. La palabra, emitida por el sonido de la voz es el arma que la radio tiene como vehículo de comunicación.

Es el sonido amigable, varonil, sexy o tierno que hace imaginar a la persona frente al micrófono. Tiene como misión buscar la capacidad de evaluar cada frase y hacer de ella un sentido universal.

Se trata de la herramienta esencial para la atracción de la emisión transmitida. La palabra se usa “para describir por extensión la totalidad del sistema expresivo que constituye el lenguaje verbal en tanto que vehículo de comunicación entre personas...”¹⁰

⁹ Hilliard, Robert, *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. International Thomson, 2000, pág. 7.

¹⁰ Balsebre, Armand. Op Cit. Pág. 22.

La voz va acompañada en armonía de la música, los efectos sonoros y el silencio. Este último a pesar de que es un instante sin ruido, convoca al radioescucha a la interpretación, a crear una atmósfera adaptable en cada situación.

Como sustento, conviene citar a Armand Balsebre, quien expresa lo siguiente de dicho concepto: el silencio “delimita núcleos narrativos o sintagmáticos. Construye un movimiento afectivo. El silencio es la lengua de todas las fuertes pasiones: amor, sorpresa, cólera, miedo”¹¹.

El silencio, también es parte significativa de la creación auditiva en la producción radiofónica. Puede ser totalmente ignorado por el emisor, sin embargo, es el productor quien lo utiliza de forma estratégica como argumento para que el auditorio tome conciencia sobre cierta información o justifique algún acto de dramatismo o suspenso.

“La música es uno de los elementos más importantes en la producción radiofónica... Los buenos productores son capaces de buscar y utilizar la música para su provecho... pueden producir según el formato general de la estación”¹².

Ésta gusta de ser la conjunción en la producción de radio. Muchas veces es el elemento necesario para poder expresar emociones o sentimientos. Enfatiza argumentos. Sin ir muy lejos, podría decirse que la radio es inexistente sin la música.

Es fondo musical que ha de acompañar la voz del locutor, o en su caso busca ser el entretenimiento y base estructural de la mayoría de los programas de las radiodifusoras.

“El carácter de la música es de forma universal. Con este elemento del lenguaje

¹¹ *Ibíd.* Pág. 136.

¹² Lewis, Benoit y Asuman, *Producción en la radio moderna*. Thomson Learning, pág. 154.

sonoro se logra tocar límites inalcanzables debido a que la magnitud de su variedad nutre el espectro radiofónico. La música es muy fácil de conseguir, solicita una exigencia reglamentaria, es decir, su utilización refleja que se justifique cada acto de interpretación musical.¹³

Ricardo Haye proporciona algunas funciones que la música brinda mediante sus características propias:

- Identifica una emisora, programa o sector de programas.
- Da mayor relieve a algún personaje.
- Estimula el recuerdo de hechos.
- Prepara el anónimo del oyente.
- Identifica lugares, tiempos o personas.
- Para cortinas o encadenados

Poco a poco se crea y concretiza el significado del lenguaje radiofónico. En radio no es una herramienta superficial, es el tronco que sostiene todo trabajo de producción. Como punto final queda por enfatizar lo que son los efectos sonoros.

Son casi milésimas de segundo de sonido que enriquecen la producción radiofónica. Son pequeños ruidos que al escucharlos crean en la mente la imagen de lo que se oye, ya que presentan características que definen un concepto.

Los efectos han sido creados para complementar las herramientas del lenguaje radiofónico que darán el efecto de conclusión a cualquier emisión radiofónica y se crean retomando sonidos naturales o artificiales (creados por el ser humano dentro o fuera de la cabina de radio)

La primacía de la voz y la música en la radio encubre el trascendente papel que para la producción radiofónica juegan igualmente los efectos sonoros. Se trata de

¹³ Haye, Ricardo, *Hacia una nueva radio*. Op Cit., pág. 60.

una materia prima esencial para un medio ciego, ya que, entre otras cosas, describe paisajes sonoros.

El efecto sonoro se sintetiza como “la congruencia en la asociación de la forma sonora con la imagen que representa será el parámetro básico que regulará la definición... Únicamente un ambiguo contexto sonoro o la naturaleza singular del efecto sonoro, o del objeto de percepción que representa, impedirán al radioyente la producción de una imagen auditiva precisa y correcta”¹⁴.

Ante todo cabe destacar que entender a la radio como medio de comunicación va más allá de la simple ordenación de los elementos del lenguaje radiofónico que se estudian en el área de producción. Con ello se busca establecer un acto creativo que logre en el radioescucha atracción e identificación, ya sea por el contenido de la emisión, la música o la interpretación de los locutores.

El quehacer productivo radiofónico tiene por obligación describir un suceso o acontecimiento real y coherente, retomando el lenguaje radiofónico. Utilizar ante todo la palabra, sin dejar de lado a sus aliados y componentes –de igual forma– descriptivos¹⁵.

Palabras	Frases
Cortas, simples, corrientes (“decir” mejor que “expresa”) Llanas y no vacía ni superfluas (“ahora” mejor que en este momento”) Evitar vulgarismos, neologismos, arcaísmos, palabras malsonantes y ornamentales. Adjetivos: pocos. Nunca estilo florido. Adverbios: el “hoy”. Se evitan las terminaciones en –mente. Verbos: de acción. En voz activa (frente a la pasiva). Forma positiva. Eludir cualquier clase de pronombres o alusión a un sujeto que se ha dicho anterior mente (éste; aquella; suyo; el anterior; etc., y artículos innecesarios.	Enunciativas, declarativas, narrativas. Selección del hecho dominante. Las frases deben llevar un orden y una lógica. Directo. Afirmativas. Evitar ambigüedades, abstracciones y formas circunloquiales. Cada frase, una idea o una imagen. No deben mezclarse las ideas en informaciones. Prescindir de pantallas lingüísticas: no subordinadas, no incisos, no relativos. No mezclar información con opinión. Obviar frases hechas, clichés, muletillas, estereotipos, jergas, etc.

¹⁴ Blasebre, Armand, *El lenguaje radiofónico*. Op. Cit., pág. 123.

¹⁵ Fuente: María Julia González Conde plantea un esquema sintético sobre las normas para una mayor validez a la hora de aplicar las técnicas del lenguaje radiofónico.

Las funciones emitidas se justifican en el hecho de poner en práctica la acción radiofónica. No es lo mismo leer, entender e interpretar las ideas de los autores que explican radio, que hacer este trabajo de forma constante.

Hablar de este tema invita a retomar y agregar el informe de Sfez Lucien, en su libro "Crítica de la comunicación", ya que trata sobre lo que pasa o ha de ocurrir en la mente de la audiencia mientras capta los mensajes (ya elaborados) audibles, mismos que se enumeran a continuación:

1. El contexto que estructura en enunciado y permite a un intérprete comprender su significado.
2. La intención del locutor, que, manifestada en el enunciado (acto del lenguaje), suministra un sentido literal al intérprete.
3. La interpretación del intérprete, que reaccúa sobre la continuación del diálogo y orienta su sentido.
4. Las reglas del discurso que rigen las enunciaciones y que, según supone el intérprete, el locutor conoce.
5. El locutor, a quien el intérprete atribuye la firme intención de servirse de estas reglas. Su garantía es que él *sabe* y *quiere* dialogar.

Es de esta forma como los integrantes que hacen radio piensan tanto en su público específico como en el laborioso trabajo para llegar a los grandes sectores de la población. Es una actividad que gusta de ser planteada día a día para la trascendencia inmediata, haciendo uso (en este caso) del lenguaje radiofónico y creatividad subjetiva.

1.2 Escribir para el oído

Al prender el aparato radiofónico para escuchar algún programa de corte hablado, musical o informativo, por lo general es fácil captar y procesar la información que proporciona el locutor y eso se logra a través de una buena escritura, una escritura que se adecue al medio, en este caso, a la radio.

Además de utilizar una voz clara, se manejan frases cortas que delimitan los datos para el mayor entendimiento. Éstas son las bases de cada director de emisora para la eficacia del medio sonoro.

Escribir para radio es el tema central de este capítulo. Hay que tener presente que no es lo mismo la redacción de radio, que la de televisión (por ejemplo) ya que en el medio auditivo no se cuenta con el apoyo de la imagen, es sólo el sonido.

La comunicación radiofónica busca que el mensaje llegue al emisor y en radio se necesita la colaboración del productor y redactor para lograr este fin. Libros de producción radiofónica o guionismo dan las claves básicas para escribir en radio.

Los autores despliegan la información como si fuera un abanico con la idea de dar significación al medio a través de la escritura para la transmisión de mensajes acústicos.

Cápsulas informativas, reportajes, crónicas y demás géneros radiofónicos siguen un mismo patrón de escritura. Si lo que se busca es que la información sea comprendida de una forma exitosa, se requerirá de la utilización de las palabras adecuadas para el oído.

Escribir para radio significa claridad y brevedad expositivas, "... implica una concepción verbal de lo que se está escribiendo. El punto de partida de cualquier

texto radiofónico debe ser el lenguaje hablado, adaptado y corregido con la única finalidad de hacerlo más comprensible para el oyente...”¹⁶

Lo más destacado que surge al escribir para el medio es la síntesis de la información descrita de manera detallada en donde el oyente no tenga que disponer de tanto esfuerzo para entender lo que se le proporciona.

El tiempo de los medios masivos no es tan extenso como cuando existe la oportunidad de leer y releer las noticias del periódico o alguna novela histórica. Esta es la principal razón que se tiene que tomar en cuenta en el momento de escribir para radio, ya que se trata de un instante efímero donde las frases no se vuelven a repetir.

La radio como medio de comunicación masiva requiere que el guionista, redactor y hasta productor mantengan un denominador común en cuanto a la forma de establecer las delimitantes de la producción, es plasmar en cada línea escrita un código que identifique la idea precisa. Pensar en el auditorio, como totalidad y al mismo tiempo en cada uno de los oyentes, de forma individual.

“Escribir para radio, pensando que la palabra será oída, nos permite poner orden en el repertorio simbólico de nuestro discurso. Es prevenir el caos. Pero, además, es proporcionar consistencia al mensaje, hacerlo más fuerte, vigoroso y ponerlo a salvo de las fragilidades en que una forma improvisada puede sumirlo”¹⁷.

Los autores explican que la radio, en comparación de los demás medios de comunicación, tiende a poseer un auditorio más específico y por ende se crea la exigencia de generar en cada programa espacios con contenido específico, dependiendo del perfil de la estación y grupos radiofónicos.

¹⁶ Ortiz y Marchamalo, *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*. Barcelona, Ed. Paidós, 1994, pág. 59.

¹⁷ Haye, Ricardo. *Hacia una nueva radio*. Op Cit., pág. 52.

De ahí la relevancia de saber escribir para un medio unisensorial. “Hay que escribir el material como si el presentador estuviera hablando informalmente, sentado en la sala de la casa de su televidente o radioescucha”¹⁸.

Retomar la informalidad al escribir para radio es una estrategia creada con el objeto de plasmar en el público confianza y empatía por parte del locutor. La persona que oímos en la estación de preferencia maneja un tono de voz específico para la su aceptación.

Son los medios masivos los que crean en la audiencia persuasión e influencia a través de mensajes cargados de datos que propagan ideas centrales, de las cuales hay que crear controversia para fabricar en el receptor acciones que convengan.

Por eso la proposición de manejar la informalidad al escribir para el oído. “... en un intento positivo, se considera organización informal a la fundada en relaciones espontáneas de simpatía, que dan lugar a una interrelación personal de naturaleza afectiva y duradera”¹⁹.

Debido a que se trata de una relación poco esquemática y rígida, la comunicación informal en radio brinda la pauta para una mayor sensibilidad por parte de la audiencia.

Esto es, mayor acercamiento e identificación del locutor con su público. Además, la radio es un medio que por esencia es poco formal; el locutor tiene que caer bien a la audiencia, hablándole de “tú” y utilizando palabras usuales y entendibles para la sociedad, sin dejarnos llevar por un vocabulario coloquial y mucho menos vulgar.

¹⁸ Hillard, Robert, *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Op. Cit., pág. 49.

¹⁹ Marín, García y Ruiz. *Sociología de la comunicación*. Ed. Trotta, 2003, pág. 110.

La radio es inmediata, efímera y fugaz. Es necesario manejar una escritura apropiada: palabras sencillas, oraciones cortas, párrafos pequeños, datos precisos, pero escuetos. Es el manejo y manipulación de información por medio de los mensajes.

Ahora, identificar la palabra *mensaje* lleva al entendimiento de la misma. En el entorno radiofónico es uno de los elementos esenciales que logra completar el proceso de comunicación. Son códigos ya establecidos y convencionales que la audiencia entiende y decodifica.

“La densidad de mensajes en cualquier contexto es enorme, incluso si nos referimos a los mensajes dirigidos a una persona concreta. Los medios de masas al multiplicarse y tener gran capacidad de emisión, al intentar la máxima captación de todas las personas de su campo de influencia, producen saturación. Por eso podemos hablar de que los mensajes lanzados por los medios deben de vencer una serie de obstáculos para ser percibidos”²⁰.

Así, la radio plantea lineamientos y delimitantes para la fabricación de mensajes, los cuales no sólo llegan a un sector específico de la población; hay que tomar en cuenta que dentro de los medios masivos los mensajes se disparan y son captados por un amplio grupo de personas.

En palabras de Armand Balsebre, los mensajes sonoros se definen como la *sucesión ordenada, continua y significativa de los ruidos elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificados según los repertorios/códigos del lenguaje radiofónico.*

La flexibilidad y la versatilidad aluden a la variedad de formas de presentación del mensaje radiofónico, a los diversos horarios y a los múltiples lugares de escucha.

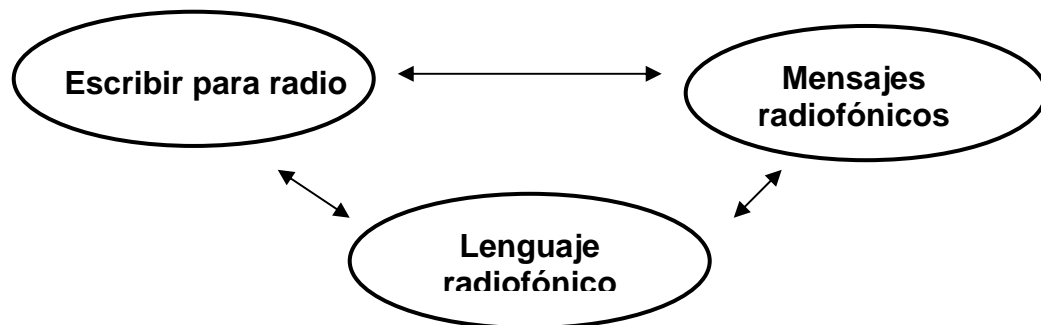
²⁰ *Ibíd.* Pág. 135.

El emisor entenderá este elemento en la medida en que tenga relación con el medio difusor; es la simple adecuación del público al medio que más le convenga o satisfaga sus necesidades, a través del contenido que se propague.

La radio, “de una manera sencilla podríamos definirla como el estudio de la interacción entre la sociedad y el fenómeno de la difusión de mensajes por medio de ondas de radio. Como interacción que es, existe una modificación sucesiva del emisor y los receptores”²¹. Y para que esa interacción se pueda establecer es necesaria la completa formulación de los mensajes

Productores y guionistas tienen la tarea de dominar el arte de escribir para radio, utilizar la creatividad para enlazar los elementos del lenguaje radiofónico.²²

Cuadro No. 2



El mensaje justifica la fabricación de un guión elaborado que ha de contener datos verosímiles que convengan al público. Pensar siempre en las palabras adecuadas tanto para el oído como para el escaso tiempo que se utiliza en radio.

Para un guionista no es mucha la complicación de este trabajo, precisamente porque ya entiende al medio en su esencia.

²¹ De Anda y Ramos, Francisco, *La radio. El despertar gigante*. Ed. Trillas, pág. 88.

²² Véase cuadro No. 2. Interpretación propia, Gabriela Ruiz: Escribir para radio implica la combinación del lenguaje radiofónico para la presentación de los mensajes radiofónicos.

“Todo mensaje tiene sentido en cuanto colocado en un marco de referencia; y esto no es cosa distinta de lo visto al establecer los esquemas de comunicación, que el mensaje se aloja en el campo de referencia común entre emisor y receptor.”²³

Escribir para radio involucra precisión en su discurso:

- La brevedad en cuanto a la información es una de las claves.
- Ser específico y no redundar.
- Mantener a lo largo la locución un lenguaje sencillo y cotidiano.
- Utilizar un vocabulario claro y convencional.
- Preservar un lenguaje coloquial; no vulgar.
- Una entonación agradable en la voz, crea confianza en el oyente.
- Desarrollo ordenado de las ideas o planteamientos.
- Manejo de archivo sonoro atractivo y adecuado a lo que se esté tratando.
- La duración de los géneros radiofónicos no tienen que ser demasiado largos.

La redacción para radio implica sensibilidad en las palabras y creatividad en el resto de los elementos del lenguaje radiofónico. Se debe tomar en cuenta la viabilidad para la expresión acústica y pensar en el medio que se tiene para la comunicación, es decir en la adecuada formulación.

Considerar las características propias del canal auditivo y resaltar finalidades, aptitudes y peculiaridades de éste. Tener los elementos suficientes para captar la atención del público y tratar de ahuyentar los ruidos procedentes del exterior.

Cabe destacar que es el escritor quien tiene las herramientas en sus manos para lograr dicho objetivo. “El radioescucha solo oye lo que el escritor o el director quieren que perciba... El escritor de radio puede crear esta imagen mental con

²³ Marín, García y Ruiz. *Sociología de la comunicación*. Op. Cit., pág. 150.

mayor eficacia que lo puede conseguir quien redacta en otro medio porque en radio la imaginación no está limitada por la vista.”²⁴

El guionista debe ser un profesional de la escritura porque es el encargado de transportar las ideas, los conceptos y las situaciones cotidianas al modo-sonido. El escritor de radio no sólo debe redactar correctamente, sino que tiene que hacer entender al radioescucha la razón de cada uno de los sonidos, en definitiva, la justificación del lenguaje radiofónico.

Al mismo tiempo necesita describir con la mayor precisión y exactitud cada detalle dispuesto a ser emitido vía sonido, no puede limitar la magnitud de su trabajo creativo a la simplicidad sin aprovechar los sistemas expresivos que brinda la radio.

“Como medio de comunicación, la radio posibilita una respuesta mutua e inmediata. Crea un feedback que rompe la estructura del discurso y del monólogo, y además la aparente ausencia de mediación le otorga una gran capacidad de comunicación, en la que la audiencia percibe a la radio como un interlocutor real”²⁵.

Y no sólo eso, sino que crea un ambiente que tiene por objeto involucrar al radioescucha, buscando de forma persuasiva entretener, educar, informar, etc., según sea el objetivo de cada programa.

Se considera a la radio como el medio más influyente en la imaginación. El potencial auditivo que posee por característica propia ofrece la facultad de un entendimiento distinto donde se desarrolla la educación, el entretenimiento y la comunicación, al mismo tiempo logra satisfacer todo tipo de necesidades: educativas, sociales y hasta de consumo.

²⁴ Hillard, Robert, *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Op Cit., pág. 7.

²⁵ González Conde, Ma. Julia, *Comunicación radiofónica*. Madrid. Ed. Universitas, 2001, pág. 26.

Es de esta forma como se describen y desarrollan las consideraciones propias de la escritura para el oído. No sólo se trata de establecer las bases necesarias para esta actividad sino analizar, como profesionales, la trascendencia de manejar el uso correcto tanto del lenguaje radiofónico como de las palabras y la expresividad de las mismas para evitar errores dentro de este medio de comunicación.

Al mismo tiempo es apropiado considerar y evitar el vacío o la nada dentro de cualquier transmisión, como ya se mencionó en algún momento, el silencio se justifica a lo largo de cierta narración o dramatización para remitir al suspenso o a la reflexión. Escribir para el oído implica pensar en todas esas cuestiones que llevan de la mano a la imaginación.

1.3 El guión de radio

A través de la preparación académica de cada uno de los estudiantes que se interesan por el quehacer radiofónico se establecen distintos elementos básicos necesarios en la enseñanza.

Herramientas específicas que llevan de la mano para poder crear el logro de todo productor: un programa de radio, un spot institucional, un comercial...

Uno de esos elementos es el guión, es decir, la guía que muestra cada uno de los pasos a seguir durante cualquier producción radiofónica.

El guión resulta ser toda planeación creativa que la audiencia es capaz de oír en alguna estación de radio durante cierto programa. Es el simple ejercicio de organizar ideas; más específicamente ordenar todo el lenguaje radiofónico.

Retomando las ideas de Miguel Ángel Ortiz y Federico Volpini en su libro *Diseño de programas en radio*, el guión ordena a sus participantes con instrucciones específicas y jamás buscará la confusión.

Toda escritura con intención de ser escuchada merece un guión, así sea un pequeño parlamento o una gran dramatización. En radio no hay que permitir la discriminación y mucho menos la desaparición de este elemento.

Definir esta palabra resulta sencillo, sin embargo, lo complicado es el alcance y la trascendencia de su utilidad. Lo más correcto sería empezar con la definición teórica.

Más que una guía, para María Julia González Conde el guión de radio simboliza la descripción detallada de todos los sucesos, situaciones y argumentos

del trabajo que vamos a realizar. Es el sustento de un programa de radio.

El guión se caracteriza por ser un proceso de creación. Es la guía en la cual se describe el programa futuro; se incluyen todos los detalles con el fin de evitar errores y más aún pérdida de tiempo. En radio, el tiempo es el motor que justifica la creación del guión, no se puede robar el espacio que no corresponde y tampoco crear silencios innecesarios.

“El guión radiofónico desempeña en este sentido un doble papel: la materialización de un código de escritura de la imagen mental del emisor y, al mismo tiempo, del texto sonoro que significará la imagen sonora”²⁶.

Cada una de las hojas (enumeradas) que conforman el guión debe incluir todo lo que se escuchará a lo largo del programa, con claridad y sencillez.

Características propuestas para la elaboración del guión son las siguientes:

- Traducción fiel de lo que se quiere decir.
- La facilidad interpretativa para todas las personas que participan en el proceso de elaboración, producción, realización y emisión.
- La operatividad y flexibilidad de su manejo.²⁷

Guión: forma ordenada en la que se presenta un programa. Está destinado a producirse, grabarse v transmitirse.

Otra idea de la significación de guión se retoma de los pensamientos de Marco Julio Linares; el guión es una propuesta ética y estética elegida entre muchas. En ella se expresan valores de la forma y el contenido que al ser elaborados mediante

²⁶ Balsebre, Armand, *El lenguaje radiofónico*. Op. Cit., pág. 167.

²⁷ González Conde, M. Julia, *Comunicación radiofónica*. Op Cit., pág. 132.

la imaginación creadora del realizador, sufren transformaciones de gran envergadura, pero que en términos sustantivos no modifican la materia esencial, es decir, que tal vez, la forma de transmisión pueda variar pero, el contenido será el mismo.

Es necesaria la fabricación de este elemento que facilite el trabajo para todo el equipo humano, pues de ello depende el éxito o fracaso del programa de radio. Tomar en cuenta la adecuada utilización de tipografías, signos de puntuación, redacción e indicaciones a los participantes del proyecto.

La utilidad que todo guión representa dentro de una cabina de radio es el sencillo manejo que se manifiesta a la hora de producir, a la hora de realizar las actividades que le corresponden a cada quien, ya sea para programas grabados o en vivo.

Uno de los retos del material es la disposición y disciplina para seguir al pie de la letra las instrucciones que se expresan de forma escrita en él. Intenciones e indicaciones se sitúan al margen de la acción de cada personaje y operador.

Reglas convencionales y específicas para escribir el guión radiofónico son las siguientes:

- Utilizar hojas tamaño carta, de forma vertical.
- Numeración tanto de hojas como de líneas escritas, con el fin de una rápida localización si alguna parte de la grabación se repite.
- No rebasar de 28 líneas en una hoja.
- Datos del programa escritos en cada hoja del guión.
- Escribir correctamente las indicaciones técnicas y parlamentos de locutores o actores.

Cabe señalar que los teóricos de radio sugieren que toda indicación técnica se escriba con mayúsculas en negritas y abarcando todo el margen de la hoja. Por otro lado cuando se indica qué dice cada personaje, se marca también con altas cerradas.

- Si algún actor dará cierta intención al parlamento, se escriben siempre entre paréntesis y con mayúsculas.
- Facilitar la lectura en cuando a la estética del guión.
- Instrucciones técnicas y acotaciones escritas con letras mayúsculas para su identificación a primera vista.
- Cuando la palabra no cabe completa en la línea, no debe cortarse; se bajará completa a la siguiente línea.
- Indicar al final de la hoja la persona que comenzará a leer o quién participará al inicio de la siguiente página.
- Tanto limpieza como orden son necesarios para disminuir errores en la lectura.
- Sacar el número de copias necesarias del guión para cada uno de los participantes en la realización.
- El guión de radio no requiere que use clips o engrapen las hojas porque en utilización traería consecuencias negativas.

Con todo esto se pretende explicar que en radio no se permiten equivocaciones. Evitar esto significa una labor previa con detenimiento y cuidado exclusivos para su adecuado trabajo..

“El GUIÓN es el que proporciona la información precisa a cada ejecutante, cada expedicionario, distinguiendo con claridad los campos ante todo; después a quién corresponde la indicación en cada campo; y luego concretando qué es lo que se ha de hacer y cómo hacerlo”²⁸.

²⁸ Volpini, Federico y Ortiz, Miguel Á., *Diseño de programas en radio*, pág. 29.

Al hablar de esta guía obliga entender que se trata de una serie de códigos que mantienen una significación específica para cada elemento del equipo de producción. Son codificaciones aceptadas que se desarrollan a lo largo del papel en blanco y que por sí mismas determinan la creación del guión.

Ahora, ya con una idea establecida y clara de lo que significa el guión para la producción radiofónica, es momento de entender su importancia para este tipo de actividades. “La paulatina muerte de la creatividad radiofónica en los sitios donde antaño floreciera, más la insistencia en desconocer las peculiaridades del lenguaje radial, han arrojado el guión al cuarto de los objetos inútiles”²⁹.

En este sentido, María Julia González Conde abarca el tema del guión, al exponer que en una estación de radio en vez de encontrar éste, productores y guionistas trabajan en cambio con una *lista enumerada de contenidos que poco tienen que ver con una pauta y menos con un guión de continuidad*.

La sensibilidad de locutores y conductores para el habla, así como sus capacidades frente al micrófono han provocado la llamada improvisación. Cuestión que Pilar Vitoria desfavorece, porque el guión se crea por dicha razón, para evitar la improvisación.

“Hay dos factores que justifican el uso de los guiones en todo mensaje de radio: el control estricto del tiempo y la obligatoriedad de no improvisar. Si no especificamos cuánto dura la cortina musical o la intervención de un personaje, ‘corremos el riesgo, de que nos sorprenda el final de nuestro espacio sin haber llegado a desarrollar nuestro tema’, y si no detallamos el contenido literario en el guión, nos arriesgamos a improvisar, pecado capital de los radiofonistas”³⁰

²⁹ Curiel, Fernando, *La estructura radiofónica. Manual para guionistas*. México, UNAM, FCPyS, 1984, pág. 63.

³⁰ Vitoria Pilar, *Producción Radiofónica. Técnicas básicas*. México, Ed. Trillas, 2004, pág. 95.

Con esto se sintetiza la idea de que el guión es una herramienta fundamental para la producción radiofónica, pues radio con dicha herramienta es una radio elaborada y por ende, bien producida. La improvisación queda totalmente fuera de este campo y Ricardo Hays proporciona algunas recomendaciones para evitar fallos:

- Conocimiento profundo del hecho comunicable y su relación con el entorno físico y cultural.
- Interpretación exacta de ese hecho a través de un cuadro personal y social de valores y funciones.
- Ordenación de datos
- Capacidad de síntesis
- Capacidad de memoria y de comunicación
- Facilidad y claridad de exposición.

Siendo objetivo y equitativos, en la teoría y aprendizaje de la producción, el guión resulta ser la experiencia y destreza que hace de este trabajo el desarrollo de la agilidad y sensibilidad para la escritura; la realidad productiva en las cabinas de radio es distinta ya que se inclinan a hacer labores más prácticas, sin olvidarse de la calidad del asunto.

El escritor de guiones se especializa en el transporte de ideas de la mente al papel, y además tiene la capacidad de hacer de algo escrito un producto sonoro atravesando por ese interesante camino de la producción y realización.

Es cierto que un programa musical no necesita un guión como tal; la actualidad invita a hacer uso de una escaleta o una programación, sin embargo, una dramatización con actores, voces y personajes, exige un guión elaborado con indicaciones técnicas, parlamentos, acotaciones y todas aquellas puntualizaciones propias del guión.

“El Guionista debe ser un artista, una persona sumamente creativa que sepa transportar ideas, conceptos y situaciones en palabras, que sepa disponerlas, exportarlas y reinventarlas; el Guionista no solo debe escribir correctamente, sino que debe ser capaz de hacer entender al radioescucha el porqué de los sonidos, los silencios o las pausas, los textos o los efectos, etc., es decir, todo aquello que se requiera para la estimulación del sentido del oído, que es básicamente al que va dirigido el medio de la Radio”³¹.

En casi cualquier trabajo a realizar dentro de la cabina de radio, el guión es fundamental y nunca debe faltar en las manos del productor. Es la herramienta fundamental para facilitar la grabación.

María Julia González Conde cita las delimitantes a incluir dentro de un guión para radio que tiene por objeto emitir mensajes seleccionados dentro de los contenidos. A continuación se enumeran:

1. Indicaciones a control, que incluyen las entradas y salidas de las diversas fuentes de audio –disco, casete, disco compacto, cinta abierta numerados, con sus respectivas duraciones y con el tipo específico de fuentes de audio.
2. Texto para cada locutor o actor y anotaciones previstas a sus parlamentos, en las que se explica la intención o emoción que debe dar a su diálogo.
3. Cómo, cuándo, y cuánto tiempo se escuchará la música de fondo, si se desvanecerá lentamente, etc., lo mismo para los efectos de sonido.
4. Indicaciones a control de los micrófonos, para crear efectos de sonido.
5. Indicaciones a control de inserciones de audio con fuente de sonido.
6. Cabecera del guión, donde se escribe nombre del programa, nombre del productor, duración del programa y el día de transmisión.
7. Número de cada página y de las líneas del texto.

³¹ Huerta L. Israel, *Propuesta para un programa de guión radiofónico*. Tesis de licenciatura, UNAM, FCPYS, pág. 93.

Las anteriores premisas son básicas para la creación de cualquier guía radiofónica. Podría ser hasta cierto punto un proceso engorroso, pero no es así. Cuando se trabaja constantemente en la fabricación de guiones, esto, al final, resulta ser una labor mecánica que se realiza con el único fin del acuerdo común por parte de todos los miembros del equipo de producción.

Un guión bien estructurado es el resultado de un trabajo productivo exitoso, pues cada persona de producción ya conoce los signos e indicaciones escritas en éste. Todos, sin excepción alguna, mantienen el margen de conocimiento para el entendimiento del mismo.

En conclusión, se esclarecen las características básicas del guión, reglas y lineamientos para su elaboración y trascendencia en la producción radiofónica. Es un trabajo previo que requiere tiempo y atención porque el guión, es la guía fiel de lo que en futuro inmediato logra ser producto auditivo.

Es pertinente mencionar también que en próximos capítulos se retomará el tema de guión visto desde una perspectiva distinta. Se hablará del tema refiriéndose a la forma de elaboración, es decir, la estructuración de la información y contenido porque ya se cuenta con una base teórica en cuando a la producción, o sea, lo que significa lenguaje radiofónico, la escritura para radio y las características del guión, propias de este medio.

Finalizar con este apartado es invitar a conocer el área de trabajo radiofónico para comprender la esencial del medio auditivo. Quienes fabrican ideas sonoras cuentan con un interés ideal que por necesidad comparten con la audiencia. Hacer radio para un público requiere ser parte de ese sector con el fin de brindar necesidades solicitadas. El guión desempeña el papel clave para la transmisión de mensajes, aunado a los implementos requeridos en radio.

A continuación se presenta el ejemplo de un guión, sencillo, para conocer su estructura y formación.

Ejemplo de guión.

NOMBRE DEL PROGRAMA: _____

FECHA: _____

NOMBRE DEL PRODUCTOR: _____

PÁGINA: ___/___

1. **OP. FADE IN CD 1, TRACK 10. SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
2. **LOC.** Es un grupo que se ha ganado un lugar destacado
3. dentro del espacio musical mexicano. Zapata, Texas
4. tuvo el honor de mostrarnos a Intocable.
5. **OP. CROSS CON CD 2, TRACK 4. SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
6. **LOC.** Ya con 11 años de carrera musical se ha escrito una
7. historia bajo las letras de las canciones de Intocable.
8. Innumerables logros se proyectan gracias al cariño de
9. de seguidores que se han identificado con su música.
10. **OP. CROSS CON CD 3, TRACK 1. SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
11. **LOC.** Un estilo bien definido es lo que caracteriza a
12. Intocable.
13. **OP. SUBE A PP CD 2, TRACK 1. SE MANTIENE Y CROSS CON CD 1**
14. **TRACK 6. SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
15. **LOC.** Sus integrantes mantienen el mismo ánimo desde
16. aquel 1994 cuando se dieron a conocer. Ricardo
17. Muñoz, cantante. René Martínez, baterista. Sergio
18. Serna, percusión.
19. Daniel Sánchez y Félix Salinas, bajistas y Juan
20. Hernández, programador de ritmos.
21. **OP. CROSS CON CD 2, TRACK 1. SE MANTIENE, BAJA A FONDO**
22. **LOC.** Su calidad musical, talento y profesionalismo, los
23. han llevado a romper las barreras establecidas para
24. la música norteña.
25. Por eso hoy por hoy Intocable sigue siendo un grupo
26. exitoso.

FADE OUT.

Interpretación propia: Gabriela Ruiz.

CAPÍTULO 2

2. La Producción

La radio como medio de comunicación y difusor de mensajes tiene que proporcionar al auditorio entretenimiento y educación por medio de la transmisión de datos preferentes a cada sector. Esto en radio, solo se logra realizar a través de un trabajo disciplinado llamado producción.

Comprender el trabajo productivo es tener presente que se trata de una labor creativa que incorpora ideas, pensamientos, aptitudes y habilidades de un equipo de trabajo que se esfuerza por sacar adelante la esencia de este medio masivo, programar, editar, escribir...

“La radio, y en especial la pública, constituyen un espacio ciudadano privilegiado para el diálogo y el debate sobre el acontecer nacional e internacional y para la expansión de la diversidad de opiniones sobre el proceso de desarrollo político, social, económico y cultural del país”¹. Fabricando en la audiencia sus propios ideales y dándoles la opción de escoger entre una gama de estaciones, y a su vez, de programas.

El simple hecho de imaginar la creación de un producto sonoro lleva a pensar en la mente del productor la fabricación de guiones, escaletas; considerar las personas con quien trabajará, hora de programación, duración del mismo. Hasta debe preocuparse por los receptores, radioescuchas y oyentes, personas que deciden el éxito o fracaso del programa. Todo esto es parte del concepto de producción.

¹ *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación.* XEQK 1350 AM. Ed. Instituto Mexicano de la Radio, IMER. México 2004, pág. 11.

Así mismo, dicho significado involucra documentos teóricos que dan las bases para canalizar los pasos que llevan de la mano al meollo de este proceso. No es un acto superficial por la razón de que los mensajes llegan a grupos masivos.

“La producción radiofónica llegó a su cenit durante la época de oro de la radio (los años treinta y cuarenta). Los programas de radio de ese tiempo se elaboraban en grandes estudios, donde la gente de producción y los realizadores creaban complicados programas que dependían de su efectividad en las complejas técnicas de producción”².

La historia a través de los años ha creado un modelo distinto para trabajar en radio. Se establecen lineamientos y bases prácticas para que dicho labor sea aún más sencilla y con una calidad superior. Es por ello, que los encargados de esta acción tienen la obligación de mantener un bagaje informativo actual sobre lo que se produce en radio.

Los contenidos, así como la música son dos grandes herramientas que en el canal auditivo se utilizan y por ende, la investigación es la cualidad principal que un productor debe tener para su propia labor.

Las técnicas de producción radiofónica llevan a un mismo fin ya que, la enseñanza demanda estudios especializados a fin de mantener convencionalidad para llevar a cabo su proceso.

En radio, es un hecho que se produce lo que con anterioridad se escribe en papel; el guión es el elemento principal para que una producción se pueda llevar a cabo, el equipo humano realiza tal acción, y el estudio de grabación funge como sitio especial para esta labor. La complejidad del asunto se desarrollará a lo largo de este trabajo indagatorio. Cada apartado comprende datos específicos que marcarán los pasos a seguir para la elaboración de un programa.

² Hausman, Benoit y O'Donnell. *Producción en la radio moderna*. Op. Cit., pág. 3.

2.1 Lo que se hace en producción radiofónica

La producción en radio inicia desde que surge la idea de hacer un programa, hasta la conclusión del mismo. Además “el proceso de producción radiofónica se inicia con el conocimiento y manejo de su materia prima, el sonido. El sonido, como sensación es el registro, en el cerebro del hombre, de un fenómeno o un hecho que ocurre en el mundo que rodea al oyente”³.

El ejercicio radiofónico engloba un transcurso activo que ha de llevarse a cabo en todo trabajo auditivo dispuesto a ser escuchado por el público de una sociedad. Son una serie de pasos disciplinarios para productores y directores dentro de una estación de radio.

Producción es un concepto que por ende transporta a tres complejas prácticas. Una es la preproducción, otra es la misma producción y finalmente está la posproducción.

Las tres complementan el discurso radiofónico en cuanto a su preparación, ya que cada una de ellas cuenta con especificaciones indispensables para la tarea radiofónica.

Se concibe a la preproducción como el inicio de un proyecto destinado a ser escuchado. Comienza desde una simple o ambigua idea capaz de ser plasmada en papel para finalizar como un archivo sonoro. Concluye con la proyección auditiva de esa idea.

Esta primera etapa se piensa en la realización de un producto audible con características esenciales; el tema, el formato, la música a utilizar, los contenidos, entre otros. Estos son algunos de los elementos estructurales en los que se tiene

³ *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.* Op. Cit., pág. 166.

que especular para que un proyecto pueda llegar a convertirse en los programas que se transmiten a diario en el aparato radiofónico.

“Se trata, pues, de un proceso complejo de planificación que cuenta con múltiples facetas de producción y exige un estudio previo, en forma de texto que posibilite su planificación.”⁴.

Esta ocupación corresponde a seres profesionales con conocimientos en la rama productiva. Se requiere de mentes abiertas a nuevas opciones de trabajo discursivo en ejercicios atractivos para las nuevas generaciones, con ideas propias e innovadoras que atraigan la atención del oyente.

La reproducción exige aterrizar objetivos y tratamientos laborales a lo largo de todo el proceso de producción radiofónica, es decir, elegir el equipo humano creativo con el que se trabajará, recursos materiales disponibles, fabricación de guiones o escaletas y un lugar de trabajo. Esto, en cuanto a la etapa inicial de fabricación del proyecto.

La organización en el tratamiento productivo es la clave para la formación de programas radiofónicos. Una vez establecido de manera estricta el primer paso, es hora de continuar con el segundo, o sea, la producción.

Cuando se produce radio es porque hay de por medio un guión técnico-literario con indicaciones tanto a locutores como al operador técnico, dispuestos a realizar sus respectivas actividades ya dentro de una cabina de radio.

Como técnico-literario se entiende que es el guión de continuidad, es decir, donde se enmarcan indicaciones tanto del locutor como de operador de audio. Es imposible entrar a un estudio de grabación con las manos vacías y menos si se va a transmitir un programa en vivo; las consecuencias no serían nada favorables.

⁴ González Conde, Ma. Julia, *Comunicación radiofónica*. Op. Cit., pág. 135.

Esta segunda fase tiene trascendencia porque se trata de establecer los márgenes del trabajo previo. Es plasmar en sonido la idea y los objetivos ya planteados en el paso por la preproducción, es el simple reflejo de lo escrito a lo auditivo. Producción o realización comprenden un mismo significado.

“La realización es el proceso mismo de grabación. Cuando se han determinado las necesidades del proceso creativo y se cuenta con los elementos logísticos de infraestructura: pistas musicales y efectos sonoros, adecuada y profesionalmente seleccionados y pregrabados; una vez identificados los recursos humanos que participarán en el proyecto, se puede afirmar que se está en la etapa de ensayo...”⁵

En la producción radiofónica se especifican las funciones laborales de todos los que trabajarán en el proceso de la preparación de un programa. Existe una jerarquía, sí, pero en la cual todos cumplen un papel igual de destacado, y en donde cada miembro tiene que conocer todo sobre el desempeño funcional de los demás.

Realizar, en radio, es el ejercicio más laborioso que se desarrolla en este proceso productivo debido a que suelen ser minutos u horas de trabajo dentro de la cabina de radio; música, locutores, guiones, efectos de sonido, consola, micrófonos...

Producir tiene como objetivo ocupar un espacio y contenido radiofónico en la barra programática de una estación. Es la manifestación de un trabajo hecho en equipo que posee fines similares.

Todos los miembros trabajan de igual manera para cumplir con un objetivo. A pesar de que cada persona mantiene cierta jerarquía, en radio se integran como uno mismo, sin distinciones.

⁵ Figueroa, Romeo, *¡Qué onda con la radio!* Ed. Pearson Educación. México 1996, pág. 339.

Retomar la palabra contenido es delimitar jerárquicamente qué es lo que realmente le interesa a la sociedad, empezar con información general y ubicar, posteriormente, lo particular, con el fin de llamar la atención.

Culminar con este proceso es llegar a la parte de la edición y entrega del producto auditivo. Se adopta la palabra edición como el arreglo de lo que se ha grabado en el paso número dos, la producción.

“El productor toma la cinta matriz con la grabación, la lleva a editar y ecualizar por los editores técnicos de sonido; hace el número de copias determinado por la emisora; rotula la cinta adecuadamente y entrega la cinta matriz u original al encargado de tránsito o de programación. Entonces, puede empezar a producir otro programa de radio.”⁶

Es así como se lleva a cabo el proceso de producción radiofónico en las estaciones de radio. Éstas son capaces de transmitir programaciones distintas para cada sector social con el objeto de brindar a la audiencia momentos de entretenimiento y distracción para crear en la mente de cada uno de ellos la imaginación, el análisis y la propia crítica.

Es pertinente decir que no importa la duración de un programa radiofónico, todos atraviesan por el complejo proceso de producción. Desde la elección del tema, hasta el toque creativo del editor para terminar con una emisión más de productos sonoros o auditivos.

A manera de conclusión se dice que “la mediación humana en la radio se desarrolla en una triple dimensión:

- a) La de los planificadores y organizadores de la programación.
- b) La de los realizadores-productores técnicos.

⁶ Vitoria, Pilar. *Producción radiofónica*. Op. Cit., pág. 114.

c) La de los responsables inmediatos de las emisiones.”⁷

Es el proceso por el cual todo productor tiene que atravesar si lo que desea es ofrecer una proyección más de programación al público, tratando de establecer de la mejor manera el contenido común, pero innovador y adecuado al perfil de la estación.

Los capítulos posteriores detallan a profundidad cada uno de los pasos de la producción que se hace en la radio. Debido a que es información relevante sobre el medio auditivo se describe a profundidad las exposiciones acerca del proceso productivo.

⁷ *Ibidem*, pág. 111.

2.1.1 La idea y preparación

Haber planteado una base de datos básica referente de lo que es la lucha productiva, ayudará a entender cada uno de los siguientes apartados relativos a este tema. Lo que se hace en esta primera sección resulta similar a la etapa de preproducción, es decir, la planificación de un producto sonoro, por medio del llamado proyecto.

Hablar de la idea en cuanto al campo radiofónico incluye la formación de un propósito que dará como resultado productos sonoros. Son elementos con estructura, necesarios, los que van a complementar este trabajo. La idea de crear un programa radiofónico inicia con la selección del tema que se quiere abordar. Podría ser desde un spot publicitario hasta una novela dramatizada.

Esta herramienta toma en cuenta tanto el contenido, como la forma de hacerlo. Comprende el método y demás lineamientos que se desarrollan a lo largo de la ordenación del plan.

“Búsqueda de una IDEA original

- El primero paso consiste en decidir qué idea queremos plasmar y cómo lo vamos a hacer.
- Como concepto claro y simple que representa el tema central de la historia elegida.
- Las ideas, además, pueden <<(…) surgir de cualquier parte y de cualquier manera. Lo fundamental es que contenga el germen de una exposición completa>>
- De comprensión rápida: Entre los profesionales del medio se dice que la idea debe ser descrita y entendida en un máximo de dos líneas.”⁸

⁸ Ibídem, pág. 136.

No se logra formalizar la propuesta de un programa si no se tiene contemplado el informe que se quiere transmitir.

Las líneas anteriores invitan a establecer una idea original, sin embargo, en la actualidad hablar de originalidad es solo rescatar la innovación en la presentación de los programas; la producción también abarca la apropiada adecuación al medio, en este caso, pensar que se trata del canal auditivo como forma de comunicación.

También es pertinente establecer los términos inevitables para concretar una idea dispuesta a ser transmitida por la frecuencia sonora. Antes que nada es aterrizar la idea, en un tema delimitado y con objetivos específicos.

De manera simultánea es seleccionar el contenido y la estructura básica de la presentación de la información, es decir, fijar géneros periodísticos, redacción, formatos y espacios disponibles.

“El proceso de producción de un programa de radio se inicia con una idea... Independientemente de quién genere la idea ésta debe cumplir ciertos requisitos. A saber, la delimitación del tiempo de duración del programa; el público específico que escuchará los mensajes radiofónicos; los objetivos de comunicación que se pretenden al transmitirlo; los contenidos; el horario y frecuencia de transmisión; el título o nombre del programa; la estructura formal y el formato o género del programa; si el programa tendrá o no secciones –fijas u ocasionales; cuáles y cómo serán esas secciones”⁹.

La formalización de esto no es muy laboriosa ni duradera, siempre y cuando ya se tengan los objetivos del programa o producto sonoro. Fabricar este material conlleva a una metodología que, como ya se ha mencionado, inicia con la idea.

⁹ *Ibidem*, pág. 112.

Posterior a lo ya establecido se continúa con la elección de la emisión¹⁰, es decir, escoger si se manejará un programa informativo, de análisis o bien, de comentario. Lo anterior dependiendo tanto del contenido tentativo, como de la audiencia-meta.

De la misma forma, los objetivos son una parte necesaria para la construcción de este trabajo. Sería incongruente plantear la transmisión de exposiciones sin objetivos específicos; sin un fin o propósito que podría ser el de orientar, manipular, vender, informar...

Una justificación siempre le dará fuerza a una idea planteada. En este caso, la proyección requiere de defensa propia; ofrecer el porqué de la planeación de ese programa y establecer la diferencia y ventajas sobre lo que ya es un hecho en el medio radiofónico, es decir, los programas que se transmiten al aire, con horario y día específicos.

Mucho se ha mencionado sobre la audiencia o público-meta. Retomar este concepto significa referir un conjunto de personas que escuchan cierta estación de radio debido a la identidad cultural.

“La verdadera función de la radiodifusora está específicamente dirigida a la comunidad que sirve. Se apoya en las diferentes necesidades de esa comunidad. La función de una transmisora consiste en no forzar sus propias opiniones o actitudes sobre su audiencia, sino escuchar las voces de la comunidad que expresan las necesidades y los problemas de individuos que son radioescuchas y tratar de satisfacer estas voces”¹¹.

¹⁰ Véase *Comunicación Radiofónica* de Pilar Vitoria, emisión *implica el hecho de la emisora en funcionamiento, desde que empiezan a emitir los servicios técnicos hasta que terminan. Una emisión puede comprender varios programas.*

¹¹ De Anda y Ramos, Francisco. *La radio. El despertar gigante*. Op. Cit., pág. 425.

El productor de radio, antes de sacar al aire una emisión ha delimitado el público al cual se quiere dirigir y esta labor brinda la pauta para pensar en ciertas características (aún más específicas), las cuales se enumeran a continuación:

- Sexo (femenino o masculino).
- Determinar y delimitar la edad, es decir, las características de esas personas en el rango de edad.
- Identificar la escolaridad; para establecer temáticas y considerar los términos del vocabulario y ejemplos posibles a transmitir.
- Conocer el nivel socioeconómico para contemplar el medio social en el que se desenvuelve, las actividades que desempeña cada sector social, sus costumbres, creencias y actitudes y demás comportamientos específicos.
- Nivel sociocultural a fin de determinar tanto la temática del programa como la especialidad del mismo.
- Idioma; uso de un determinado vocabulario y términos para que el auditorio comprenda los mensajes emitidos.

“La crisis de la identidad por la que atraviesan las sociedades y las personas solamente será solucionable a través de un proceso educativo adecuado: la superación del hombre tipográfico que malvive todavía en nuestra era eléctrica solo puede realizarse a través de una socialización adecuada”¹².

Estos factores marcan el camino a seguir en el estudio de audiencia, definen y concretan la propuesta de proyecto para seguir con los pasos restantes. Puede ser poco o mucho auditorio, pero siempre se piensa en él. Hay inclusive programas para sectores con intereses muy específicos, por ejemplo emisiones de toros, política, economía, entre otros.

¹² Marín, García y Ruiz. *Sociología de la Comunicación*. Op. Cit., pág. 136.

La elección y selección del público meta es cuestión esencial, ya que por medio de este rubro se realiza la planeación, casi en su totalidad, del trabajo productivo. Además, en la audiencia elegida se busca la satisfacción de necesidades requeridas, es decir, entretenimiento, orientación educación, temas de vanguardia y política.

Designar la audiencia-objetivo sirve también para saber la forma en cómo se estructurará el programa, el horario de emisión, los contenidos y al mismo tiempo es para elegir la variedad musical que se adecue al programa en cuestión.

Los autores hablan de la audiencia como el público receptor del mensaje de los medios de comunicación, la cual puede medirse con ciertas técnicas de muestreo, encuestas o rating, pues a través de ellos es como se determinan los contenidos, la extensión y la forma de emisión dentro del programa.

Una vez que se determina el público al cual nos dirigimos, se estipulan también los conceptos que se deben manejar y la cantidad de información, el estilo y la forma de expresión que el locutor debe ocupar tanto en la modulación de su voz como en la información que proporciona.

Siguiendo con los elementos de la metodología del proceso creativo del proyecto, procede especificar por cuál frecuencia o estación se transmitirá la emisión. Cada una de las variables depende de las demás y para poder fijar esto último se retoma el contenido que ocupe el tiempo aire y público-meta. Así mismo, la duración y el horario son aspectos básicos en la presentación del proyecto.

Informar sobre la elaboración de este trabajo también requiere la estructura de producción. Implantar el orden de aparición de los elementos de continuidad y producción, secciones y géneros periodísticos tentativos a utilizar.

Finalmente para identificar el programa propuesto es necesario implantar un nombre y/o slogan para crear su significado en la audiencia y así

concretar el proyecto. El nombre de un programa siempre remitirá a los contenidos del mismo, a sus locutores y el tipo de música que se emite en cada programación. Es por ello la trascendencia de este apartado.

Una de las partes más significativas de todo este engranaje de ideas viene a la hora de delimitar tanto el equipo humano creativo, como el equipo técnico operativo. A pesar de que en la actualidad el trabajo productivo se ha reducido en el número de integrantes, sería poco provechoso la labor sin estas dos acepciones.

Obtenido de *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica*, el equipo de trabajo se establece de la siguiente manera.

<i>Equipo humano creativo</i>	<i>Equipo técnico operativo</i>
Productor	Operador de audio
Locutor	Musicalizador
Conductores	Efectista
Guionista	

En estos momentos es solo cuestión de conocer al personal de producción radiofónica; en posteriores capítulos se describen cada una de sus labores. Un equipo más completo comprende también a los reporteros, los corresponsales, telefonistas, asistente de producción, las voces o actores y redactores.

Son unas cuantas cuartillas lo que requiere el tratamiento de este proceso para informar lo que se busca transmitir a través de la frecuencia radiofónica. Se trata del plan detallado y sintetizado de un pensamiento coherente y viable para el medio sonoro, que logre quedarse en la mente de los radioescuchas y hacer de ella una actividad común la de sintonizar el programa y hacerse fiel a él.

2.1.2 El equipo de producción

Por lo general, el trabajo productivo de radio establece un órgano de estructura en cuanto a las personas que deben y pueden ser parte indispensable en la labor radiofónica.

La teoría y la realidad han marcado a los profesionales dispuestos para abordar las actividades necesarias para el buen desempeño de la actividad radiofónica, tanto de programas como de proyectos nuevos y renovados requeridos en el área de la comunicación de masas.

Se dice que “... por razones meramente descriptivas, se asume que hay un equipo productor completo que se encargará de llevar al aire un programa; sin olvidar que las personas que ejecutan –producen- un programa dependen de la estructura jerárquica del organismo y del presupuesto de cada emisora”¹³. Es decir, cada quien tiene sus funciones.

El mensaje para radio lo emite un equipo de producción. Se toma como equipo de producción a toda persona que trabaja en una radiodifusora, desde los dueños, los equipos administrativos y técnicos, de mantenimiento de edificios y aparatos y finalmente a los creativos, que son quienes crearán y realizarán los programas. Sin embargo este apartado enfoca la vista a los creativos y técnicos de la industria del sonido.

Hoy en día el trabajo en cabina de radio minimiza el número de miembros que han de ocupar un papel preponderante en cada una de los ejercicios diarios en este campo. Pero no quiere decir que no se logren describir las funciones de cada integrante.

Cuando se establecen las bases de un proyecto radiofónico, uno de los puntos

¹³ Vitoria, Pilar. *Producción Radiofónica. Técnicas básicas*. Pág. 111.

más destacados es la selección tanto de recursos humanos como técnicos. Referir este concepto indica escoger a los individuos que serán parte tanto del equipo de técnico operativo, como del equipo humano creativo, que lleven de la mano la realización de proyectos sonoros.

“Bajo la creencia de que hacer radio es un asunto de abrir el micrófono y hablar; no previeron la necesidad de contar con un equipo de producción que respaldara su trabajo”¹⁴.

Sin la selección de este recurso, simplemente no se consigue hacer radio, ya que corresponde a cada uno de estos una función específica que, como grupo de trabajo, brindarán para el buen ejercicio de producción radiofónica.

“Sin establecer una jerarquía de mayor a menos importancia, pues todos los participantes que forman parte del equipo asumen funciones igualmente valiosas en la logística del trabajo para realizar la obra radiofónica...”¹⁵

La siguiente lista engloba a las personas necesarias para el trabajo interno de una cabina de radio. Aunado a esto, se detallan las características laborales.

- Operador de audio
- Musicalizador
- Efectista
- Redactor
- Reportero
- Colaborador
- Corresponsal
- Actores o voces
- Guionista

¹⁴ *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación.* Op. Cit., pág. 22.

¹⁵ Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág. 333.

- Conductor
- Locutor
- Productor/realizador/director
- Asistente de producción
- Telefonista

La selección de los recursos humanos constituye una parte fundamental en todo programa radiofónico. De su adecuada selección y profesionalización dependerá la calidad del producto, de esto mismo también depende la organización del grupo por parte del jefe, para el buen desempeño.

Relacionado con la parte creativa se encuentra el que escribe. Un redactor de radio se encarga de escribir en forma correcta la información dispuesta a ser transmitida por canal auditivo.

Él, como encargado de esta labor común, necesita retomar las claves básicas de la escritura para radio, que entre otras (y como ya se definió en capítulos anteriores) debe rescatar la brevedad en cuanto a la información; ser específico y no redundar; mantener un lenguaje sencillo; vocabulario claro; y plantear un desarrollo ordenado de las ideas o planteamientos.

Tanto redactor como guionista comparten la actividad de escritura. Este último, por su parte, reorganiza la información redactada e incluye en el guión las indicaciones técnicas y los parlamentos que serán leídos por actores o locutores, de manera clara para los demás.

El guionista tiene que manejar a la perfección los códigos y terminaciones propias de este material. De no ser así, sería muy complicada la comunicación con los demás miembros del equipo.

Quien organiza y escribe guiones no debe incurrir en la improvisación, es una gran responsabilidad la que recae en él, sin embargo, la colaboración del equipo es siempre segura porque en conjunto planean el mismo objetivo.

En algún momento se pensó y se ha pensado que los guionistas deben tener una preparación profesional; deben estudiar y saber de literatura, historia y música. Así mismo, necesitan actualizarse en cuestiones tecnológicas, referentes a la utilización de los aparatos en la operación radiofónica con el objeto de plasmar interpretaciones propias y hacer del guión un trabajo original y así tener un bagaje cultural para escribir un guión.

Productor o director cumplen una misma función. Podría decirse que éste es la cabeza del equipo humano creativo, es él quien dirige al resto de los miembros. “El productor, quien puede o no haber generado la idea radiofónica, se encarga de dirigir asignar al resto de su equipo las tareas necesarias para realizar el programa.”¹⁶

La presencia de un productor dentro de la creación de un programa radiofónico, cumple la función más destacada; él, funge como responsable creativo del programa radiofónico, por lo que su conocimiento y manejo del medio y lenguaje radiofónico deben ser indiscutibles. Su responsabilidad es plena y de ella depende la trascendencia social del su trabajo.

Hablar del equipo de producción, implica mencionar también tanto el trabajo de reporteros como de corresponsales; destacada labor por tratarse del rescato de la información solicitada para emitirse en la programación.

Los corresponsales se ubican en otro lugar que no es la cabina de grabación. A través de su labor, se dan a conocer noticias que suceden en otras regiones del país o fuera de éste. La tecnología logra el enlace de esta actividad.

¹⁶ Vitoria, Pilar, *Producción Radiofónica. Técnicas básicas*. Op. Cit., pág. 111.

El reportero es el especialista encargado de buscar la noticia. Muchas veces de él depende la idea central del programa, por ejemplo cuando entrega una nota de suma trascendencia para la sociedad.

Cabe destacar que cada una de las acciones que realiza el integrante del grupo de producciones es vital. Debido a que son acciones conjuntas, en el momento en que alguno de ellos falle, el producto se elimina o tiende a poseer deficiencias y por ende poca retroalimentación del público.

Una parte fundamental en cuanto a lo que es el equipo de producción son los actores o las voces que emplean para cada actividad programada; por lo general se puede encontrar el significado de voces como aquellas que intervienen en el programa, siendo éstas los que desarrollan uno o varios personajes. Las voces tienden a ser utilizadas en las dramatizaciones o trabajos que requieren un reparto vocal para el fin que deseen.

Los autores recomiendan que no se utilicen más de seis voces en una producción para evitar confusiones en los oyentes. Hay que recordar que la radio no proyecta imágenes, sino puro sonido.

Así mismo, la voz que se logra escuchar en cualquier programa radiofónico es el llamado locutor, o mejor conocido como la “persona encargada de la presentación, despedida y créditos del programa. Lector de noticias. Informador y enlace en la continuidad de la transmisión.”¹⁷

Locutor y conductor podrían confundirse en cuanto a su significación, sin embargo existen divergencias que marcan sus limitantes. Conductor, por su parte es la persona que lleva de la mano un programa. Éste se encarga de entrevistar a invitados, de hablar todo el tiempo ante el micrófono y de él depende el buen trabajo de lo que se escribe en el guión.

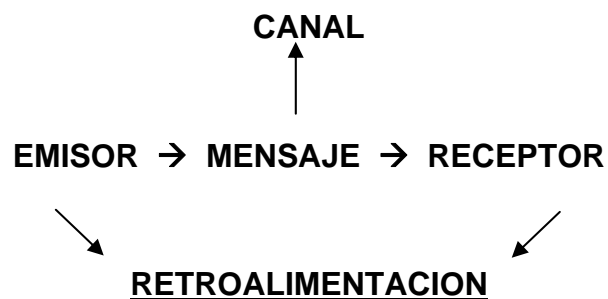
¹⁷ *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.* Op. Cit., pág. 180.

Ambos representan un papel fundamental en el espacio radiofónico. Es la voz que agrada e identifica tanto a una estación como al programa establecido. Locutor o conductor son quienes acompañan a los amantes del medio auditivo a cualquier hora del día.

Finalmente, y para dejar en claro los sujetos que conforman el equipo humano creativo, se describe lo que es colaborador, telefonista y asistente de producción. Un colaborador cumple la función de ayudar a todo lo que se pueda ofrecer en la realización del producto auditivo. Por ello aunque la participación del colaborador no sea tan constante como la de algún otro, necesita tener y poseer la información básica de radio y producción.

Así mismo, un telefonista busca brindar atención al público que se toma la molestia de hablar a cierto programa. Los telefonistas tienen la labor de escribir en hojas membreteadas (de la estación) las peticiones de la audiencia, ya sea saludos, comentarios o piezas musicales.

Este integrante, indispensable, cumple con el objeto del programa, ya que es la audiencia quien se comunica y se efectúa con el proceso de la comunicación: la retroalimentación.



En el inicio de este capítulo se habló acerca de la existencia del equipo humano creativo y del equipo técnico operativo. Ante esto, es momento adecuado de

describir las personas que integran este último grupo, igual de fundamental en el equipo de producción.

Este segundo equipo es el técnico operativo. Su trabajo se centra en la cabina de operación, donde se manejan los controles de la estación, los tiempos de programación y musicalización. Un hábil operador cuenta mucho en la realización radiofónica.

- Operador de audio: es la “persona encargada de manejar y operar todos los aparatos de sonido que intervienen en la realización. La labor del operador no debe quedar en el manejo técnico, sino coadyuvar en el manejo de la realización, sobre todo en el manejo rítmico de la misma”¹⁸

Existe también el musicalizador, quien es el que somete a consideración de su jefe diversas clases de música que se adecuen a lo que se quiere transmitir a través de los mensajes auditivos. A pesar de que el productor es quien decide el acompañamiento sonoro, el musicalizador aporta sus ideas y conocimientos para la mayor eficiencia.

“Debe contar con la sensibilidad de visualizar música neutra para proporcionar los espacios que se requieren en las diversas escenas y acciones acordes a las necesidades de las distintas secuencias del guión; musicalizar es tarea laboriosa y requiere de sensibilidad buen gusto y de una profunda cultura musical.”¹⁹

Como punto final (pero no menos elemental) se encuentra la persona encargada de crear los efectos especiales necesarios para las emisiones, es decir, el efectista. Su labor se desarrolla principalmente en la realización de los efectos en vivo o bien, cuenta con un repertorio de sonidos que expresan imágenes auditivas para el mejor entendimiento de ideas y mensajes.

¹⁸ *Ibíd.*, pág. 179.

¹⁹ Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit. Pág. 334.

Con la participación de cada ejecutante se logra la creación de esta saturación de programas que diariamente se transmiten por frecuencia sonora. Es evidente que un equipo de esta magnitud tiene que proyectar éxito e innovación en cada emisión.

Abarcar este tema significa observar la necesidad del medio radiofónico y su futuro próximo. En la actualidad una sola persona puede ejercer varias actividades, sin embargo, la esencia del medio es la congruencia de ideas y pensamientos provenientes de cada integrante para el desarrollo de proyectos.

“El creador del programa debe está familiarizado con todos los programas que transmiten diversas estaciones; debe evaluar las ideas de ellos y mejorar en constante superación; debe tener un conocimiento completo acerca de todo lo referente a una estación radiotransmisora, particularmente de programas dramáticos y musicales... debe estar rodeado de personas que en ese campo sean expertas...”²⁰

²⁰ De anda y Ramos, Francisco. *La radio. El despertar gigante*. Op. Cit., pág. 423.

2.2 Para Producir

2.2.1 Guión radiofónico

Es un hecho que el guión radiofónico representa un papel fundamental en la producción de radio. Es por ello la razón de integrar un acápite más que hable sobre esta herramienta. Además de detallar el concepto de guión, su valor representativo en los proyectos, manera de escribirlo y base teórica.

Ahora, para completar el informe es necesario especificar que en este apartado se habla de su estructura, sirviéndose de toda la investigación ya escrita en cuanto al tema.

“El guión técnico se estructura a partir de organizar los elementos que integran el lenguaje radiofónico de manera que puedan ser leídos e interpretados con la mayor claridad por los protagonistas, participantes y operadores de audio de la obra radiofónica...”²¹

Así, la forma en como se ordena el contenido en un guión tiene que ser de manera organizada, en orden de aparición, es decir, tal y como el productor quiere que salgan al aire las acciones o informes. Se escribe sobre hojas tamaño carta, a doble espacio. De fácil interpretación y pronta localización, para la fluidez del trabajo de grabación.

Si acaso hubiera inflexiones, resaltarlas con letras mayúsculas y entre paréntesis. Definir también la participación de locutores, actores o conductor, igualmente con letras altas. Son funciones que le tocan a cada integrante para dar realismo a la obra o bien, con el fin de marcar la diferencia de géneros y variedad de interpretaciones.

²¹ Figueroa, Romeo, *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág. 329.

Esto habla de la actuación de los personajes, por ejemplo se requiere un actor exprese (GRITANDO) el deseo de ver a una persona, o bien enunciando la frase ¡te lo dije!, pero (RIENDO).²²

Por lo regular, en radio se utiliza una cuartilla con 28 líneas de escritura para expresar en tiempo real un minuto. Una dramatización de 20 minutos tendrá, por aproximación obviada 20 hojas o menos.

Cada hoja tiene que ir enumerada de forma consecutiva y marcando de quién es la primera participación en la siguiente hoja o cuartilla.

Para la mejor interpretación del guión, la continuidad es un elemento indispensable, o sea, se habla de coherencia y concordancia entre lo que se escribe y lo que se escuchará al aire.

Asimismo utilizar la codificación adecuada y convencional básica que se utiliza en el medio sonoro.

“El guión se estructura en dos partes: la *cabeza*; donde se vacían toda clase de datos que servirán de orientación acerca de la naturaleza del programa que se va a escenificar así como acerca de las personas que van a intervenir; y el *cuerpo*, que representa el desarrollo total de la obra y dónde se explican las funciones y actividades de cada uno de los miembros del equipo de producción y de los protagonistas”²³.

Dentro de la estructura del guión se añade la escritura en tiempo presente con indicaciones específicas y detalladas tanto al operador técnico como a las voces del proyecto, ya que esta herramienta se realiza con el objeto de ser escuchada, mas no leída. Esto implica una elaboración de carácter lento y cuidadoso.

²² Estas acotaciones se utilizan dentro del guión radiofónico para especificar la forma en que el actor o locutor tienen que decir su parlamento, (GRITANDO), (RIENDO).

²³ Figueroa, Romeo, *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág.: 334.

DATOS DEL PROGRAMA	
INDICACIONES AL OPERADOR	
	PARLAMENTO DE LOS ACTORES O LOCUTORES.
INDICACIONES AL OPERADOR	
	PARLAMENTO DE LOS ACTORES O LOCUTORES.

Fuente: Gabriela Ruiz Fabila, interpretación propia.
Esquema general de un guión radiofónico.

El anterior cuadro representa de forma esquemática y sucesiva la forma de cómo se estructura un guión para radio.

La herramienta se representa de varias formas (escaleta, guión técnico, literario o de continuidad), cualquiera de ellas cumple una misma función: guía codificada que lleva de la mano la grabación de un programa y que es interpretado por todos los miembros del equipo de producción.

“Una escaleta o tratamiento completo podría contener un análisis más extenso preciso de los personajes, así como diálogos adicionales y más detalles del argumento para someterlo a la opinión del productor o editor.”²⁴

Esto es un trabajo en equipo donde los puntos de vista de quienes integran el proyecto forman parte importante para el pleno desarrollo, el fin es poder ofrecer buenas emisiones para el público-meta.

²⁴ Hillard, Robert, *Guionismo para radio televisión y nuevos medios*. Op, Cit., pág. 362.

Para ser más comprensible de manera visual, la estructura del guión se realiza de la siguiente manera:

1. ORDENES A CONTROL

En caja alta y subrayado

CONTROL: SINTONÍA (CARTUCHO) A PP Y F (A SEÑAL DE LOC.)
 LOC. (LOA): En radio no existe la imagen, el mensaje debe ser sugerente, ameno, atractivo. (...)

2. INSTRUCCIONES CLARAS Y CONCISAS

A. Con exposición sencilla de ordenes y fácil visual

Qué queremos Dónde lo queremos Cómo lo queremos

CONTROL: SINTONÍA (CD 'signatura' corte 4) a PP y F

B. Si se trata de una cinta de un pregrabado

Qué queremos Dónde lo queremos Cómo lo queremos

CONTROL: ENTREVISTA (CINTA A C/1) EMPIEZA TERMINA: DURA:
 LOC: (LOA): Como los artistas de radio se reúnen (...)
 (...) han resultado se motivo de risa.

C. Si se trata de un pregrabado, inserto en el ordenador

Qué queremos Dónde lo queremos Cómo lo queremos

CONTROL: ENTREVISTA (ORDENADOR) EMPIEZA TERMINA: DURA:
 LOC: (LOA): Como los artistas de radio se reúnen (...)
 (...) han resultado se motivo de risa.

D. Con órdenes que deben comenzar y finalizar

CONTROL: SINTONÍA (...) A PP Y F HASTA RESOLVER
 LOC: (LOA): Como los artistas de radio se reúnen (...)
 (...) han resultado se motivo de risa.

La música de fondo finaliza con el texto del locutor

CONTROL: SINTONÍA (...) A PP Y F
 LOC: (LOA) Texto (Parlamento)

(pie del texto)
CONTROL: MISMA SINTONÍA PP HASTA RESOLVER

Hay una ráfaga musical después del pie de texto del locutor

3. LAS ÓRDENES QUE SE REFIEREN A FUENTES O SOPORTES

DIFERENTES, OCUPAN DISTINTO LIENEADO.

CONTROL: MÚSICA 3 (CD '4567' C/5) A PP Y FUNDE CON: EFECTO –
 MUCHEDUMBRE (CD 2 '.....' C/45) A F Y FUNDE CON: MÚSICA 4 (LP
 '.....' C/A) SE MANTIENE EN F HASTA RESOLVER.

4. EN EL PARLAMENTO O TEXTO DEL LOCUTOR

a) No se cortan palabras delinea en línea

Loc. (loa): el comienzo de un programa **puede** atraer la atención del oyente, si destacamos un sonido **ambiental**.

b) No se cortan frases ni párrafos entre folios

LOC. (LOA): El oyente nunca puede volver atrás, si se pierde (...)
se puede repetir. Hasta se debe. Y un recurso.
LOC (LOA): (...) es usar las pautas, los efectos (...)

Fuente: Exposición práctica de un guión del libro *Comunicación Radiofónica* escrito por María Julia González Conde.

La estructura del guión es el acomodo de los signos y códigos radiofónicos. La utilización trasciende en el momento de que cada integrante tiene la capacidad de entender e interpretar la información. El ejemplo anterior es solo una prueba del material utilizado en el medio sonoro.

“... (el guión) es una construcción lingüística metodológica por medio de la cual se emplea un conjunto de técnicas que permiten la lectura, comprensión e interpretación de todos y cada uno de los parlamentos, indicaciones para operadores y permite concatenar las escenas y acciones que hacen posible la realización de una obra.”²⁵

Sería necesario finalizar que en la realización del guión, la selección del tema y de un esquema sencillo y digerible para el oyente, es fundamental. “Ser un modelo tan sencillo como una introducción, dos o tres ideas por desarrollar y una conclusión²⁶, en cuanto al contenido esquemático informacional.

²⁵ Figueroa, Romeo, *¡Qué onda con la radio!* Op, Cit., pág. 329.

²⁶ Baena Paz, Guillermina, *¿Cómo escribir un guión radiofónico?* FCPyS, UNAM. México, pág. 12.

2.2.2 Cabina de radio

Para todo productor siempre será indispensable un lugar de trabajo que le permita desarrollar sus proyectos. Ya no basta el procesador de textos en donde puede hacer el vaciado de sus pensamientos, requiere del sitio específico para la transferencia de lo escrito al sonido. La cabina de radio cumple dicha función.

La cabina radiofónica no es otra cosa más que un espacio con aparatos instalados capaces de modular y transmitir señales de alta frecuencia que llegan al público cuando éste enciende su radio.

Plantear de una forma general las características y funciones de este lugar de trabajo ayudan a entender de manera completa la tarea de la producción radiofónica. No sólo es el hecho de percibir la labor productiva desde su planteamiento, sino hasta la culminación total de este proceso comunicativo.

La cabina resulta ser el sitio de mayor interés para los directores de una emisora porque es allí donde se le da trascendencia a los programas propios de cada estación.

Es este lugar el único capaz de mantener una comunicación simbólica entre productor, operador de audio y locutor. Aquí, es el momento pleno en el cual se enfatizan la planeación de los mensajes, se detalla lo que será el producto final.

Por ello es necesario plasmar cómo es una cabina de radio. Se compone de dos cuartos continuos que los divide un vidrio²⁷. Por un lado se encuentra la cabina de operación; en esta se localizan tanto productor como operador para esclarecer el trabajo previo.

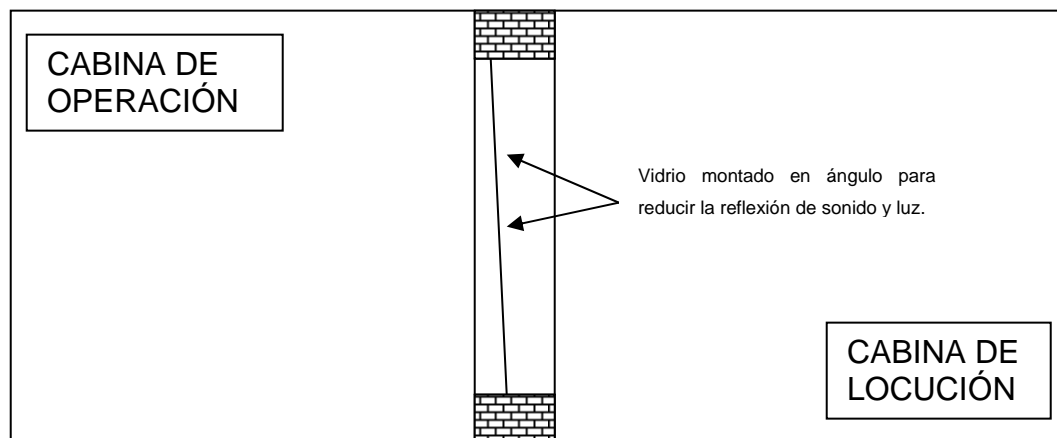
²⁷ Véase anexo N° 1: "Imágenes que describen una cabina de radio".

La comunicación entre ambos es fundamental ya que de ellos va a depender la calidad del trabajo. Desde la cabina de operación se controla de forma sonora, un programa de radio.

Por otro lado, se ubica el locutor, ya dispuesto a modular la voz que transmitirá la información seleccionada y procesada, además de seguir toda indicación propuesta por el locutor.²⁸

“Ambos estudios pueden ser de diferentes tamaños y formas y están siempre comunicados visualmente entre sí por medio de una gran ventana. No hay que olvidar que en el medio radiofónico la comunicación no verbal (visual por signos) es muy importante entre el técnico y el locutor.”²⁹

Figura No. 1
Cabina de radio



Fuente: *Producción en la radio moderna* de Hausman, Benoit y O' Donell.
La cabina de radio cuenta con dos espacios diseñados para su funcionamiento y uno depende del otro.

El estudio de producción se emplea tanto para transmisiones en vivo como grabadas. En cualquiera de las dos formas se pone el mismo empeño porque para

²⁸ Véase figura No. 2

²⁹ Página de Internet ya citada: www.recursos.cnice.mec.es

producción radiofónica no hay distinción, ya que el objetivo siempre es llegar de forma exitosa a la mente de la audiencia para educar, entretener o informar.

Una cuestión relevante que hay que enfatizar es que un programa grabado resulta ser una actividad similar a la de una producción en vivo, esto porque a pesar de que en la grabada existe la posibilidad de repetir diálogos e información, se aconseja hacer una realización sin errores con fin de ahorrar tiempo a la hora de editar. Además un profesional siempre evita contratiempos y puede improvisar.

En la cabina, “el equipo mínimo incluye una consola, un micrófono, dos cartucheras, dos grabadoras de cinta, dos tornamesas y comúnmente reproductores de CD.”³⁰ Obligatorios para propiciar la comunicación radiofónica.

El operador técnico es quien controla el sonido, inserta música, efectos especiales y da entrada de sonido a los micrófonos que el productor le señale. Así mismo, tiene la responsabilidad del buen funcionamiento de la consola.



Foto: Gabriela Ruiz.
Consola y programa de Pro-tools para trabajo radiofónico.

³⁰ Hausman, Benoit y O'Donnell. *Producción en la radio moderna*. Op. Cit., pág. 152.

“El cuarto de control es el centro de operaciones donde se coordinan todos los sonidos: voces, música y efectos. El ingeniero mezcla cuidadosamente en la consola todo lo que se ha de escuchar y lo envía al radio escucha. En la consola se regula el volumen de salida de cada fuente y se puede mezclar el sonido de las mismas o hacer fade o combinarlos”³¹.



Foto: Gabriela Ruiz
Reproductor de CD.



Foto: Gabriela Ruiz.
Micrófonos utilizados dentro de la cabina de locución.

El productor que ocupa una cabina de radio es porque ya tiene un esquema de trabajo a realizarse. El estudio es un lugar solicitado constantemente y por ende es necesaria la responsabilidad en cuanto al uso y manejo tanto de instrumentos como de elementos participantes, es decir, locutores, invitados especiales y operador.

Cabe destacar que un sitio como este debe propiciar armonía sonora y tranquilidad a los miembros del equipo para que reflejen al auditorio información plena y verídica. Un ambiente regocijado es lo que todo público requiere al prender el aparato radiofónico y sintonizar la estación preferida.

El estudio de locución o locutorio es el lugar en el cual se capta la voz. Es un sitio cerrado de dimensiones variadas pero reducidas, acústicamente aislado del entorno y acondicionado para que las palabras suenen dentro del estudio de la mejor manera posible.

³¹ Hillard, Robert, *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Op. Cit., pág.37.

Como dato curioso los autores de radio expresan que en el estudio de producción se usan ciertos materiales que ayudan a amortiguar o esconder el sonido para que este se propague por los canales vacíos y así mantener un audio de calidad.

Para tal efecto se requiere de un espacio alfombrado, cortinas, contenedores de huevo en las paredes, o bien, esponjas pegadas.



Foto: Gabriela Ruiz
Estudio de grabación condicionado para el trabajo de producción.

Es entendible que la cabina de radio es el lugar adecuado para rematar con la realización de la parte de la producción. Es el espacio donde se graban los pensamientos iniciados de una vaga idea y señalados en el guión radiofónico.

Ocupar el estudio de grabación significa la creación de un programa o trabajo auditivo que conlleva toda una serie de pasos para llegar hasta la creación del proyecto, fabricación de guiones, selección de personal, música, formatos, géneros, tiempo-espacio...

2.3 Edición del producto final

Cuando se ha trabajado en la invención de un producto sonoro y se ha llegado a la parte de la edición quiere decir que se tiene prácticamente el 95% del programa. Lo que finalmente se necesita es adecuar y arreglar la grabación hecha para cumplir con el perfil de la emisión o estación a cubrir.

Resulta ya un 5% para el trabajo restante de edición. En cuestión de tiempo ya no se estima demasiado considerando que la grabación es manera profesional y con escasos (o ningún) tipo de error por parte de los locutores o actores de la emisión, ya que de lo contrario se requiere mayor tiempo para arreglos.

Destacar el significado de edición ordena adjuntar el concepto de montaje sonoro. Podrían parecer palabras similares, sin embargo tienen sus divergencias: “el montaje sonoro es el procedimiento discursivo que nos permite construir imágenes sonoras a partir de los textos y situaciones concebidas en el guión radiofónico, empleado para ellos los recursos propios del lenguaje radiofónico.”³²

El montaje sonoro es una actividad previa a la edición. Editar remite a la ejecución de filtrar, arreglar y limpiar información o sonido grabado. Se da forma y contenido específicos para su plena transmisión, remite a la utilización del guión de continuidad y aportaciones por parte del director o productor.

En la edición o posproducción se cortan y pegan fragmentos de lo ya establecido para alargar o disminuir la grabación, así como adecuar el tiempo estimado en una emisión radiofónica.

“La *posproducción* es actividad de acabado. Permite la última oportunidad de corregir los errores que puede tener la grabación conforme al guión, una vez que

³² Página de Internet ya citada: www.recursos.cnice.mec.es

ha sido grabado en su totalidad. Permite redondear las ideas y hacer ajustes de última hora por pequeñas imperfecciones que muestre el trabajo.”³³

Hoy en día la tecnología brinda mayor facilidad a la ejecución de este proceso, porque sólo requiere la instalación de un programa en la computadora, la cual evita horas de edición y afronta la precisión y velocidad del trabajo.

A pesar de que la persona especialista en esta labor es el editor, la misma función la deben y pueden hacer tanto operador de audio como el mismo productor.

La posproducción resulta ser una herramienta que facilita la vida de quienes realizan proyectos sonoros. La edición permite insertar música, quitar voz, meter efectos de sonido, elementos de continuidad, escuchar y volverlo a hacer cuantas veces sea necesario.

“Después de hacer la edición, puede escucharse y, si el punto de edición es incorrecto o si algún otro aspecto de la reproducción editada no es satisfactorio, puede volver al sonido original y rehacer la edición.”³⁴

Esta última etapa de la labor productiva tiende a ser igualmente creativa. Es hacer de un grabado apático un producto atractivo, entretenido e innovador. La radio como canal sonoro y herramienta única invita a formalizar una estructura programática con mayor intensidad que logre llamar la atención de amplios sectores de la sociedad, desde niños hasta las personas de la tercera edad que todavía se deleitan escuchando sus estaciones de radio favoritas.

Posproducción arroja la idea de complemento y culminación de un proceso que se lleva a cabo a través de varias personas en un estudio de grabación y a lo largo de un espacio que incluye ideas, pensamientos, reacciones y acciones ejecutantes.

³³ Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág. 340.

³⁴ Hausman, Benoit y O'Donnell. *Producción en la radio moderna.* Op. Cit., pág. 180.

“El gran final del proceso llega en el momento de escuchar la obra radiofónica. Aquella que surgió de una idea y que ahora se encuentra totalmente grabada y lista para programarse y salir al aire”³⁵.

No está de más informar que la transmisión al aire de un programa cumple con una parte esencial del éxito de la emisión, pues con el solo hecho de pasar a ser un producto audible cumple una fusión trascendente, la otra parte la conquista corresponde a la audiencia; depende de ella si la idea del productor fue buena y llamó la atención para ser escuchada.

Con esto se finaliza otro capítulo sobre producción radiofónica. La información proporcionada cumple con el objetivo de manifestar de manera general el trabajo de preproducción, producción y posproducción para entender el proceso de *La Pandilla 710* y la propuesta para “Desde la Azotea”.

³⁵ Figueroa, Romeo, *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág. 340.

CAPÍTULO 3.- *La Pandilla 710*

3.1 La estación 710 *La que más me gusta*, del Instituto Mexicano de la Radio, IMER

El tema central de este trabajo es fundamentar un programa de radio dedicado a los niños y las niñas con el fin de proponer un proyecto que se adecue a las necesidades de los pequeños de esta generación, es este caso el proyecto a desarrollar se llama "Desde la Azotea" donde se considera la idea de brindar a este público otra opción para seleccionar programas infantiles para escuchar.

La Pandilla 710 se ha dedicado a abarcar al público infantil como espectro para entretener, educar, informar; cumplen con esta labor y es de ahí el porqué tomar como punto de partida dicho formato para la investigación.

"El programa, en esencia, ofrece que los niños tengan la palabra, que ellos hablen, que ellos digan. Ofrece un espacio para que los radioescuchas se identifiquen con los locutores; un espacio para que los creadores también se acerquen a los niños y conozcan muchísimos puntos de vista de ellos mismos."¹

La barra programática radiofónica en México establece un número muy reducido de programas para niños², por eso el objetivo de contribuir a la creación de un producto específico para este sector de la población.

Entrar de lleno al tópico que corresponde en este capítulo es hablar del grupo radiofónico al cual pertenece el programa en mención, o sea, el Instituto Mexicano de la Radio.



Fuente: www.imer.gob.mx, nov. de 2007.

¹ Casas, Nacho. Conductor del programa "La Pandilla 710". Entrevistado por Gabriela RF, México Radio IMER, 26 de abril de 2008.

² Véase Anexo N° 2: "Programas con contenido infantil".

Se define al instituto como un grupo radiofónico público que, entre otras cosas cuenta con presencia y cobertura nacional, una programación innovadora y de calidad. Brinda educación, información, servicios y entretenimiento con el objeto de atender las necesidades sociales y culturas de la humanidad.

Ante todo este panorama, el Decreto del Instituto Mexicano de la Radio, dice a la letra lo siguiente:

“Decreto IMER – Instituto Mexicano de la Radio

PODER EJECUTIVO SECRETARIA DE GOBERNACION Diario Oficial de la Federación del 23 de Marzo de 1983 Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de la Radio. Al margen un sello con el Escudo Nacional que dice: Estados Unidos Mexicanos. - Presidente de la República. MIGUEL DE LA MADRID H., Presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos... y

CONSIDERANDO

Que la radio mexicana, conforme a las leyes de la República, tiene como función social la de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana; Que para tal efecto debe proporcionar información objetiva; ser instrumento de la educación y la cultura populares; contribuir al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud; preservar los valores en que se funda la identidad nacional; fortalecer las convicciones democráticas y ofrecer un sano entretenimiento; Que el Gobierno Federal tiene a su cargo estaciones de radio, y ha creado diversas entidades dedicadas a actividades relacionadas con la industria de la radiodifusión; Que dichas entidades destinadas a la actividad de radiodifusión, por ser propiedad del Estado, deben cumplir de manera óptima con los elevados objetivos que le señalan las leyes; Que en consecuencia, es necesario que estas entidades operen debidamente integradas, a fin de lograr el máximo aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos con que cuentan; Que el Gobierno Federal, tiene la facultad y el deber de impulsar en la radiodifusión una producción de alto nivel que exprese nuestra percepción de la realidad y que, en éste ámbito, satisfaga las necesidades y requerimientos de cultura y entretenimiento del pueblo mexicano...”³

³ “Normatividad” (Texto) www.ordenjuridico.gob.mx, noviembre de 2007.

Hablar del IMER como un organismo dependiente del Estado orienta a especificar que se tratan valores democráticos que buscan trascender hacia la participación ciudadana. "La meta es que los medios del Estado sean de y para la gente y que, a través de esta práctica, se logre la consolidación de una sociedad cada vez más participativa y responsable con las decisiones de su entorno" ⁴.

La tarea que realiza constantemente la radio pública es involucrar a la sociedad para ejercer el desarrollo comunicativo; la radio conforma un sistema de integración social que incorpora más espacio público ciudadano.

"La reflexión teórica ha profundizado en la redefinición de lo público. En el momento de tratar la especificidad de lo público se hace alusión al significado de lo público en radio. Sin duda, la radio ofrece los recursos necesarios para construirse en un espacio público ciudadano o social, o conforme a otras nomenclaturas, en una 'esfera pública', 'arena convencional', 'espacio asociativo' o 'espacio público no estatal', donde se promueve la comunicación democrática, la discusión abierta la deliberación pública, la cultura cívica y la participación de los ciudadanos, así como la apertura de nuevos canales para la acción colectiva."⁵

Una vez establecido este órgano institucional, se ponen a su cargo siete estaciones de radio en el Distrito Federal, entre ellas la 710 de AM, que entre sus funciones está la de brindar servicio a la sociedad.



Fuente: www.imer.gob.mx, nov. de 2007.

De forma operativa, cada emisora del IMER, guarda independencia. A pesar de que cada una cuenta con políticas de programación y de comercialización propias, son brindadas por el propio Instituto.

⁴ *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación.* Op. Cit., pág. 8

⁵ *Ibidem.* Pág. 10

El siguiente recuadro es el indicativo de la estación 710 de AM, donde utilizan la voz de los niños para esclarecer y recordar lo que el auditorio está escuchando, manifiestan en él características básicas de la estación.

XEMP-710. LA QUE MÁS ME GUSTA.

TRANSMITIENDO CON 10 MIL WATTS DE POTENCIA, DESDE EL TERCER PISO DE LA TORRE RADIODIFUSORAS, EN MAYORAZGO NÚMERO 83, COLONIA XOCO, CIUDAD DE MÉXICO, CÓDIGO POSTAL 03330.

XEMP-710 LA QUE MÁS ME GUSTA.

UNA EMISORA DEL GRUPO IMER, INTELIGENTE MANERA DE ESCUCHAR RADIO.

La 710, *La que más me gusta*, se inclina en programar música gente de clase C+, C y D, es la encargada de seleccionar música de género banda, nortea, popular y, así mismo, proporcionar información relativa al medio del espectáculo.

A continuación se enlistan los programas emitidos por *La que más me gusta*, en donde el simple título del proyecto refleja el tema central de la emisión:

- La que más me gusta
- Canciones de mi pueblo
- La hora de los Tigres
- Frente a frente (Javier Solís y Pedro Infante)
- Desayuno a la mexicana
- La Hora de Intocable
- Horóscopo Ranchero
- La Pandilla 710
- Puras Bandas
- Paso del Norte
- La hora de Banda Machos
- La hora de Ramón Ayala

- Puro José Alfredo Jiménez
- Pelota radio
- México de mis recuerdos
- Navales civiles y militares
- Poker de Reinas
- Viva la música
- Buenas noches con Javier Solís

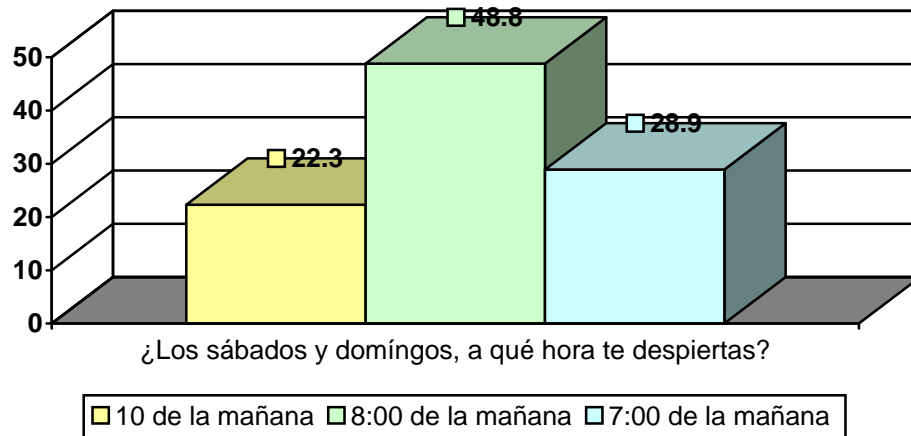
El Director General del IMER es Héctor Villareal Ordóñez, autorizado para hacer de las emisiones propuestas relevantes con la idea de mantener una estación sobresaliente. Por otro lado, y a la fecha del presente trabajo el productor ejecutivo de la estación 710 AM, es el Lic. José de Jesús Sánchez Maldonado.

De esta forma, el Instituto junto con sus siete emisoras buscan llegar a cada uno de los hogares del público. El IMER cuenta con varias estaciones radiofónicas a su cargo y cada una de ellas maneja determinados contenidos con la idea de abarcar al sector de la sociedad posible.

Hay programas para todos los gustos, inclusive cuenta con una barra programática infantil que se transmite los fines de semana por las mañanas, hora adecuada en donde los niños pueden escuchar la radio.

Una encuesta⁶ realizada para este trabajo de tesis demuestra que, efectivamente, las programaciones para los niños se tienen que transmitir por las mañanas, básicamente entre las 07:00 y las 10:00 horas, ya que es la hora promedio en que los pequeños se levantan los fines de semana y tienen mayor oportunidad de acercarse a la radio como mero entretenimiento, educación, etc. A continuación se muestra la gráfica.

⁶ Véase Anexo N° 3: Cuestionario para medir la influencia de la radio en el público infantil y, para identificar la popularidad del programa "La Pandilla 710".



Encuesta realizada a niños de entre 7 y 12 años de edad. Octubre de 2007.

El IMER plantea en cada uno de sus programas infantiles ideas que se adecuen a cada público, se cumplen objetivos diferentes, y los encargados de las estaciones tiene la tarea de vigilar que los programas no queden huecos, sin contenido e innecesarios para la sociedad.

3.2 *La Pandilla 710*

Saber la trascendencia de un programa de radio dedicado a los niños lleva a investigar sus inicios y formas de adaptación y readaptación dentro de una estación radiofónica para la transmisión periódica y constancia en el cuadrante radiofónico. Por ello, es necesario fundamentar la información y cumplir con el objetivo de este trabajo de tesis, que es la propuesta de un programa infantil.

“Preocuparse por ‘*el rating*’ significa constatar el compromiso de la función social y comprender que ésta no existe si no capta la atención ciudadana. Si la oferta no trasciende es dinero del contribuyente tirado a la basura, y en ese sentido, da lo mismo un millón que 40 mil”⁷.

La Pandilla 710, ya conocida en este trabajo de investigación, maneja una idea desde 1994, momento en el que programas infantiles buscan espacios dentro del cuadrante radiofónico para emitirse y seguir un patrón programático que pensó en informar y también, entretener a los pequeños.

“Empezamos con este programa hace más de 10 años. Tenía ganas de hacer un proyecto infantil. Trabajaba aquí (IMER) como locutor y se me ocurrió hacer la propuesta junto con una compañera de producción. Presentamos un programa de concursos a la Dirección de Producción (en su momento), el cual nos lo aceptaron y nos designaron un productor, que en segunda instancia fue Juan Barrera.”⁸

Según Juan Barrera, productor del programa *La Pandilla 710*, “remontarnos 10 años atrás, es identificar una Administración Pública con ideas y objetivos fijos, pero cambiantes de sexenio en sexenio. Pasado el periodo presidencial de Carlos

⁷ Levario Turcott, Marco (2007). En la revista *Etcétera*. Pág. 12.

⁸ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

Salinas de Gortari, se manifiestan cambios de programaciones, las cuales siempre buscaron rescatar la idea de un programa dedicado 100% a los niños"⁹

Cabe señalar que al mismo tiempo las demás estaciones del Grupo IMER presentaban trabajos sonoros para niños, sin embargo, lo que este capítulo pretende es brindar un panorama amplio de la trascendencia *La Pandilla 710* en la estación 710 AM.

La estación 710 fue la elegida dentro de las emisoras del grupo IMER para dar a conocer propuestas distintas de proyectos infantiles. Algunas presentaciones anteriores a *La Pandilla 710* fueron las siguientes:

- "Tempranísimo"
- "Radio Club"
- "Antena de Mariposa"
- "Ventana de Títeres"
- "Pata Larga"
- "Sabadando"

Sabadando "era un concepto de fusionar el *sábado* y *dar*, Sabadando... surge como un programa de concursos. En el Estudio A se montaba un escenario y grabábamos en vivo. El proyecto tuvo mucho éxito, sin embargo todos estos se fueron agotando. Nosotros (el equipo de producción) comenzamos a hacer ciertas actividades que no englobaban el formato del programa de concursos; se metían entrevistas, reportajes, además grabar con 150 personas en vivo cambió demasiado el formato inicial, por lo cual se decidió jugar con un nuevo proyecto."¹⁰

El trabajo de *Sabadando* fue cambiando. Dejó de ser la idea de ubicar a los niños a concursar para hacer una mesa redonda, con un conductor mayor como guía y

⁹ Barrera, Juan. Productor del programa "La Pandilla 710". Entrevistado por Gabriela RF. México, Radio IMER, 13 de octubre de 2007.

¹⁰ Ídem.

seis niños a su alrededor, de igual manera fue una proyección en vivo. Ante tal propuesta, *Sabadando* cambió de nombre a *La Pandilla Sabadando*.

A pesar de ciertas desviaciones del programa en cuanto a moverlo de estación a frecuencia modulada, con el objeto de proponer mayor difusión para tocar otros públicos, *La Pandilla Sabadando* permaneció en la 710 AM.

Juan Barrera ha sido el productor del programa a partir del año 2003, ahí ya conocido el proyecto como *La Pandilla 710*. El concepto general expuesto por el productor sobre el programa es *una mesa redonda con niños espontáneos al aire, donde se desarrolla una gran plática y charla, que toma en cuenta la actualidad informativa, la tecnología, las noticias, y todo esto para su libre expresión.*

El programa *La Pandilla 710* busca transformar el cuadrante radiofónico; *está lleno de voces de adultos*, y la idea es dar voz a los pequeños y abrirle los micrófonos para informar y entretener.

De igual, forma involucrarlos y enseñarles el trabajo productivo, es decir, que sean ellos mismos quienes realicen entrevistas y reportajes para dar mayor realismo al trabajo productivo y así, ubicar en el entorno infantil su interés.

“No los trato ni como menores ni como chavos sabiondos, trato de ser muy natural como si estuviera hablando con un amigo. Trato de escucharlos, tengo que escucharlos, saber qué es lo que están diciendo, tratar de que ellos sepan escuchar, porque creo que en México no tenemos una formación muy sólida de educación y a veces no escuchamos. Yo como conductor del programa trato de que entiendan y si los niños que conducen entienden, los radioescuchas también van a entender.”¹¹

¹¹ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

Característica principal del programa es brindar información actual y verídica, comentarla y exponer preocupaciones y puntos de vista que pueden surgir de la mente de los niños, mismos que transportan inquietudes y que, seguramente la tendrá la audiencia que sintonice *La Pandilla 710*.

La idea del productor, Juan Barrera, es brindar una opción más a la estrecha barra programática infantil y, la voz de los niños seleccionados para la emisión tiene mucho que ver, "la radio de los adultos está plasmada de voces y timbres similares; pasa lo contrario con los pequeños; de inmediato la identificas. Los grandes locutores tienen excelentes voces, sin embargo jamás se comparará con la un chiquito que logra llamar la atención, seduce y además, deja en la mente del radioescucha cualquier información, por medio de esa sensibilidad vocal."¹²

La voz de los niños llama mucho la atención; en entrevista con la Coordinadora de talento infantil del programa, Eréndira Hernández, explicaba que en la selección de los niños para ser parte de los locutores del programa toman edades de entre 6 y 14 años; 6 años porque son niños muy chiquitos que hacen comentarios frescos y espontáneos, lo cual da al programa una parte muy chuzca y bonita, pues son niños.

JUAN BARRERA: Si todas las estaciones de radio fueran conducidas por niños, al menos un día, la radio daría un giro total a su concepto. Ellos tienen mucho que enseñar a la sociedad.

El formato de *La Pandilla 710* cumple con cierta estrategia para llamar la atención del público infantil; el que sean los niños quienes comiencen la transmisión del programa (en este caso la pronunciación del *teasser* o los encabezados noticiosos), logra captar la atención del auditorio.

¹² Barrera, Juan. Entrevista ya citada.

La Canción de la Semana es la segunda sección de esta producción, continuar con ello es captar la atención porque el apartado musical es entretenido, divertido y actual. Se transmite lo que el niño quiere escuchar.

La reflexión acerca de los encabezados del *Noti* propicia el pensamiento del público y logra procesar la información y al mismo tiempo retenerla para su posterior análisis.

Siguiendo con la estructura del programa, se continúa con el corte comercial; se prosigue a platicar con alguien (entrevista), después se brinda una nota de información científica... para no hacer un programa banal. Así es como se da contenido al proyecto.

“La entrevista radiofónica es uno de los géneros más eficaces de entretenimiento, y el más adaptado a las características específicas del medio porque cuenta con una peculiar estructura narrativa, perteneciente al lenguaje oral que la convierte en la más popular, provocando en el oyente una interacción, que le hace ser partícipe y testigo de la conversación, aunque no llegue a involucrarse en ella”¹³.

El monitoreo de *La Pandilla 710* explica la manera de organizar su información; muchas veces es necesario modificar en algo la distribución del contenido, dependiendo de la ocasión. Tal vez se pueda tratar de un programa de Navidad, Día de la Mamá, entre otros y será indispensable darle un giro distinto al programa para hacerlo especial.

¹³ González Conde, María Julia. *Comunicación Radiofónica*. Op. Cit., pág. 189.

3.3 El trabajo de producción del programa infantil *La Pandilla 710*

Semana tras semana se puede observar la actividad productiva en el programa *La Pandilla 710*. La profesionalización requerida para esta labor es indispensable y el equipo lo hace notar cada sábado en punto de las 10 de la mañana.

Por tratarse de un producto grabado incluye mayor calidad sonora debido a la disposición de tiempo para el arreglo auditivo, que en sí no es demasiado porque, tanto conductor como talento infantil mantienen un mismo empeño para el producto final.

En teoría se habla ya de cada uno de los pasos a seguir para la planeación de proyectos radiofónicos. Desde cuando surge la idea de lo que se quiere transmitir hasta la entrega del programa grabado listo para ser escuchado por la audiencia de la estación. Es de esta forma como se trabaja en *La Pandilla 710* desde hace siete años, que es cuando sale al aire.

La radio como medio de comunicación se ha ido transformando como canal transmisor de información, por ende es obligación de toda emisora contar con el equipo específico y necesario que cumpla adecuadamente sus funciones; que lleve a cabo la tarea productiva esencial para el buen ejercicio comunicativo.

El observar la producción del programa, posiblemente lleva a pensar en la ejecución actividades complejas, sin embargo, debido a que se cuenta con las condiciones óptimas -tanto del personal, como de las herramientas a utilizar- se desarrollan de manera fluida y constante, en varias ocasiones sin errores y pocas interrupciones por parte del productor.

Uno de los locutores del programa explicaba que antes de que sea el día de la grabación, la coordinadora de talento les llama para informarles de qué se va a

tratar el programa, "así yo investigo en Internet o en libros para poder dar una opinión interesante y cuando hay entrevistas poder hablar de tú a tú con los invitados. Ya el día de la grabación llegamos media hora antes, esperamos a que preparen los micrófonos y pruebas de voz, posteriormente comenzamos a grabar."¹⁴

Hablar de la preparación que existe entre la parte operativa del programa es hacer mención de una serie de detalles y especificaciones que si bien son prácticas y sencillas, también son indispensables, necesarias.

"En el aspecto de manejo de equipo hay que a tomar en cuenta el ingenio del operador, saber cómo hacer que suene algo, o más bien, saber encontrar la forma de que un sonido cree la idea de que es otro sonido, por ejemplo podemos usar el sonido de una licuadora encendida para crear un sonido de un taladro perforando, lo que se hace es al sonido de la licuadora encendida, se le procesa para hacer que suene al revés, después se le procesa en la extensión de tiempo para que suene un poco mas lento y *wuala*, tenemos un sonido de taladro perforando... "¹⁵

A lo largo del proceso de producción (el cual incluye preproducción, producción y post-producción), se fijan todas las indicaciones. A pesar de que en la práctica se lleva una ejecución más directa y simplificada, se logra finalizar con un trabajo profesional.

Considerar y abordar este tema es simplemente reflejar cómo se aplica la teoría en lo empírico, es por ello manifestar lo que en realidad se hace en el laborioso camino de la producción.

Al mismo tiempo, es dar cuenta de lo que *La Pandilla 710* lleva a cabo para

¹⁴ Caero, Víctor. Locutor del programa "La Pandilla 710" (13 años). Entrevistado por Gabriela RF. México. Radio IMER, 24 de abril de 2008.

¹⁵ Aguilar, Julio. Operador del IMER. Entrevistado por Gabriela RF. México, Radio IMER, 03 de mayo de 2008.

transmitir información que no sólo entretiene, también orienta hacia la educación infantil.

“La radio, y en especial la pública, constituyen un espacio ciudadano privilegiado para el diálogo y el debate sobre el acontecer nacional e internacional y para la expansión de la diversidad de opiniones sobre el proceso de desarrollo político, social, económico y cultural del país”¹⁶.

En este ámbito se cumple la función de propagar la cultura por la preferencia de la radio en los pequeños, *La pandilla 710* manifiesta ese interés por el medio sonoro y lo hace saber en el momento de la transmisión de ideas a través de dicho canal, un poco con la intención de reducir la brecha que incluye a los pequeños quienes no tiene el gusto de escuchar radio.

Darles gusto a los niños “... creo que no es tan complicado. Tiene uno que informarse, tener mucho respeto hacia ese sector, entender que la radio comercial no está abierta a ese público, la radio pública sí. Enseñarles en la radio comercial a Tatiana u otros personajes infantiles me parece que no te hace que seas mejor y yo sí quiero que mis radioescuchas sean mejores. El objetivo aquí no es comercial y no los vamos hacer que compren refrescos ni papas Sabritas, esa no es nuestra función ni objetivos.”¹⁷

Es de esta forma como *La Pandilla 710* cumple uno de los objetivos radiofónicos, es decir, la transmisión del mensaje. En el proceso de comunicación se codifica un mensaje por medio de un canal y se decodifica a través del receptor.

“En esta nueva perspectiva de las organizaciones se asumen que hay comunicación humana cuando una persona responde a un *mensaje* y le asigna *significado*, siendo el mensaje unos símbolos o cosas materiales a los que la gente está atenta y que crean significados en el proceso de comunicación...”¹⁸

¹⁶ *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación.* Op. Cit., pág. 11.

¹⁷ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

¹⁸ Marín, García y Ruiz. *Sociología de la Comunicación.* Op. Cit., pág. 101.

La retroalimentación viene cuando el público expresa ideas y pensamientos vía telefónica o por Internet, o bien, haciendo parte de sí la información obtenida, creando significado para cada partícula que forma la audiencia, considerando para ello la cultura que rodea a cada oyente.

Al respecto, vale la pena considerar que “la transmisión de valores culturales que tradicionalmente se centraba en la enseñanza reglada y los intelectuales, sin abordar del todo los cauces antiguos, parece centrarse ahora en los medios de comunicación. La mayoría de los ciudadanos recibe buena parte de su bagaje cultural a través de los medios”¹⁹.

En el siguiente subcapítulo se describe únicamente la realización del programa, desde la selección de datos a emitir, hasta la creativa edición que ha de buscar siempre satisfacer los gustos de un auditorio seleccionado. *La Pandilla 710*, del Instituto Mexicano de la Radio, el cual se transmite por la estación 710 de amplitud modulada, resulta ser el tema central de este apartado.

¹⁹ Ídem, pág. 130.

3.3.1 Preparación

“Cuando nacen los proyectos, es cuando uno tiene más trabajo, cuando ya tienen tiempo, haces lo que sabes hacer de manera fluida. Durante la semana, antes de grabar, investigo las notas que vamos a transmitir en el noticiario. Se me ocurrió que era bueno que los niños comentaran sobre las cosas que están sucediendo, tomando en cuenta temas especiales, no violentos ni agresivos. Me enfoco a trabajar en la información que se va a transmitir, es decir, en el contenido del programa y en la entrevista.”²⁰

Según el conductor del programa, existe un verdadero orden en la producción *La Pandilla 710*. Hay una constante comunicación y juego de sugerencias, ya que la radio tiene que ser un trabajo en equipo; hay algunas cosas que se pueden hacer solo, como escribir.

Ordenar una propuesta nueva para cada emisión que se transmite todos los sábados, a las 10 de la mañana, es considerar una serie de detalles imposibles de descuidar. Incluye desde la música, la información, los entrevistados o invitados especiales, hasta los locutores (talento infantil).

Tarea diaria del equipo de producción es organizar y estructurar el programa. Darle sentido y coherencia necesaria con el objetivo captar la atención del público infantil. Cada semana se tienen que especificar las acciones para la grabación.

“Los gustos de quienes trabajamos para *La Pandilla 710* se dejan a un lado, lo importante es que funcione para la atracción de los niños, cubrir un espectro más amplio y darle gusto a la mayor cantidad de niños. No hay que darles lo que es de la radio comercial, puesto que se trata de radio pública, nuestra función es por otro lado.”²¹

²⁰ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

²¹ *Ibíd.*

La producción, idéntica a la realización, es la etapa que se encuentra en pleno proceso de adecuación, ya casi en vías de la etapa final de la creatividad radiofónica. La realización, es el momento medular de la obra porque en ella se verá la culminación de las expectativas desde el surgimiento de la idea hasta la edición del producto final.

"Hay una situación²² dentro la producción, ésta debe ser muy bien coordinada y preparada, puesto que tiene que haber mayor orden en todos los aspectos... que los envíos de la cabina de operación a la de locución estén correctos, y sin problemas de retroalimentación o de feedback, que el productor o musicalizador tenga identificado los tiempos y tracks correctos de cada entrada, que los guiones o escaletas estén adecuados al tiempo aproximado del programa, etc."²³

Consideraría pertinente rescatar las ideas de los autores al expresar *que la realización produce emotividad y orgullo porque conjuga los elementos creativos, el talento humano y la capacidad del trabajo en equipo.*

Hablar del conductor del programa es mencionar una parte fundamental de la preparación de *La Pandilla 710*. Nacho Casas es quien más comprende el pensamiento de los niños, hay una combinación entre lo que percibe él y lo que Juan capta para transmitirse al aire, el día de emisión del programa.

Nacho Casas, hace notar su participación no sólo como conductor del programa, sino como integrante de mucho peso ya que durante la semana investiga, escribe, selecciona, invita a los entrevistados (*busco que vengan personas que hagan libros: editores, escritores, artistas que hagan arte, es decir, personas que destaquen por sus acciones artísticas, no me refiero a los artistas de las novelas, actores, etc*). Como todo un equipo de trabajo, el productor en línea, Eric Jaramillo, es quien hace las secciones musicales y Juan Barrera la producción.

²² Julio Aguilar, al hablar de una *situación*, se refiere al hecho de estar en la producción, dentro del estudio de grabación.

²³ Aguilar, Julio. Entrevista ya citada.

El formato de la emisión es una revista que cuenta con varias secciones, todas pensadas para los pequeños:

- Inicia con un teaser de noticias
- La canción de la semana
- Comentarios de cada una de las noticias
- El entrevistado

Según el productor de *La Pandilla 710* el programa debe tener un contenido variado para entretener e informar a los niños. El mundo es diverso y hacer un programa que solo te promueva, leer, por ejemplo, resulta monótono y poco atractivo para un infante que le gusta escuchar radio.

La preproducción es una labor que se realiza en un lapso de 3 ó 4 días anteriores a la grabación. Cada integrante del equipo trabaja dependiendo con sus demás actividades laborales, es decir, que las horas dedicadas a esta preparación varían en cada persona.

El equipo de producción trabaja para el contenido a transmitir, la asistencia confirmada de los locutores y pregrabados listos, con el propósito de tener todo lo necesario para producir. Esta última labor, la producción, se realiza los días jueves, estratégicamente pensado para poder corregir errores o eventualidades al siguiente día, y emitirse los sábados.

Es relevante hablar de la selección del talento infantil, paso previo a la grabación del programa. La selección del talento infantil se decide con base en el perfil del niño.

“Lo que se ha venido haciendo son promocionales que se programan en todas las estaciones del Instituto donde se invitan a ser locutores y conductores. Se les cita

un día para que vengan a hacer casting, los entrevistamos. Nos fijamos cómo leen, su habilidad para improvisar y el entusiasmo que ponen cuando se les hace la prueba"²⁴

A partir de un cuestionario realizado por la Coordinadora de Talento Infantil, (Eréndira Hernández M.) se puede conocer la personalidad de cada pequeño; para ser locutor del programa *La Pandilla 710* es necesario ser una persona espontánea, que no le tenga miedo al micrófono o, en su defecto, tener la disposición de intentar hablar ante él.

Ante esto, Juan Barrera expresa que, "un niño, para ser parte de los locutores de *La Pandilla 710* solo tiene que ser niño, que demuestre espontaneidad, alegría, inocencia e inteligencia, inquietudes y demás pensamientos infantiles, no necesariamente tienen que ser extrovertidos o tímidos, de cualquier forma se puede trabajar la personalidad de un chiquito para ser locutor."²⁵

El IMER, a través de la selección de niños para ser locutores trata de darles oportunidad a todos los que deseen serlo, sin embargo, en primer instancia, se inclina en escoger niños que no se vayan a quedar callados frente al micrófono y que tengan la habilidad de leer rápido. Aunque finalmente la cuestión no es tan selectiva ya que, por ejemplo, han contado con niños que son tímidos y ahí logran que se desenvuelvan y sean más expresivos.

Cuando llega el momento de que seleccionan a los niños para ser parte del equipo de trabajo de *La Pandilla 710*, se les hace el atento llamado a los padres que estos pequeños ya tienen una gran responsabilidad con el programa y con público, pues además de confirmar su asistencia, tienen que llegar preparados para decir u opinar sobre el tema que estén hablando.

²⁴ Hernández, Eréndira. Coordinadora de talento del programa "La Pandilla 710". Entrevistada por Gabriela RF. México. Radio IMER, 24 de abril de 2008.

²⁵ Barrera, Juan. Entrevista ya citada.

La coordinadora de talento infantil les hace ver que, a pesar de que no se les paga un solo peso a estos pequeños, se considera la selección de los niños para su valiosa participación en el programa, por lo que no pueden faltar, a menos que avisen con anterioridad, a fin de contar con un grupo considerado en la grabación de *La Pandilla 710*.

Tanto Nacho como Eric son quienes les enseñan a grabar, ellos les dan muchas técnicas de grabación. Nacho es quien los guía en el programa, cómo leer, cómo deben portarse, hacerlos responsables de cuanta gente los escucha, y Eric durante la grabación de las cápsulas los enseña.

Hay que aclarar que a pesar de poseer una base de datos con más de 40 opciones, no se logra dar la oportunidad a todos por igual en un solo programa, ya que una buena emisión requiere tanto a novatos como a expertos. "Se hace una mezcla entre veteranos con nuevos que se están incorporando, pero lo doloroso de estos es que los niños crecen y cambian sus ideales."²⁶

El trabajo de preparación se realiza en equipo. La información que va a ser transmitida para un programa maneja cierta estructura, la cual se divide entre conductor, productor en línea y productor.

- Noti Pandilla: hecha por Nacho Casas.

"A mí me gusta mucho cuando los niños comentan el noticiario porque es lo que ellos piensan, ven qué es lo que pasa en el mundo..."²⁷

- Secciones Musicales: Eric Jaramillo y locutores
- Entrevistas: Nacho Casas y Juan Barrera
- Edición: Eric Jaramillo y Productor

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

Buscar el contenido para *La Pandilla 710* no es tarea complicada porque se cuenta con los elementos necesarios para dicha labor, es decir, está el personal adecuado que comprende intenciones y atracciones del público infantil. Como lo expresa Nacho Casa, *se trata de tener el control de la información, no como dictadores, sino como conocedores.*

El principal criterio a tomar para la selección de la información es sólo que sea información sana, ligera y apta para la formación de los niños. Las noticias que transmite *La Pandilla 710* pone en jerarquía datos inconvenientes por el hecho de ser un programa infantil. No tendía tanto caso hablar de finanzas o economía porque no es un tema trascendente para los niños.

La escaleta o guión es el material indispensable en el momento de la grabación. Dicha herramienta es creada por el productor, quien busca la manera más viable de poder llegar a la mente de radioescucha, utilizando para ello el vocabulario sencillo y acorde a los niños de entre 6 y 12 años. Se trabaja de aproximadamente 7 hojas, que incluyen poca información para ser digerida.

"Naturalmente dispondremos... de un guión literario donde, previamente y de manera esquemática, se marquen, según un orden estricto, los distintos pregrabados, dispuestos en el ordenador o cinta abierta, para que su emisión –en directo o diferido- se realice, sin interrupción, y de acuerdo al horario real establecido."²⁸

Lo que se escribe en la escaleta es lo se logra escuchar y entender a la hora de sintonizar el programa, es decir las palabras emitidas por la voz. Ante esto se entiende que la escaleta es similar al guión literario; lo único que contiene son indicaciones a los locutores y no al operador de audio.

"... el productor llega con una escaleta, y uno tiene que esperar su orden. En la

²⁸ González Conde, María Julia. *Comunicación Radiofónica*. Op. Cit., pág. 139.

mayoría de los casos uno debe de estar atento a todo lo que pase y cada una de las posibles eventualidades que podemos resolver sin que el productor deba de indicarlo, como por ejemplo tenemos que estar atentos a los niveles de señal recibida, y llevar una lógica del programa de que si empiezan a cotorrear, no falta que alguno de los locutores se ría, y al reírse aumenta el nivel de señal, y uno debe de tratar de nivelarla..."²⁹

²⁹ Aguilar, Julio. Entrevista ya citada.

3.3.2 Producción

La cuestión de la realización o producción en radio refiere al hecho de producir, o sea, el efecto de hacer realidad lo escrito en una hoja de papel, dar forma y estructura a un proyecto para ser transmitido por un canal; pensado para la sociedad receptora del bombardeo informativo que los medios de comunicación tienen día con día.

Este apartado busca brindar como información como es toda la producción del programa *La Pandilla 710*, tema central del trabajo y marco de guía para la planeación de "Desde la Azotea".

Para ello es necesario describir todas y cada una de las acciones que se realizan dentro del equipo de producción, con el fin de entender la labor radiofónica en una estación de radio. El programa se trasmite los sábados por la mañana, y se trata de un trabajo grabado que requiere dos horas para su grabación, incluyendo la edición..

El día de la grabación el talento infantil llega media hora antes de la grabación con el objeto de ensayar, practicar y conocer lo que se producirá. Por lo general el contenido dispuesto a ser grabado mantiene un lenguaje sencillo, de fácil comprensión tanto para los locutores como para la audiencia. El guión literario se plasma en hojas tamaño carta y con letra visible.

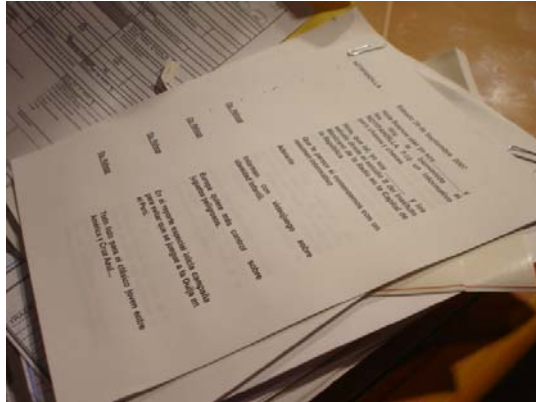


Foto: Gabriela Ruiz.
Guión del programa *La Pandilla 710*

Tanto Nacho Casas como Eric Jaramillo son quienes deciden qué parte dice cada niño, es decir, qué sección le toca a cada quien. Ya establecido, es como repasan el guión del programa.

“Antes de entrar al estudio de grabación, tenemos que llegar a las 4:30 de tarde, para grabar a las 5. Esperamos un tiempo a que preparen la cabina, ya después entramos a estudiar lo que vamos a decir y se graba. Por lo regular siempre nos dan a nosotros la oportunidad de elegir cómo lo vamos a hacer, si hay algún cambio o hay algo que no se escucha bien para el público, entonces Nacho nos dice qué entonación hacer o cómo decirlo, eso junto con Juan.”³⁰

Por lo regular esta actividad se lleva a cabo todos los jueves en punto de las cinco de la tarde y en el estudio B del Instituto Mexicano de la Radio, IMER.

El equipo de operación comienza su labor a la hora de instalar micrófonos, mesas y sillas que serán utilizadas por el equipo humano. Confrontan niveles de audio y selecciona los segmentos pre-grabados que comúnmente se usan para el programa, es decir, la careta, las ráfagas, las pistas necesarias como fondo musical y la rúbrica, propias de *La Pandilla 710*.

“... se coloca una mesa rectangular con unas dimensiones aproximadas de 2 mts por 1.20 de ancho, la cual está protegida con un mantel doble para ayudar a la

³⁰ Miranda, Verónica. Locutora del programa “La Pandilla 710” (11 años de edad) Entrevistada por Gabriela RF. México, Radio IMER, 24 de abril de 2008.

absorción del sonido. Se colocan cuatro micrófonos; checamos el nivel de señal de cada uno. Se comienza la parte de producción, donde se lleva a cabo el orden de la escaleta, se graba el comienzo, el teaser, se manda al Notipandilla, (ahí es donde existe casi siempre la mayoría de errores) después se regresa del noti, se comenta, y se manda a corte, se regresa de corte, se graba entrevista si es que hay, se comenta, se manda a cápsulas, se regresa de cápsulas. se comentan y se empiezan a despedir...³¹

En efecto, preparan todo para la emisión radiofónica. Buscan caracterizar cada uno de los componentes para su atracción, identidad y confiabilidad del programa a efecto de realizar un producto profesional.

Una vez que se tienen instaladas las herramientas requeridas, el productor (que es en este caso Juan Barrera) inicia un ensayo más serio con los pequeños actores; forjan las ideas plasmadas en el guión.

Juan Barrera es quien funge como maestro o instructor, debido a que refuerza temas conocidos, básicos y necesarios dentro de un sector que no rebasa los 14 años de edad.

“El escritor de programas instructivos formales, es en gran medida, un planificador. La redacción del programa inicia con el trabajo conjunto del coordinador del plan de estudios, del profesor en el foro, el profesor en el aula, el coordinador de enseñanza, el productor, el especialista en radio o televisión y el escritor.³²

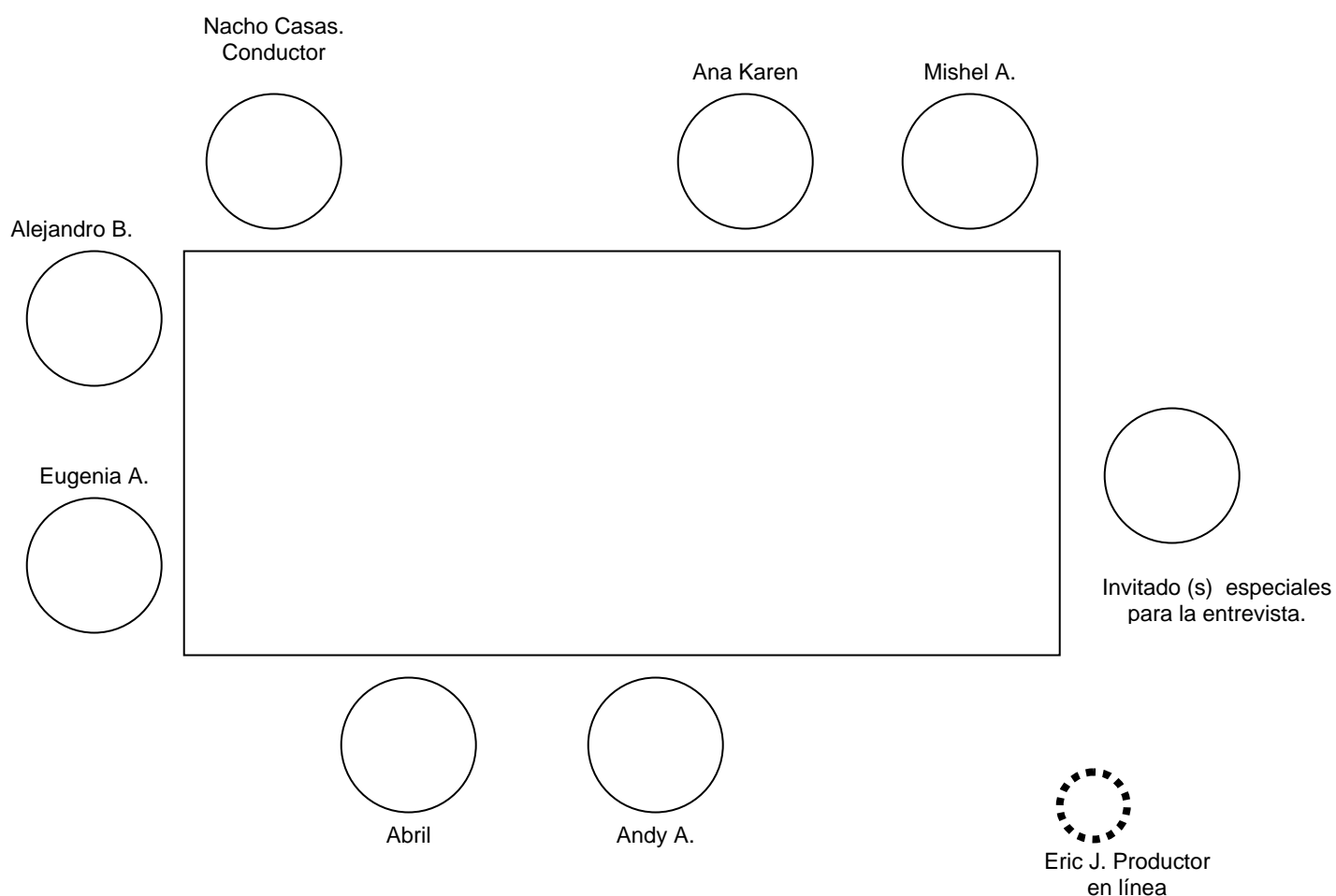
El pleno momento de la realización es cuando cada miembro del grupo se encuentra en sus lugares para dar inicio con la grabación. Por un lado, el equipo *actor* se localiza ya en la cabina de locución.

³¹ Aguilar, Julio. Entrevista ya citada.

³² Hillard, Robert, *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Op. Cit., pág. 332.

La ubicación es de forma estratégica porque es así como se logra mantener una comunicación visual por parte de todos los integrantes y así, promover su participación.

De la siguiente manera es como se puede identificar la mesa de "diálogo" proporcionada para este acontecimiento, misma que se ubica en el estudio "A" del IMER. .



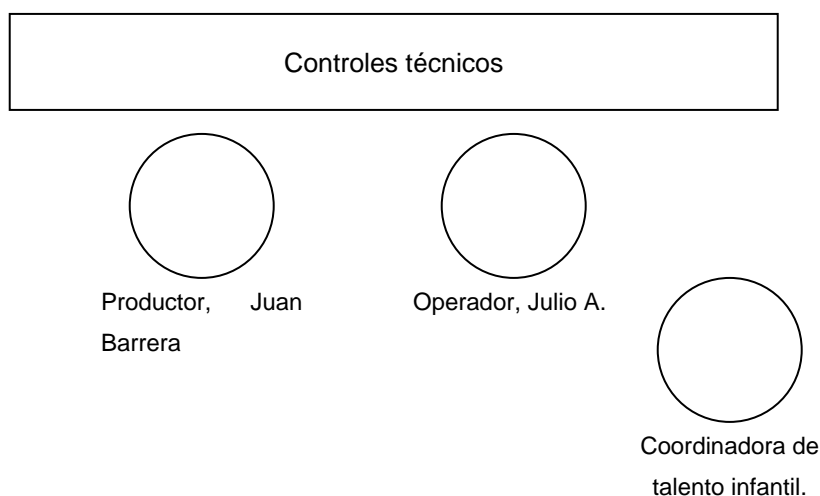
Interpretación propia, Gabriela Ruiz.
Esquema de ubicación de los participantes del programa *La Pandilla 710'*

Cuando la grabación comienza, así mismo se inicia un vocabulario codificado entre productor y productor en línea, que en este caso cumple el papel de

asistente de producción. Él es quien vincula las indicaciones que van desde el estudio de operación hacia el de locución para hacer de ello un producto atractivo.

“Yo creo que el ritmo es muy importante; tienes que ser ágil, espontáneo divertido, no puedes estar... (LENTO Y ABURRIDO)¡Hola amigos! ¿Cómo están?... es como conducir un programa de noticias o un programa de historia, un programa de chismes, son diferentes tipos de conducción y en el caso de programas para niños tienes que ser rápido, divertido, porque los niños son rápidos.”³³

Por el otro, tanto operador como productor y coordinadora de talento, se ubican en el estudio de operación para arrancar con la producción.



Interpretación propia, Gabriela Ruiz.
Esquema de ubicación de los participantes del programa *La Pandilla 710*.

El productor en línea sigue al pie de la letra las indicaciones del productor, por ejemplo el cue (o señal para salir al aire), alzar o bajar el tono de voz, acomodar los micrófonos en plena grabación, entre otros. Todo esto se entiende por medio de un lenguaje mímico o a través de un radio de bolsillo.

En entrevista con Julio Aguilar, operador técnico del programa *La Pandilla 710*, expresa que la participación del operador llega hasta donde lo permita el

³³ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

productor, uno tiene toda la actitud y aptitud de sumar en la producción, de saber que en las cosas entre más interés exista de ambas partes, saldrá mejor, porque el productor se apoya del operador para llegar a la idea que tiene en mente. Con ayuda del operador logran plasmar en algo audible. Él es quien da la idea base del proyecto y en gran parte el resultado es del operador.

Todos y cada uno de los que participan en la realización de este programa tienen entendido que una vez que se inicia la grabación es como si fuera una emisión en vivo donde no es posible la equivocación. Esto debido a que se trata de un trabajo profesional donde la calidad es la primera característica en su desarrollo.

En este caso, Víctor Caero, locutor del programa menciona que ser parte de ese equipo como locutor, es una responsabilidad muy grande, *no tendría las palabras adecuadas para describir lo que uno siente estando frente al micrófono, es algo muy divertido, pero con gran compromiso.*

Es relevante mencionar que tanto adultos como niños mantienen una misma responsabilidad. No porque se trate de una actividad grabada puede haber errores, ni mucho menos, los pequeños, por el hecho de ser chicos, tiene la ventaja de errar información o diálogos.

“La responsabilidad es muy grande. Todas las personas que tenemos un micrófono enfrente en radio, en televisión o en lo que sea, tenemos una responsabilidad sobre lo que digamos, sobre lo que hagamos con respecto a nuestra audiencia. Hay que respetarlos, hay que saber lo que uno dice porque puede impactar de una manera fundamental en las orejas y en el corazón de las personas. Particularmente, si trabajas para niños. Tienes que leer, informarte y tratar de darle al radioescucha lo mejor.”³⁴

³⁴ Ídem.

Se podría dar por entendido que no importa la edad de los locutores, todos pueden alcanzar un mismo profesionalismo y aptitud para esta labor, pero hay que considerara poner atención en cuanto al contenido de los mensajes a transmitir.

El productor es quien brinda al talento infantil seguridad y creatividad para realizar su papel como actor de *La Pandilla 710*. De la misma forma, el guía y conductor del programa resulta ser la persona (más) madura que lleva de la mano la temática y da oportunidad a cada niño de expresar opiniones, puntos de vista y participación especial.

A lo largo de las casi dos horas de grabación se desarrolla la estructura programática. Sin confusiones e interrupciones se plasma, segundo a segundo, lo que será *La Pandilla 710* para su siguiente transmisión al aire.

La duración no rebasa las 2 horas "recordemos que se trata de niños y no se puede llegar, sentarlos y hablar; hay que platicar con ellos, suavizarlos, tranquilizarlos, hacerlos que se rían un poco y ya cuando tienen un buen humor, comenzar a grabar sin que se den cuenta."³⁵

"Tengo que expresarme de una manera alegre para que se escuche mejor el programa, porque eso es lo que es *La Pandilla 710* algo alegre, más que nada para que los niños que nos escuchan no piensen que el programa es aburrido."³⁶

Se ha mencionado que *La Pandilla 710* es un programa grabado, sin embargo, busca ser como una emisión en vivo. En la mayoría de las ocasiones dan espacio a invitados especiales, los cuales ofrecen información detallada sobre lo que se habla, hasta en este aspecto, el invitado o invitados pueden permanecer en el estudio o entrar en el lapso que no interrumpa la grabación.

³⁵ Barrera, Juan. Entrevista ya citada.

³⁶ Miranda, Verónica. Entrevista ya citada.

Es decir, que no es necesario parar de grabar para que dicha persona se ubique en su lugar e inicie la entrevista. Retomando esto último es necesario resaltar que el conductor de la emisión dialoga minutos antes con el entrevistado para quedar de acuerdo en cómo se puede tratar el tema en cuestión y la forma de abordarlo.

Debido a que es una transmisión para público infantil, el vocabulario tiene que ser de un nivel entendible, tanto para ellos como para los papás que se disponen a escuchar el programa junto con sus pequeños.

Debido a que *La Pandilla 710* es un programa profesional, buscan que los invitados especiales sean también personas profesionales y capacitadas, que brinden tanto al elenco como al público receptor, información verídica y que dejen la opción de una mayor investigación temática por parte de los radioescuchas.

Por lo general, la sección de la entrevista requiere mayor tiempo debido al tratamiento de la información y con el fin de despejar dudas que, también podrían tener los pequeños de la casa.

Es necesario señalar también que el productor hace la invitación a estas personas dependiendo del interés temático que pueda haber en su público meta. Por ejemplo conocer lo que hace el dueño de un circo, una maestra de canto, un servidor público que cuida el medio ambiente, entre otros.

En la mayoría de las emisiones la entrevista viene siendo la última parte del programa. Éste finaliza con aportaciones y comentarios acerca de lo que les dejó el programa a cada integrante del elenco infantil.

Como mesa redonda se busca siempre la comunicación entre todos los miembros y la mejor identidad para que prevalezca, por una parte, la cultura de la radio en los niños, y por la otra una mayor recepción de información adecuada para los infantes.

“No creo que haya una cultura; estamos luchando desde hace tiempo por hacerlo. A pesar de hay radioescuchas que les gusta oír radio, esos mismos niños van creciendo y van cambiando de gustos. Considero que la radio está en buen momento, pero sí falta mucho para que los niños se incorporen más a las estaciones de radio infantil.”³⁷

Es complicado establecer un argumento estadístico de los niños que escuchan radio, y en opinión de un miembro del equipo de trabajo “... considero que los niños de mi edad (13) no escuchan radio, prefieren otros medios de comunicación. Creo que hace falta iniciativa propia de los niños para interesarse por este medio y la educación que se le va implantando desde su propia casa, incluso a veces en la escuela. Hablando un poco del contenido, aquí decimos las noticias para niños: divertidas y chuscas, nada tiene que ver con problemas de violencia o problemas políticos, se busca analizar las cosas actuales pero que incumben a los niños.”³⁸

Una vez que ha finalizado la grabación de “*La Panadilla 710*”, el equipo de trabajo abandona el estudio de locución, mientras tanto en la cabina de operación, el productor y operador de controles inician la edición, cuestión a exponer en el siguiente subcapítulo.

³⁷ Casas, Nacho. Entrevista ya citada.

³⁸ Caero, Víctor. Entrevista ya citada.

3.3.3 Edición

Parece ser que para todo director o productor de programas radiofónicos, el desarrollo final de su trabajo viene siendo la parte de la edición, es decir, el arreglo del producto listo para ser escuchado. Es en este apartado donde se habla sobre el proceso de posproducción del programa *La Pandilla 710*.

La posproducción, acción de culminar un trabajo sonoro, requiere imaginación y creatividad debido a que es la última oportunidad de corregir y brindar un trabajo de calidad para el oyente. El acomodo de los elementos del lenguaje sonoro permiten objetar y darle claridad al trabajo que se está ejecutando.

Una vez que termina la grabación del programa, el operador, con indicaciones del productor, inician la labor de edición; comienzan a darle mayor formato y estructura al programa: quitan silencios, insertan música faltante... "Tenemos dos horas para trabajar en el Estudio "A" del IMER, en hora y media se graba y, el tiempo restante se utiliza para la edición. Únicamente pegamos lo que se realizó para ajustar tiempos y que quede perfecto"³⁹

En cuanto a las entrevistas realizadas se logra establecer también un proceso de edición y arreglo, en el cual interviene la opinión del mismo entrevistado a fin de que la posproducción quede entendible para el auditorio. En esta actividad se puede quitar indagación (grabada) sin mucho peso informativo, palabras repetidas, o bien, expresiones poco usuales.

Debido a que el equipo de producción de *La Pandilla 710* busca la perfección en el transcurso de la realización, la edición resulta ser una acción poco laboriosa y en un tiempo razonable. La edición del programa no toma más de 15 minutos.

³⁹ Barrera, Juan. Entrevista ya citada.

"... sigue el trabajo para el operador y el productor, se corrigen los errores de tomas, se agrega algún efecto que haga falta y se hace todo lo que esté dentro de las manos del operador y productor para lograr terminar el programa con lo mejor. Al final se consolidan los dos bloques del programa, se procesa con un Maxim, el cual crea un límite de señal a la salida, esto es, que si la señal está por debajo del punto la nivela, subiéndola, y si se pasa del punto la nivela y la comprime para bajarla y así, crear un punto de señal más parejo. Después solo se exporta y se manda quemar en CD con dos copias uno master para la cabina de transmisión, y otro para fonoteca."⁴⁰

Los integrantes de *La Pandilla 710* mantienen armonía profesional que se refleja en la calidad del producto auditivo. Tanto la coordinación como la comunicación es constante y viable para el proceso de organización de la emisión.

La ventaja en este trabajo resulta ser la tecnología utilizada ya que el uso de la computadora y el programa para grabación y edición *Pro-tools*, minimizan el tiempo de tratamiento y maximizan el profesionalismo y perfección de sonido.

La grabación del programa se realiza dos días antes de su transmisión al aire, la edición se hace el mismo día, y las cápsulas que contienen información adicional a lo establecido en el guión literario son trabajos pre-grabados que requieren otro espacio temporal y se realizan antes de la grabación final.

"... resulta más apropiado grabar en caliente, pues es un hecho que algunos contenidos grabados en frío, generan ruido cuando son musicalizados. Por supuesto, es más complicado hacerlo así; más laborioso pero da mejores resultados en la experiencia de la obra terminada"⁴¹

⁴⁰ Aguilar, Julio. Entrevista ya citada.

⁴¹ Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág. 330.

Antes de continuar con el tema de interés sería conveniente rescatar el significado de pre-grabados, ya que no solo es tener inserciones de secciones, sino considerar la unión coherente de estos dentro de la estructura orgánica del programa. Los pre-grabados "son grabaciones y montajes previos a la emisión para los que dispondremos (material especializado para su elaboración)..."⁴²

Se entiende, entonces, que la edición es un *plus* a la producción de *La Pandilla 710*. Es la última actividad a ejecutar en este constante camino, no es un encargo laborioso, pero sí creativo. Cuando se cuenta con una buena grabación tampoco se emplea mayor tiempo del ya estimado en la parte de la preproducción y realización.

Hablar sobre la música de *La Pandilla 710* requiere mencionar que "toda... es original, el ejercicio productivo brinda la posibilidad de fabricar tu propia música y cada seis meses incorporamos 7 u 8 pistas nuevas para darle mayor realce y atracción al formato del programa. De lo que se trata es de tener un apellido único."⁴³ El principal objetivo del productor en cuanto al injerto de música es fabricar pistas direccionadas para niños del siglo XXI.

"El gran final del proceso llega en el momento de escuchar la obra radiofónica. Aquella que surgió de una idea y que ahora se encuentra totalmente grabada y lista para programarse y salir al aire."⁴⁴

En la parte de la edición no se omite información referente al Gobierno o al Estado, es decir, no hay censura en cuanto la libertad de expresión. "En un Estado democrático, con medios de comunicación a su disposición, la libertad de expresión no puede ser reducida a la pseudo participación mediante contactos telefónicos generalmente orientados a solicitar algún servicio o pretender programar melodías, en los medios de Estado debemos encontrar la confianza de

⁴² González Conde, María Julia. *Comunicación Radiofónica*. Op. Cit., pág. 140.

⁴³ Barrera, Juan. Entrevista a citada.

⁴⁴ Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Op. Cit., pág. 340.

escuchar la pluralidad de voces que conforman el país. Solo así tienen sentido los medios del Estado."⁴⁵

Es necesario señalar que la temática de este programa engloba desde problemáticas de la sociedad para ser comentadas hasta cuestiones como el aprendizaje de los niños, pasando por la música novedosa y temas curiosos, mismo que hacen conciencia en el público, entretienen y educan. Por ejemplo el cuidado del agua, la contaminación, la violencia, política, la vida o costumbres en otros países, entre otros.

De esta forma se cumple un objetivo de *La Pandilla 710*, el cual es brindar un programa sin prejuicios. El mismo productor del programa hace mención a esto cuando indica que *nunca les han jalado las orejas* por decir algo indebido, son los niños quienes se expresan libremente y de manera responsable.

⁴⁵ *La Radio de los ciudadanos. A un año de su creación.* Op. Cit., pág. 26.

CAPÍTULO 4

4. Propuesta de programa radiofónico

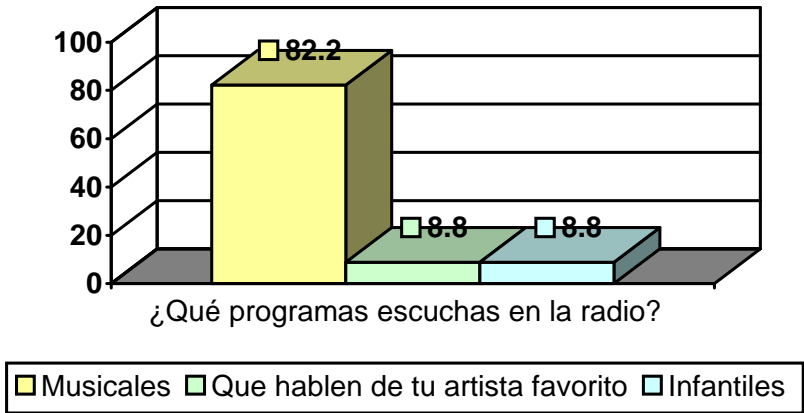
Una vez que se ha documentado teóricamente lo que existe en la radio y el trabajo ordinario de producción, es hora establecer las bases y los lineamientos para un proyecto infantil necesario en la barra programática del medio auditivo, ya que, las limitadas opciones de entretenimiento para este sector obligan a formularlo.

Consideraciones a toma para la propuesta de la realización de: el trabajo dirigido a niños se estructura a partir del uso de un lenguaje sencillo, esto en función de la edad del público-meta, "...en muchos casos, la conducción recae en niños para lograr una mayor identificación..."¹

Algunos niños tienen el hábito o la costumbre de escuchar el radio, sin embargo muy pocos se inclinan a escoger programas apropiados para ellos (como lo son los infantiles), prefieren formatos musicales, los cuales, a pesar de lograr entretener al público, manejan poco contenido especial para los pequeños, por no ser un programa dedicado a ellos.

La siguiente gráfica muestra la preferencia de los niños de entre 7 y 12 años por escuchar programas musicales. Lo que se toma en consideración para agregar como parte fundamental en la estructura programática del programa infantil que se propone en este trabajo de tesis, llamado, *Desde la Azotea*.

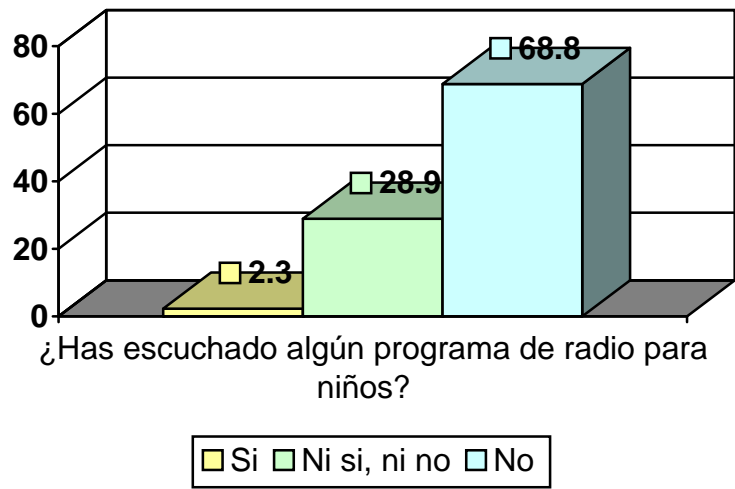
¹ Linares Quintero, Marco J., *El guión. Elementos, formatos, estructuras*. México. Op. Cit., pág. 44.



Encuesta realizada a niños de entre 7 y 12 años de edad. Octubre de 2007.

A pesar de que, estadísticamente, los pequeños no consideran los programas infantiles como opciones de entretenimiento y educación, se considera necesario la realización de este trabajo como una opción más para el público que gusta de sintonizar este tipo de emisiones.

A continuación la gráfica que avala lo que se enuncia en el párrafo anterior.



Encuesta realizada a niños de entre 7 y 12 años de edad. Octubre de 2007.

Se necesita mostrar mayor interés (por parte de los productores) a la hora de fabricar formatos para los niños. Considerar que un programa de radio debe ser armónico, en donde cada uno de los elementos se encuentren coordinados y unidos coherentemente.

En este sentido, es preciso considerar las cuestiones normativas y políticas en la realización de programas radiofónicos infantiles destinados a transmitirse por frecuencias de la Federación. Para las disposiciones jurídicas en materia de comunicación la Ley Federal de Radio y Televisión, en su última reforma, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de 2006, establece:

Artículo 59 bis:

La Programación General dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá:

- I. Proporcionar el desarrollo armónico de la niñez.
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana.
- III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional.
- IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños.
- V. Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia.

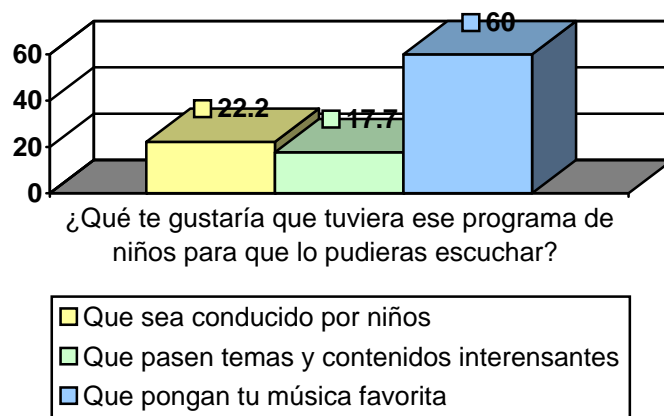
En las fracciones anteriores. Los programas infantiles que se transmitan en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o los teleteatros grabados, las películas o series para niños filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto.

Bajo estos lineamientos se pretende llevar a cabo la realización del programa “Desde la Azotea”. Involucrar temas actuales que siembren identidad cultural. Crear en la mente del niño la imaginación y llevarlos a complementar la educación escolar y la que se enseña en el hogar.

“... <<la educación, que debería ayudar a la juventud a comprender y adaptarse a su nuevo y revolucionario ambiente, esta... siendo utilizada solo como instrumento de agresión cultural>>. E incluso, se está intentando imponer a los jóvenes retribalizados los antiguos valores correspondientes a la pasada época visual, especializada y de secuencia lineal. Para McLuhan aquí está la causa creciente

del cisma entre las generaciones, que están separadas fundamentalmente por problemas culturales.”²

La presencia de esta producción en la radio involucra la participación ciudadana en cuanto al interés que pueda generar referente a la temática y secciones que se pretenden incluir en “Desde la Azotea”. Para ello la evaluación hace referencia a un cuestionario aplicado a niños de entre 7 y 12 años, donde la principal atracción es meter la música favorita de la población.



Encuesta realizada a niños de entre 7 y 12 años de edad. Octubre de 2007.

Hablar de población es hacer referencia a un espacio social en donde las personas procesan opiniones, emiten juicios, plantean demandas a los órganos del Estado, además, reciben e interpretan información a través de los medios masivos de comunicación. Es por ello la importancia del contenido dentro de cada emisión y considerar que los niños aunque sean niños emiten sus propios juicios y saben decidir.

“... la audiencia hace uso de los *mass media* con diferentes objetivos en tiempos diferentes; los sujetos tienen también características personales distintas, lo cual afecta al modo en que responden ante argumentos persuasivos...”³

² Marín, García y Ruiz. *Sociología de la Comunicación*. Op. Cit., pág. 137.

³ *Ibidem*. Pág. 140.

Presentar un proyecto que demande popularidad es abarcar una serie de temas genéricos o específicos, manifestar en cada producto sonoro investigación veraz que despliegue desde la idea vaga hasta el listado de todo lo que se necesita para la realización. Considerando la siguiente cita “el entretenimiento de consumo fácil, que denomina desde hace tiempo la mayoría de los espacios en radio y televisión, nos han acostumbrando a tomar lo que nos dan, aunque carezca de contenido real”⁴.

Es integrar guiones, para evitar errores y confusión, parlamentos, secciones, géneros periodísticos, objetivos de la emisión, etc. Tópicos que interesen a la audiencia infantil y tomar en cuenta que para el entretenimiento es necesario buscar originalidad constantemente, ingeniosas combinaciones productivas, nuevos estilos y ritmos fuera de lo común apuntando siempre al interés del público.

En este trabajo se plantea como propuesta el programa “Desde la Azotea” haciendo referencia a la azotea como lugar estratégico de todo niño para tener el control de la información. Conocer desde una alta perspectiva la vida cotidiana.

“Desde la Azotea” presenta cuatro bloques de aproximadamente trece minutos, con tres cortes comerciales y varias secciones que, además de ser entretenidas cumplen la función de mantener informada a la audiencia infantil con un contenido actual, veraz y adecuado a su edad, haciendo uso de la palabra a fin de retener la atención de los niños, la música como forma de diversión y también la opinión de los locutores para que el público infantil tenga presente juicios de valor e interpretación propia.

Remitir a la parte de las secciones y cuerpo esquemático del programa es hacer alusión a la descripción de cada una de ellas.

⁴ “Con la música infantil se recupera la memoria y la imaginación” (Texto) 2007, www.jornada.una.mx, 18 de julio de 2007.

- El programa inicia con la sección “La Complacencia de la Semana”, es decir, la canción que entre tres opciones haya sido la ganadora para escucharse en esa emisión. De igual forma en ese momento se brindan las nuevas tres opciones de melodía para que de manera electrónica, (vía Internet) el público infantil vote por la que más le guste y se transmita en el siguiente programa.
- “Para despertar la mente, libros y otros libros” es la sección que prosigue en este programa y se trata de que uno de los locutores realiza un reportaje acerca de alguna novela, libro o cuento que haya leído. Aquí se maneja información relativa al autor y en su caso, a otras obras que haya escrito de manera tal que pueda recomendar el libro para ser leído por la audiencia y al menos, tener un panorama amplio de su contenido.
- Para mayor entretenimiento y diversión del programa se crea la sección “El chiste para reír” en donde (siempre) antes de ir a comerciales uno de los locutores dice un chiste, para ello utilizando efectos de sonido divertidos tales como risas, carcajadas, abucheos, entre otros. Dicha sección con el objeto de que el público infantil además de estar informado pueda también entretener a las personas que lo rodean.

Aquí es necesario aclarar que la idea de los chistes es para contarse de manera sencilla sin groserías y mucho menos vulgares, porque romperían con el formato y ética del programa.

- “Tu Ciudad” hace uso de cápsulas informativas desplegando las principales noticias de la semana: política, deporte, ciudad, clima, cultura, espectáculos, arte, entre otras. Una vez que se dan las noticias se hacen comentarios, opiniones y soluciones de ellas, teniendo así un bagaje informativo.

- Ahora, “Conociendo a los seres vivos” es una sección que abarca como materia de escuela la biología. Se hacen reportajes sobre los animales, las plantas, el hombre, de manera tal que se vaya conociendo una parte de vida. Al final se hacen comentarios y posibles opiniones de experiencias por parte de los locutores.
- “Las cosas funcionan así” es para informar a la audiencia sobre las situaciones o cosas curiosas de la vida, inclusive informar sobre algo tan natural, pero difícil de conocer. Pueden ser reportajes o crónicas de lo sucedido y aquí es la mayor intervención del conductor de modo que pueda explicar más ampliamente la información proporcionada por los locutores.
- Para finalizar el programa con despedida formal, el programa plantea la sección “Desde la Azotea te invita” es la sencilla plática entre conductor y locutores sobre algún lugar que ya conocen. Es para dar la oportunidad a invitar al público infantil a ese sitio dando datos concisos sobre dirección, precio, entradas... Platicando a través de la experiencia de haber estado ahí y decir si es recomendable su visita o no.

Describir las secciones que forman parte de la propuesta de programa radiofónico infantil “Desde la Azotea”, muestra cómo se estructura el programa, además, incluye a grandes rasgos su contenido.

4.1 Programa infantil *Desde la Azotea*

Este apartado muestra el proyecto y propuesta de *Desde la Azotea* con las siguientes especificaciones teóricas y técnicas:

La idea: El público infantil merece tener un espacio en el que puedan expresar opiniones y puntos de vista, también en el cual se den a conocer temas y problemáticas que los incluyen. Por eso es la idea es producir un programa como el de *Desde la Azotea* donde los mismos niños son los encargados de llevar a cabo el proceso comunicativo hacia el público infantil a través de información relevante, actual y de su interés, creando así una cultura por escuchar radio desde temprana edad.

“Programas infantiles. Éstos estarán inspirados en temas edificantes, capaces de estimular su inteligencia, de despertar en ellos sentimientos e ideales de moralidad, trabajo, respecto a la sociedad y patriotismo”⁵

Objetivos de *Desde la Azotea*:

- Ofrecer al público infantil un espacio de entretenimiento que, además de ser divertido, tenga informados a los niños sobre temas de su entorno.
- Involucrar a este sector de la sociedad en la comunicación auditiva para recibir información que es transmitida por los mismos niños y así lograr mayor empatía y entendimiento de datos.

Justificación: la cuestión es prender el aparato radiofónico y dar cuenta clara de la inexistencia de programas para niños. *Desde la Azotea* es presentar ante ellos un programa radiofónico que quede a su altura para el buen entendimiento y

⁵ De Anda y Ramos, Francisco, *La radio. El despertar gigante*. Op. Cit., pág. 84.

proceso de la información, basándose en el gustos de este sector social. Ser parte de la educación escolar para así facilitar o reforzar conocimientos.

Tipo de emisión: brinda emisiones informativas en la que se habla de temas interesantes para los pequeños, enseñarlos a escuchar radio y no sólo a oír. Se busca manejar emisiones que orienten y entretengan, mostrando la existencia de la cultura mexicana y aprender a ser parte de ella.

Perfil del programa: debido a que se trata de un proyecto dirigido a los niños se abordan temas actuales y novedosos tales como la ciudad, el cine, la radio, libros, la educación, música, diversión, juegos, entretenimiento... Orientándolos con calidad y táctica a fin de llegar a la mente de los niños, a través de la palabra auditiva.

Público meta: Sector infantil, de 7 a 12 años.

Emisora: 710 Amplitud Modulada.

Duración: 60 minutos.

Periodicidad: Todos los domingos.

Horario: De 10:00 a 11:00 de la mañana

Formato: *Desde la Azotea* es un programa que desarrolla temas que forman parte de la educación escolar de los niños. Predomina la charla como técnica indispensable para abordar los temas programados para cada emisión. Se hace uso de los géneros periodísticos, tales como la nota informativa, la entrevista y el reportaje, retomando temas como la naturaleza, el cine, la radio, la tecnología, la

vida de los seres vivos, anécdotas de la vida cotidiana, lugares que visitar, chistes entretenidos, la sociedad, México como Ciudad, el mundo, entre muchos otras.

Contenido: información especializada dependiendo de la temática de cada programa. A través de la lenguaje radiofónico transportar datos concisos y específicos al público infantil, que lo haga desarrollarse educativamente hablando.

Nombre: *Desde la Azotea*, remitiendo a una perspectiva y visión de arriba, observar todo desde la azotea, teniendo la oportunidad de conocer ampliamente la vida que nos rodea.

Recursos técnicos:

- Estudio de radio: cabina de control y cabina de locución.
- Reproductor de CD.
- Consola mezcladora.
- Micrófono unidireccional y bidireccional.
- Computadora con programa de edición y grabación (Pro-tools).

Recursos Humanos:

- 1 Operador Técnico
- 6 Locutores
- 1 Conductor
- 1 Telefonista

Estructura (escaleta)

Desde la Azotea es un programa de una hora de duración que consta de 4 bloques de aproximadamente 13 minutos cada uno con tres cortes comerciales de 2:15 minutos. Como tiempo de colchón hay 2:45 minutos. Lo que a continuación se presenta es la escaleta de *Desde la Azotea*, misma que plasma la estructura general del programa.

Escaleta del programa *Desde la Azotea*

#	Sección	Tiempo por sección	Tiempo total	Tiempo por 710 AM
PRIMER BLOQUE				
				10:00:00
01	Rúbrica del programa	00:00:45	00:00:45	10:00:45
02	Bienvenida al programa "Desde la Azotea" por parte del conductor y presentación de los 5 locutores.	00:03:00	00:03:40	10:03:45
03	Teaser.	00:00:35	00:04:20	10:04:20
04	Sección "La complacencia de la Semana". Se mete canción y al finalizar se mencionan las tres opciones musicales para votar y poner en el próximo programa.	00:05:00	00:09:20	10:09:20
05	Sección "Para despertar la mente, libros y otros libros" Reportaje. Cometarios del resto de los locutores y del conductor. Manda a comerciales	00:06:00	00:14:20	10:14:20
06	Sección "El Chiste para reír" con su cortinilla.	00:00:30	00:14:50	10:14:50
07	COMERCIALES	00:02:15	00:17:05	10:17:05
SEGUNDO BLOQUE				
01	Rúbrica de entrada	00:00:20	00:17:25	10:17:25
02	Sección "Tu Ciudad". Las Noticias más importantes de la semana. Cápsulas informativas. Cometarios y opiniones por parte de los locutores.	00:07:30	00:24:55	10:24:55
03	Sección "Conociendo a los seres vivos. Reportajes con entrevistas y cometarios u opiniones de los locutores, con intervención del conductor. Manda a comerciales.	00:05:20	00:30:15	10:30:15
04	Sección "El Chiste para reír" con su cortinilla.	00:00:30	00:30:45	10:30:45
05	COMERCIALES	00:02:15	00:33:00	10:33:00
TERCER BLOQUE				
01	Rúbrica de entrada	00:00:15	00:33:15	10:33:15
02	Sección "Las cosas funcionan así" Reportaje o crónica, presentada por locutor. Cometarios y experiencias del resto de los locutores. Explicación general del conductor.	00:07:40	00:40:55	10:40:55
03	Melodía musical presentada por el conductor. Manda a Corte comercial	00:03:35	00:44:30	10:44:30
04	Sección "El Chiste para reír" con su cortinilla.	00:00:30	00:45:00	10:45:00
	COMERCIALES	00:02:15	00:47:15	10:47:15
CUARTO BLOQUE				
01	Rúbrica de entrada	00:00:15	00:47:30	10:47:30
02	Sección "Desde la Azotea te invita". Plática de locutores sobre lugares posibles a visitar y conocer. Explicación e invitación.	00:08:00	00:55:30	10:55:30
03	Cortinilla de despedida.	00:00:15	00:55:45	10:55:45
07	Despedida de locutores y conductor. Comentarios del programa e invitación a seguir con la próxima emisión. Música de fondo.	00:01:30	00:57:15	10:57:15
	Tiempo de colchón	03:15		

En este sentido, se considera pertinente desarrollar tanto el guión del programa *Desde la Azotea* como el costo de la producción y transmisión de éste. El presupuesto se desglosa a continuación y el guión se presenta en el siguiente capítulo.

Presupuesto del programa *Desde la Azotea*

Distribuidora	Costo por programa de 1 hora de duración	Día y hora de transmisión	Beneficios de la radiodifusora
XEMP 710 Amplitud Modulada. Instituto Mexicano de la Radio, IMER.	\$ 15,250.00 (IVA incluido)	Domingos 10:00 a 11:00 horas.	Cobertura y difusión de promocionales a través de la estación XEMP-710 AM.

El costo total del programa es de \$15,250.00 mismo que se distribuye de la siguiente manera⁶:

Cabina de locución y operación, con equipo técnico necesario para la realización del programa de radio (reproductor de CD, consola mezcladora, micrófono unidireccional y bidireccional, computadora con programa de edición y grabación , Pro-tools).	\$1500.00
Trabajo de operador técnico.	\$1000.00
6 Locutores infantiles y 1 conductor.	\$7000.00
Productor (miembro del equipo de trabajo que realiza el guión del programa).	\$2000.00
Costo de transmisión del programa por la estación XEMP-710 AM.	\$3750.00
Total	\$15,250.00

⁶ Los montos que se estiman para la elaboración y transmisión del programa *Desde la Azotea*, fueron tomados en cuenta a través de un sondeo a "La Gran Cadena RASA" y "Radio Concepto México", compañías dedicadas a la renta y producción de proyectos radiofónicos. Así mismo, es importante señalar que el costo total incluye IVA. No se toma en cuenta el espacio publicitario por el hecho de tratarse de una Institución del Gobierno Federal, sin fines de lucro.

Desde la Azotea ofrece:

Como punto adicional a este proceso que lleva la realización del programa de radio infantil llamado *Desde la Azotea*, es relevante señalar que la audiencia que sintonice este programa puede estar segura de que se encontrará actualizada en cuanto a los temas relevantes que incumben a los pequeños, y temas adicionales que podrían considerarse trascendentes para la sociedad, a fin para crear en ellos libre albedrío y tener una opinión propia y adecuada a su edad, debido a que este programa, a diferencia de los demás maneja una continuidad y coherencia entre cada emisión.

Desde la Azotea, maneja la idea de tener una visión amplia de lo que sucede en la sociedad y es aceptable, debido a que la radio como medio de comunicación, cuenta con la facilidad de ser escuchada casi en cualquier lugar y aprehender la información a transmitirse, que si bien es para niños, permite la aceptación de otro tipo de audiencia, ya que la facilidad de entendimiento lo permite.

Desde la Azotea es:

- | | | | | |
|------------------|-------------------|------------------------|----------------|----------------|
| Educación | Naturaleza | Entretenimiento | Libros | Cine |
| Radio | Ciudad | Música | Chistes | Ciencia |
| | Palabra | Arte | Autores | |

4.2 Guión Radiofónico del programa *Desde la Azotea*

Nombre del Programa: *Desde la Azotea*

Fecha: Abril de 2008

Productor: Gabriela RF

Página 1 de 9

1. OP. FADE IN RÚBRICA DESDE LA AZOTEA EN PP, CROSS FADE

2. CON CD 1, TRACK 12 Y BAJA A FONDO.

3. **CONDUCTOR**(Contenido): ¡Que onda chavos! ¿Cómo están? Son
4. exactamente las 10:04 de la mañana de este
5. domingo 27 de abril del año 2008. Me da mucho
6. mucho gusto estar nuevamente con ustedes en
7. un programa más de *Desde la Azotea*. Hoy
8. como siempre tendremos una hora de tiempo
9. para divertirnos y conocer cada vez más el
10. mundo que nos rodea. En esta ocasión me
11. encuentro en el estudio con...
12. **LOC 1**(Animado) Hola a todos, muy buenos días. Mi nombre es
13. _____ y el día de hoy tienen que quedarse con
14. nosotros a escuchar el programa porque va a
15. estar muy interesante, en especial la sección
16. “Las cosas funcionan así” ya que preparamos un
17. súper reportaje para todos nuestros amiguitos.
18. **CONDUCTOR.** Ya lo dijiste. ¿Quién más está con nosotros?
19. **LOC 2** (Animado) Hola-hola, yo soy _____ y espero que se
20. diviertan mucho en este programa porque
21. recuerden que los que trabajamos para esto lo
22. hacemos con mucho gusto para brindarles lo
23. mejor. Además, la canción ganadora de esta
24. semana está de padrísima.
25. **LOC 3.** (Animado) Muy buenos días a todos los de la cabina y a
26. quienes nos escuchan desde su casita. Yo soy

CONTINÚA LOC 3.

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página 2 de 9

1. _____ y créanme que el programa de hoy está
2. muy bueno y no se lo pueden perder. Como
3. siempre nuestras secciones están muy
4. interesantes y son para aprender.
5. **CONDUCTOR** ¡Hola LOC 4!
6. **LOC 4** (Animado) Hola, qué tal. Buenos días a todos. Me da mucho
7. gusto estar aquí en "Desde la Azotea" porque
8. además de que me encanta el programa aprendo
9. mucho y lo más importante es que estoy seguro
10. que nuestros amigos que nos escuchan en sus
11. casas aprenden igual. Esperamos que les agrade
12. este programa y más la sección de "Para
13. despertar la mente, libros y otros libros".
14. **CONDUCTOR** Y por último, pero obviamente no menos
15. importante nos acompaña...
16. **LOC 5**. (Animado) Muchas gracias por la presentación. Yo soy ___y
17. este programa está lleno de temas interesantes
18. para nuestros amigos. ¡Comenzamos con el
19. programa!
20. **OP. SUBE MÚSICA, CROSS CON CORTINILLA DEL TEASER. FINALIZA**
21. **Y ENTRA CORTINILLA PP DE LA SECCIÓN "LA COMPLACENCIA DE LA**
22. **SEMANA. CROSS CON CD 6, TRACK 1. SUBE Y SE MANTIENE FONDO.**
23. **CONDUCTOR** Muy bien, muy bien. Vamos a empezar con la
24. sección "La complacencia semana" ¿Cuál
25. canción creen que haya sido la ganadora de esta
26. semana? Recordemos las opciones que tenían
27. nuestros amiguitos del programa para votar.

CONTINÚA LOC 3

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
 Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
 Página 3 de 9

1. LOC 3 *Don't stop de music* de Rihanna.
2. **OP.CROSS CON CD 2, TRACK 5. SE MANTIENE 10" PP Y BAJA A FONDO.**
3. LOC 5. *Cada que*, de Belanova.
4. **OP.CROSS CON CD 9, TRACK 22. SE MANTIENE 10" PP Y BAJA A FONDO**
5. LOC 2. Y como última opción tuvimos a Motel *con Y te*
6. *vas.*
7. **OP. CROSS CON CD 8, TRACK 8. SE MANTIENE 10" PP Y CROSS CON CD**
8. **10, TRACK 1. SE MANTIENE PP Y BAJA A FONDO.**
9. CONDUCTOR ¡Ay chavos, creo que estuvo muy difícil elegir
10. una sola canción para esta semana porque todas
11. están muy padres!. ¿Pero quién fue la ganadora?
12. LOC 2 Pues yo estoy muy contenta porque a mí esta
13. canción me gusta muchísimo. Y en este
14. programa vamos a empezar con mucho ánimo
15. escuchando a Rihanna.
16. **OP. CROSS CON CD 2, TRACK 5. SE MANTIENE EN PP HASTA**
17. **FINALIZAR CROSS CON CD 10, TRACK 1. SE MANTIENE Y BAJA A**
18. **FONDO.**
19. CONDUCTOR Padrísima la rola, ¿no?. ¡O ustedes como ven!
20. **TODOS LOS LOCUTORES** Comentarios personales y opiniones.
21. LOC 1 ¿Pero que les parece si decimos las canciones
22. que tenemos preparadas para la próxima
23. semana?. Acuérdense que desde este momento
24. pueden comenzar a votar por su rola favorita solo
25. tiene que entrar a la página de estación
26. **www.desdelaazotea.imer.gob.mx**, buscar el link

CONTINÚA LOC 1

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productora: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página 4 de 9

1. de Vota canción y ¡Listo!. La primera opción es
2. *Pero no* de Sin bandera, *Gracias por pensar en*
3. mí de Ricky Marti y *Si tu me quisieras* de Lu.
4. **CONDUCTOR** ¡Súper, súper bien!. Pues ahora, es momento de
5. poner a trabajar la mente y para eso es necesario
6. que LOC 4, nos haga favor de presentar el
7. reportaje que preparó. Adelante-adelante.
8. **OP. ENTRA EN PP CORTINILLA DE LA SECCIÓN "PARA DESPERTAR LA**
9. **MENTE, LIBROS Y OTROS LIBROS", ENTRA CD 7, TRACK 22, SE**
10. **MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
11. **LOC 4** ¡Gracias! Pues sí, esta vez preparamos
12. algo muy interesante que a los amantes de la
13. fantasía los va a llenar de emoción. Al menos eso
14. me produjo a mi después de leer el libro que, la
15. verdad me gustó mucho y si que puse a trabajar
16. mi mente a lo largo de leerlo, además porque es
17. una lectura muy ágil desde que comienzas.
18. Pero mejor ya no les platico más y escuchemos
19. esto.
20. **OP. ENTRA EN PP REPORTAJE GRABADO DE "PARA DESPERTAR LA**
21. **MENTE, LIBROS Y OTROS LIBROS", FINALIZA Y ENTRA MÚSICA DE CD**
22. **7, TRACK 22, SE MANTIENE Y ABAJA A FONDO.**
23. **CONDUCTOR** ¡Muy muy bien, LOC 4, que buen reportaje
24. hiciste. Te felicito. Y los demás, ¿qué opinan de
25. libro? ¿Alguien ya lo leyó? ¿Conoce al autor o
26. sabe de otros libros que haya escrito?

CONTINÚAN TODOS LOS LOCUTORES

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
 Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
 Página 5 de 9

1. **TODOS LOS LOCUTORES** Cometarios personales y opiniones.
2. **CONDUCTOR** A ver chicos, la plática está muy interesante pero
3. tenemos que continuar con el programa porque
4. aún nos faltan muchas cosas por presentar.
5. Mientras tanto, yo quiero invitar a nuestros
6. pequeños radioescuchas que llamen y nos den su
7. opinión acerca del reportaje y de lo que estamos
8. platicando.
9. **LOC 4 (Interrumpiendo)** ¡Espera, espera! Yo les tengo una sorpresa.
10. Tenemos 3 libros para obsequiar a los amigos
11. que están en casa se los pueden llevar muy fácil.
12. Solo tiene que marcar a los teléfonos del estudio
13. y decirnos el libro que más les haya gustado leer.
14. Los teléfonos son 55 – 54 – 22 – 56 y
15. 55 – 54 – 22 – 58.
16. **CONDUCTOR** ¡Ok! Pues a llamar y mientras tanto vámonos a
17. comerciales.
18. **OP. SUBE MÚSICA, CROSS CON CONRTINILLA DE "EL CHISTE PARA**
19. **REÍR" Y ENTRA CÁPSULA GRABADA DEL CHISTE.**
20. **OP. ENTRAN COMERCIALES, FINALIZA Y ENTRA RÚBRICA DE**
21. **ENTRADA.**
22. **CONDUCTOR** ¡Regresamos, regresamos! y de verdad que los
23. locutores que nos acompañan el día de hoy
24. están muy prendidos, además porque el
25. programa está mejor que nunca. Pero bueno, es

CONTINÚA CONDUCTOR

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
 Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
 Página 6 de 9

1. momento de enterarnos de lo que pasa en esta
2. loca Ciudad en la que vivimos y para eso le voy a
3. ceder la palabra a LOC 3. ¡Adelante-adelante!
4. **LOC 3** Gracias, gracias. Y sí de hecho llegamos a la
5. sección de "Tu Ciudad" y para enterarnos de las
6. noticias más importantes de la semana
7. escuchemos lo siguiente.
8. **OP. ENTRA EN PP CÁPSULAS INFORMATIVAS PARA LA SECCIÓN "TU**
9. **CIUDAD", FINALIZA Y CROSS CON CD 6, TRACK 1, SUBE, SE MANTIENE**
10. **Y BAJA A FONDO.**
11. **LOC 3** Bueno, creo que las noticias de esta semana
12. fueron muy interesantes y considero que
13. nosotros como niños para el futuro debemos
14. ponernos a pensar y ayudar para mejorar la
15. Ciudad.
16. **TODOS LOS LOCUTORES** Comentarios personales y opiniones.
17. **CONDUCTOR** ¡Claro! Es muy importante todos los comentarios
18. que ustedes hacen y más porque es lo que
19. ustedes piensan y con sus propias opiniones y
20. puntos de vista, los pequeñines que están
21. escuchándonos en casa pueden también
22. ponerse a analizar lo que pasa en este Ciudad,
23. platicarlo con sus papás y hasta en su escuela.
24. Pero bueno ¡qué sigue LOC 5!
25. **LOC 5** Oye, que bueno que esta vez me dejaste a mí

CONTINÚA LOC 5

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
 Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
 Página 7 de 9

1. hacer este trabajo, me refiero a la siguiente
2. sección porque a me encantan los animales y
3. mira que estuvo muy acertada esta elección
4. porque precisamente el fin de semana pasado
5. tuve oportunidad de convivir con la naturaleza.
6. Pero bueno, en esta ocasión hicimos un reportaje
7. muy interesante de las arañas. Fíjate que
8. aprendes mucho de ellas y de su hábitat. ¿Te
9. parece que vayamos al reportaje t después
10. platicamos todos?
11. **OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN “CONOCIENDO A LOS SERES**
12. **VIVOS”, FINALIZA Y ENTRA MÚSICA DE CD 6, TRACK 1, SUBE, BAJA A**
13. **FONDO Y SE MANTIENE.**
14. **TODOS LOS LOCUTORES** Cometarios personales y opiniones.
15. **CONDUCTOR** ¡Ok! Seguimos con cosas más divertidas, pero
16. antes unos cortes comerciales que no duran
17. nada...
18. **OP. SUBE MÚSICA, CROSS CON CONRTINILLA DE “EL CHISTE PARA**
19. **REÍR” Y ENTRA CÁPSULA GRABADA DEL CHISTE. ENTRAN**
20. **COMERCIALES, FINALIZA Y ENTRA RÚBRICA DE ENTRADA.**
21. **CONDUCTOR (Riendo)** ¡Bien! Ya de vuelta a este su programa “Desde la
22. Azotea” donde además de entretener a los
23. chiquitines de casa, aprenden cosas nuevas que
24. bien pueden compartir con sus compañeritos de
25. clase, con sus primitos o hermanos, además de

CONTUNÚA CONDUCTOR

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
 Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
 Página 8 de 9

1. invitarlos a escucharnos cada domingo. Pero es
2. momento de conocer las cosas curiosas de la
3. vida, enterarnos de cómo funcionan las cosas y
4. para eso dejo la voz de LOC 1.
5. **LOC 1** ¡Gracias, gracias, gracias! En este programa nos
6. tocó prepara la sección “Las cosas funcionan así”
7. a LOC 4 y a mí y la verdad fue que nos
8. divertimos mucho porque nos enteramos de un
9. secretito que hoy vamos a compartir.
10. **LOC 5** Así es y la sorpresa es que vamos a saber cómo
11. le hace Superman y otros súper héroes para
12. poder volar. ¡Escuchemos esto!
13. **OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN “LAS COSAS FUNIONAN ASÍ”**
14. **FINALIZA Y ENTRA MÚSICA DE CD 6, TRACK 1, SUBE, BAJA A FONDO Y**
15. **SE MANTIENE.**
16. **TODOS LOS LOCUTORES** Comentarios personales y opiniones.
17. **CONDUCTOR** Perfecto. Y ahora vamos a una melodía para
18. amenizar aún más el momento y después a unos
19. brevísimos comerciales. No se despeguen del
20. programa y dale a la música operador.
21. **OP. CROSS CON CD 16, TRACK 19 SE MANTIENE EN PP HASTA**
22. **FINALIZAR. ENTRA CONRTINILLA DE “EL CHISTE PARA REÍR” Y ENTRA**
23. **CÁPSULA GRABADA DEL CHISTE. ENTRAN COMERCIALES, FINALIZA Y**
24. **ENTRA RÚBRICA DE ENTRADA.**
25. **CONDUCTOR** Ya de regreso y verdaderamente que el tiempo
26. en este programa se va volando, estamos a

CONTUNÚA CONDUCTOR

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página 9 de 9

1. punto de finalizar el programa y antes de eso,
2. chavos, tenemos que informar a nuestros
3. radioescuchas sobre los lugares que en sus
4. tiempos libres pueden ir a visitar y conocer ya
5. sea con sus papás o con sus amiguitos, etc. Y
6. vamos a empezar con LOC 3
7. **TODOS LOS LOCUTORES** Comentarios personales y opiniones por cada uno
8. de ellos.
9. **OP. ENTRA CORTINILLA DE DESPEDIDA Y CROSS CON CD CD 1,**
10. **TRACK 12, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
11. **CONDUCTOR(Gritando)** ¡No! Se terminó el tiempo y ni modo, es hora de
12. despedirnos no sin antes invitarlos a seguir con
13. nosotros la próxima semana en punto de las 10
14. de la mañana por la estación 710 de Amplitud
13. Modulada.
14. **TODOS LOS LOCUTORES** Despedida de cada uno de los locutores con
15. comentarios propios del programa.
16. **OP. FADE IN**

Guión de la sección “El Chiste para reír” del primer bloque del programa “Desde la Azotea”⁷

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productora: Gabriela RF
Sección: “El Chiste para reír”

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 1

1. **OP. ENTRA MÚSICA DE CD 6, TRACK 10 Y CROSS CON FX DE RISAS**
2. **SE MANTIENE 5” Y DESVANECE.**
3. **LOC** Un gallego estaba como a tres metros
4. de una cabina telefónica...
5. **OP. ENTRA FX TELÉFONO Y DESVANECE.**
6. **LOC** Desde allí tiraba monedas que pegaban
7. contra el aparato...
8. **OP- ENTRA FX MONEDAS Y DESVANECE.**
9. **LOC** Un hombre que pasaba se detuvo a
10. mirarlo y pregunto:
11. **SEÑOR** ¿Qué hace? Y el gallego responde:
12. **OP ENTRA MÚSICA ESPAÑOLA, SE MANTIENE 5”**
13. **LOC** Es que tengo que hacer una llamada de
14. larga distancia...
15. **OP. ENTRA FX DE RISAS.**

⁷ Chistes (texto), www.geomundos.com/chistes, marzo de 2008.

Guión de la sección “El Chiste para reír” del segundo bloque del programa “Desde la Azotea”⁸

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
 Productor: Gabriela RF
 Sección: “El Chiste para reír”

Fecha: Abril de 2008
 Página: 1 de 1

1. **OP. ENTRA MÚSICA DE CD 6, TRACK 10 Y CROSS CON FX DE RISAS**
2. **SE MANTIENE 5” Y DESVANECE.**
3. LOC 1 Audiencia en un juicio.
4. **OP. ENTRA FX DE MURMULLOS, RUIDOS Y VOCES.**
5. LOC 1 Ella tuvo tres hijos, ¿Cierto?.
6. LOC 2 Si
7. LOC 1 ¿Cuántos fueron varones?
8. LOC 2 Ninguno
9. LOC 1 ¿Hubo alguna mujer?
10. **OP. ENTRA FX DE ABUCHEOS, FADA IN.**
11. LOC(Contento) !Otro-otro!
12. **OP. ENTRA FX DE RISAS, SE MANTIENE 5” Y DESVANECE.**
13. LOC Éste era una vez un jugador tan malo,
14. pero tan malo, que cuando metió un gol...
15. **OP. ENTRA FX DE GOL.**
16. LOC En la repetición, lo falló.
17. **OP. ENTRA FX DE RISAS.**

⁸ Chistes (texto), www.quenotelocuenten.com. Marzo de 2008.

Guión de la sección “El Chiste para reír” del tercer bloque del programa “Desde la Azotea”⁹

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productor: Gabriela RF
Sección: “El Chiste para reír”

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 2

1. **OP. ENTRA MÚSICA DE CD 6, TRACK 10 Y CROSS CON FX DE RISAS**
2. **SE MANTIENE 5” Y DESVANECE.**
3. **LOC** Emergencia gatuna. En cierta ocasión, la
4. oficina de emergencias, recibe una
5. llamada de una persona histérica.
6. **OP. ENTRA FX DE MARCACIÓN DE TELÉFONO**
7. **LOC (Angustiado)** ¡Rápido por favor, mándeme una
8. ambulancia, la policía, a los soldados, es
9. más, hasta los de inmigración, pero de una
10. vez!
11. **LOCUTORA (Preocupada)** Señor, espere, cálmese, ¿cuál es la
12. emergencia?
13. **LOC (Gritando)** ¡Hay un gato en la ventana!
14. **LOCUTORA (Tranquila)** Ay señor ¿todo este escándalo por un
15. gato?
16. **LOC (Desesperado) -** Sí, pero dése prisa ¡Está usted hablando
17. con el periquito!
18. **OP. ENTRA FX DE RISAS**
19. **LOC(Contento)** !Otro-otro!

CONTINÚA OPERADOR

⁹ Página de Internet ya citada: www.quenotelocuenten.com.

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productora: Gabriela RF
Sección: "El Chiste para reír"

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 2

1. OP. ENTRA FX DE APLAUSOS Y DESVANECE.

2. **NARRADOR** Se encuentra un borracho llorando frente a
3. un letrero, pasa un amigo y le pregunta

4. OP. ENTRA FX BURBUJAS Y SE MANTIENE.

5. **AMIGO:** ¿Por qué llora?
6. **LOC (BORRACHO):** Ya no hay vergüenza en este país, ahí
7. dice: SE VENDE MADRE SIN
8. SENTIMIENTO.
9. **AMIGO:** ¡No seas bruto! Ahí lo que dice es:
10. SE VENDE MADERA, ZINC,
11. CEMENTO.

18. OP. ENTRA FX DE RISAS BOBAS, FADE IN.

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productor: Gabriela RF
Sección: "Para despertar la mente, libros y otros libros"

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 2

1. Desesperación, hambre, impaciencia...
2. **OP. ENTRA VOZ CON FX DE ECO.**
3. **LOC 3** Al cuarto día ya no estaba muy seguro de mis
4. cuentas en relación con los días que llevaba de
5. estar en la balsa. ¿Eran tres? ¿Eran cuatro?
6. ¿Eran cinco? De acuerdo con las rayas, fuera
7. febrero o marzo, llevaba tres días. Pero no
8. estaba seguro de si la balsa avanzaba o
9. retrocedía. Prefería dejar las cosas como
10. estaban, para evitar nuevas confusiones, y perdí
11. definitivamente las esperanzas de que me
12. rescataran...
13. **OP ENTRA CD2, TRACK 5, SE MANTIENE 5" Y DESAPARECE.**
14. **LOC 4** Gabriel García Marque es un escritor colombiano
15. que ha hecho muchas novelas, todas ellas con
16. gran sentido de descripción para imaginar cada
17. una de sus palabras. En este caso presentamos
18. la obra "Relato de un Náufrago", publicada en
19. Colombia con mucho éxito en 1970.
20. Te invitamos a adentrarte en esta aventura
21. fantástica hecha realidad.
22. **OP. ENTRA RÁFAGA DE 3", FADE OUT.**

Guión del Reportaje “Conociendo a los seres vivos: *Las arañas*”, del programa “Desde la Azotea”.¹⁰

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productora: Gabriela RF
Sección: “Conociendo a los seres vivos”

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 4

1. **OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN “CONOCIENDO A LOS**
 2. **SERES VIVOS. FINALIZA Y ENTRA CD 8 TRACK 11, SE MANTIENE**
 3. **Y BAJA A FONDO.**
 4. **LOC 2** Las arañas son los insectos más
 6. conocidos y sería muy raro imaginar que
 7. exista una persona que no haya visto
 8. alguna vez uno de estos animales.
 9. **ENTRA FX DE PASITOS EN PP POR 5”, ENTRA CD 8 TRACK 11, SE**
 10. **MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
 11. **LOC 4** Lo curioso de ellos es la propiedad que
 12. tienen de secretar una sustancia que, al
 13. contacto con el aire, se transforma en hilos
 14. muy fino. En muchos lugares del mundo
 15. existen leyendas, creencias y
 16. supersticiones que giran en torno a las
 17. arañas.
 18. **OP. ENTRA FX DE TAMPORES PREHISPÁNICOS EN PP POR 5”,**
 19. **ENTRA CD 4, TRACK 9, SE MANTIENE Y BAJA AFONDO.**
 20. **LOC 2** En la mitología náhuatl del México antiguo,
 21. las arañas eran uno de los animales
 22. relacionados con la muerte, la oscuridad y
 23. las tinieblas, por lo que, con frecuencia, se
- CONTINÚA LOC 2**

¹⁰ www.bibliotecadigital.ilce.edu.mx, marzo de 2008.

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productora: Gabriela RF
Sección: "Conociendo a los seres vivos"

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 4

1. asociaban a Mictlantecuhtli, el dios de los
2. muertos y del infierno. También las
3. incluían en los códices como o símbolo de
4. fuerza y poder que acompañaban a sus
5. deidades más importantes.
6. **OP. CROSS CON CD 8 TRACK 11, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
7. **LOC 4**
8. Desde tiempos antiguos el hombre ha
9. aprovechado a las arañas y sus hilos con
10. fines medicinales, tales como dolor de
11. cabeza, de oídos, verrugas, fiebres,
12. cólicos y otras.
13. Las arañas son parte de numerosas
14. especies actuales de la clase Arachnida.
15. Se conocen alrededor de 35 mil especies
16. a nivel mundial.
17. **LOC 2**
18. En México se han encontrado
19. representantes de más de 50 familias,
20. unos 340 géneros y poco menos de 2 mil
21. especies.
22. **OP. ENTRA FX DE NATURALEZA, SE MANTIENE 5". ENTRA CD 4,**
23. **TRACK, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
24. **LOC 4**
25. El aspecto de las arañas es inconfundible.
- Las dos regiones del cuerpo, prosoma y
- opistosoma, se encuentran unidas a través
- de un delgado pedicelo.

CONTINÚA LOC 4

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productora: Gabriela RF
Sección: "Conociendo a los seres vivos"

Fecha: Abril de 2008
Página: 3 de 4

1. Los quelíceros son muy importantes en las
2. arañas porque de ahí desembocan los
3. conductos de glándulas venenosas. No es
4. muy cierto que las arañas hayan
5. desarrollado un instinto maternal; sin
6. embargo, el comportamiento de algunas
7. se acerca mucho a ello.
8. **LOC 2**
9. Los huevos son depositados siempre
10. dentro de un capullo de seda, construido
11. para el efecto, llamado ovisaco. La hembra
12. sujeta este ovisaco a alguna rama, una
13. roca, la corteza de un árbol o debajo de
14. una hoja. Una vez hecho esto, muchas
15. arañas se alejan para continuar su vida y
16. no vuelven a ocuparse de su cría; pero
17. otras, permanecen cerca de su capullo,
18. cuando las arañitas nacen, se quedan al
19. cuerpo de la madre y permanecen en su
20. **OP. ENTRA FX DE TELARAÑA EN PP, SE MANTIENE 5" Y ENTRA CD 6,**
21. **TRACK 15, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
22. **LOC 4**
23. La mayor parte de las arañas viven
24. alejadas del hombre y sólo algunas
25. se acercan o se introducen a sus casas
- para buscar uno de sus alimentos

CONTINÚA LOC 4

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productor: Gabriela RF
Sección: “Conociendo a los seres vivos”

Fecha: Abril de 2008
Página: 4 de 4

1. referidos, las moscas y las cucarachas,
2. entre otros insectos.
2. Aunque todas las arañas producen una
3. secreción tóxica son pocas las que poseen
4. quelíceros lo suficientemente fuertes y
5. puntiagudos para atravesar la piel
6. humana, o un veneno lo muy potente
7. como para producir algo más que una
8. irritación en la piel.
9. **OP. CROSS CON CD 10, TRACK 2, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
10. **LOC 2** Ahora ya conoces el hábitat de las arañas,
11. esperamos que te haya gustado y esto fue
12. “Conociendo a los seres vivos”
13. **OP. FADE IN**

Guión de la sección “Las cosas funcionan así” del programa “Desde la Azotea”.¹¹

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productora: Gabriela RF
Sección: “Las cosas funcionan así”

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 2

1. **OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN “LAS COSAS FUNCIONAN**

2. **ASÍ” FINALIZA Y ENTRA CD 9 TRACK 9, SE MANTIENE Y BAJA A**

3. **FONDO.**

4. **LOC 3.**

Hola chavos, muy buenos el días. El día de hoy en la sección “Las cosas funcionan así” te vamos a invitar a conocer la técnica que tienen los súper héroes para poder volar. ¡Adelante!

9. **OP. CROSS CON MUSICA DE CD 4, TRACK 13 Y DESVANECE.**

10. **LOC 1**

La técnica de filmación que hizo volar a *Christopher Riv*, en la película Superman en el año de 1978, fue una proyección que se hace de frente al actor.

14. **OP. ENTRA RÁFAGA DE VIENTO Y DESVANECE**

15. **LOC 3**

La escenografía que se usa como fondo se proyecta en una pantalla detrás del actor, pero no se ilumina desde atrás, sino desde adelante.

19. **OP. ENTRA MÚSICA EN PP DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE Y BAJA**

20. **A FONDO**

CONTINÚA LOC 1

¹¹ ¿Cómo son y cómo funcionan casi todas las cosas? Enciclopedia Reade's Digest, México 1990., pág. 408.

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productor: Gabriela RF
Sección: "Las cosas funcionan así"

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 2

1. **LOC 1**
 - 2.
 - 3.
 - 4.
 - 5.
 - 6.
 - 7.
 - 8.
 9. **OP. ENTRA EN PP MÚSICA DE CD 4, TRACK 13, SE MANTIENE Y**
 10. **BAJA A FONDO.**
 11. **LOC 3**
 - 12.
 - 13.
 14. **LOC 1**
 - 15.
 - 16.
 - 17.
- Para hacer las tomas sin que el espectador lo note, se coloca un espejo con un ángulo específico entre la cámara que está filmando y un proyector, así la imagen se refleja en la cámara, cuando Superman se sostiene por una herramienta que la esconden para no poder verla a la hora de la grabación .
- Para crear la ilusión de movimientos se usaron lentes ópticos diferentes tanto en la cámara como en el proyector.
- esto es una muy buena técnica filmacion que utilizan los productores de cine. Pero vamos al estudio para platicar más de esto...

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productor: Gabriela RF
Sección: “Tu Ciudad”¹³ **NOTA 2**

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 2

1. LOC 5

2.

3.

4.

5.

6. LOC 1

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13. LOC 5

14.

15.

16. OP. FADE IN

Ebrard aclaró que el procedimiento que se utilizará está ideado para no interrumpir las clases en las escuelas, pues se trata de evitar que los estudiantes abandonen sus estudios por razones económicas.

Se informa también que la credencial servirá como una identificación oficial del portador con la cual podrán exigir sus derechos y acceder a otros programas del gobierno capitalino como los de útiles escolares y próximamente el de uniformes gratuitos.

Por otra parte Didriksson explicó que se trata del sistema educativo más grande de la República.

¹³ Página de Internet ya citada: www.jornada.unam.mx.

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productora: Gabriela RF
Sección: "Tu Ciudad"¹⁴ NOTA 3

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 1

1. OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN "TU CIUDAD", FINALIZA Y

2. ENTRA CD 3 TRACK 8, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.

3. **LOC 1** Acercamiento estético a nuestras raíces y
4. ancestros en las rejas de Chapultepec. Se
5. inauguró la exposición fotográfica
6. ***Oraciones en piedra: templos y***
7. ***palacios mesoamericanos***, de Arturo
8. Chapa.

9. **LOC 5** La muestra consta de más de 80
10. fotografías en blanco y negro de edificios y
11. detalles arquitectónicos de diversas zonas
12. arqueológicas de México y algunas de
13. Guatemala y Belice, vistas más desde una
14. perspectiva estética que arqueológico.

15. OP. CROSS CON MÚSICA INSTRUMENTAL, SE MANTIENE Y BAJA A

16. FONDO.

17. **LOC 1** La exposición incluye textos del poeta
18. Carlos Pellicer, el *Popol Vuh* y otros.
19. Se destaca el trabajo de Chapa por la
20. calidad de las tomas, el valor de las
21. zonas arqueológicas fotografiadas en sí
22. mismas y porque muestra lugares y
23. detalles poco o nada conocidos, nos
24. recuerdan de dónde venimos y hacia
25. dónde queremos ir.

26. OP FADE IN.

¹⁴ Página de internet ya citada: www.jornada.unam.mx.

Guión de la rúbrica de inicio del programa “Desde la Azotea”

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productor: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 2

1. **OP. ENTRA MÚSICA “DESDE LA AZOTEA” EN PP, SE MANTIENE 7” Y**
2. **DESAPARECE.**
3. LOC INICIA
4. **OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y**
5. **DESAPARECE.**
6. LOC TU PROGRAMA
7. **OP. ENTRA FX DE BALAZO.**
8. LOC DESDE LA AZOTEA
9. **OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y**
10. **DESAPARECE.**
11. LOC TEMAS DE ACTUALIDAD
12. **OP. ENTRA RÁFAGA.**
13. LOC SERES VIVOS
14. **OP. ENTRA RÁFAGA**
15. LOC NOTICIAS CURIOSAS
16. **OP. ENTRA RÁFAGA**
17. LOC CHISTES
18. **OP. ENTRA RÁFAGA**
19. LOC MÚSICA
20. **OP. ENTRA RÁFAGA**
21. LOC TU CIUDAD
22. **OP. OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y**
23. **DESAPARECE.**

CONTINÚA LOCUTOR

Nombre del Programa: "Desde la Azotea"
Productora: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 2

1. **LOC** PERO LO MÁS IMPORTANTE, "DESDE
2. LA AZOTEA" TE INFORMA Y
3. ENTRETiene.
4. LOCUTORES DIVERTIDOS.
5. **OP. ENTRA FX DE RISAS Y CARCAJADAS.**
6. **LOC** Y UN CONDUCTOR DISPARATADO.
7. **OP. ENTRA VOZ DEL CONDUCTOR, SE MANTIENE 5" Y**
8. **DESAPARECE.**
9. **OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5" Y**
10. **DESAPARECE.**
11. **LOC** 60 MINUTOS.
12. **OP. ENTRA RÁFAGA**
13. **LOC** COMENZAMOS, "DESDE LA AZOTEA"

Guión de la rúbrica de salida del programa “Desde la Azotea”

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productora: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 1

1. OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y
2. DESAPARECE
3. LOC NO TE DESPEGUES, REGRESAMOS.
4. OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y
5. DESAPARECE

Guión de la rúbrica de entrada del programa “Desde la Azotea”

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productora: Gabriela RF

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 1

1. OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y
2. DESAPARECE
3. LOC CONTINUAMOS EN
4. DESDE LA AZOTEA.
5. OP. ENTRA MÚSICA DE CD 1, TRACK 5, SE MANTIENE 5” Y
6. DESAPARECE

**Guiones de cápsulas informativas de la sección “Tu Ciudad” del programa
“Desde la Azotea”¹⁵**

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productora: Gabriela RF
Sección: “Tu Ciudad” NOTA 3

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 1

1. **OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN “TU CIUDAD”, FINALIZA Y**
2. **ENTRA CD 3 TRACK 8, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
3. **LOC 5** En Italia descubren mozzarella contaminada.
4. **OP. ENTRA RÁFAGA.**
5. **LOC 1** Italia cercó 83 granjas lecheras cuando descubrió
6. que uno de cada cinco productores fabricaba
7. queso con niveles de la sustancia cancerígena
8. dioxina por encima de lo permitido.
9. **LOC 5** Un comunicado del ministerio dijo que las
10. pruebas revelaron niveles de dioxina
11. “moderadamente más altas que el límite
12. permitido por las regulaciones de la Unión
13. Europea” en la mozzarella y la leche en 25 de
14. 130 fábricas de queso, cifra más alta de la que se
15. había anunciado.
16. **LOC 1** Las medidas adoptadas pretenden garantizar la
17. seguridad de la producción que continúa con
18. pruebas adicionales.
19. **OP FADE IN.**

¹⁵ Página de Internet ya citada: www.jornada.unam.mx.

Guiones de cápsulas informativas de la sección “Tu Ciudad” del programa “Desde la Azotea”

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productor: Gabriela RF
Sección: “Tu Ciudad” NOTA 4

Fecha: Abril de 2008
Página: 1 de 2

1. **OP. ENTRA CORTINILLA DE LA SECCIÓN “TU CIUDAD”, FINALIZA Y**
2. **ENTRA CD 3 TRACK 8, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO.**
3. **LOC 5** Solo 4.6% de la población asiste al teatro,
4. a la danza o exposiciones
5. **OP. ENTRA RÁFAGA.**
6. **LOC 1** La *Encuesta Nacional de Prácticas y*
7. *Consumo Culturales* revela que en la
8. actualidad sólo 4.6 por ciento de la
9. población asiste a presentaciones de
10. teatro o danza, así como exposiciones.
11. **LOC 5** De acuerdo con los datos de la encuesta,
12. los principales motivos que toman en
13. cuenta para ir al teatro son el interés por
14. los temas o argumentos de las obras, para
15. pasar un rato agradable, por el nombre de
16. los actores, por recomendación de un
17. amigo o familiar y por los comentarios de
18. la crítica.
19. **LOC 1** Entre las razones para no acudir a los
20. espacios teatrales figuran la falta de
21. tiempo, la falta de interés, el costo, y la
22. lejanía de los recintos.

CONTINÚA LOCUTOR 5

Nombre del Programa: “Desde la Azotea”
Productor: Gabriela RF
Sección: “Tu Ciudad” NOTA 4

Fecha: Abril de 2008
Página: 2 de 2

1. **LOC 5**
 - 2.
 - 3.
 - 4.
 5. **OP FADE IN.**
- Estamos concientes que de hace falta estimular hábitos culturales desde la más temprana infancia, mediante programas y actividades de calidad.

El guión que se despliega en páginas anteriores, es además, una forma de practicar lo que se ha descrito en este trabajo de tesis, el cual aborda toda una serie de pasos a seguir para la producción del programa *Desde la Azotea*. Con estas líneas se da por concluido este último capítulo que tuvo como trascendencia presentar el proyecto de la propuesta de programa radiofónico infantil.

Se considera necesario exponer que el trabajo de tesis tuvo a bien retomar a la radio como medio de comunicación y canal para abordar temas sobresalientes de este medio masivo, atractivo para comunicadores y especialistas en esta rama.

Conclusiones

La radio, medio de comunicación masivo, se establece en este trabajo de investigación como un elemento más de estudio para proponer y desarrollar proyectos que avalan la existencia de personas interesadas en contribuir al avance histórico de la radio en México, es decir, para quienes nos interesamos en la fabricación productiva de la radio.

Desde un inicio se plantea tanto la idea y la problemática de dar a conocer e investigar una estación de radio que, entre su barra programática, incluya alguna emisión dedicada cien por ciento a los niños para así, proponer un proyecto que rebase expectativas.

Considerando la escasa existencia de programas radiofónicos infantiles, se destaca la estación 710 de amplitud modulada, la cual (a la fecha del presente trabajo) tiene a su disposición un programa llamado *La Pandilla 710*, que una vez analizada su producción, demuestra la organización esquemática y grupal, misma que se toma en cuenta para la propuesta del proyecto *Desde la Azotea*.

El trabajo de investigación y marco teórico (sobre lo que es la producción en radio y comunicación radiofónica, en sí todo lo que eso conlleva); es estudiado a fondo con la idea de comprobar la teoría existente en la producción de los medios de comunicación, específicamente en la radio; se da por hecho que el trabajo auditivo es una acción conjunta con profesionales que se desempeñan de forma armónica para ser los voceros de la educación, la cultura, el entretenimiento y la información.

Así mismo, se identifica que la producción radiofónica es un evidente proceso que incluye participación continua y compromiso por quienes pertenecen al grupo de trabajo. Responsabilidad y respeto en cuanto al contenido que se transmite en

cada emisión, ya que diversos grupos de la población pueden considerarlo parte fundamental para el desarrollo personal.

Hacer válida la producción de radio es integrar elementos indispensables para su fiel desarrollo; preproducción, producción y posproducción complementan el proceso que da como resultado final un producto sonoro que antecede a especificaciones para cierto sector de la población.

Se da por entendido que la producción pertenece a la comunicación para brindarle un manejo y forma de enviar por medio auditivo contenido estructural, puesto que un programa de radio para ser transmitido tiene que llevar coherencia y cohesión de los elementos del lenguaje radiofónico, mismos que son utilizados en cada realización programática.

Tanto lenguaje radiofónico como organización productiva son elementos fundamentales para que se cree radio; posiblemente no pudiera existir tanto radio pública como comercial, inclusive porque hasta en la preparación de anuncios publicitarios para transmitirse por canal sonoro, es necesaria la utilización de los elementos del lenguaje, los cuales se centran en la palabra, la música, los efectos de sonido y el silencio.

La Pandilla 710 trabaja con la sociedad existente sin buscar perfiles idóneos de audiencia, es decir, el programa es para un sector infantil sin marginación ni elitismo; brinda al oyente infantil una revista auditiva donde la principal función de esta radio pública es crear en los niños interés para desenvolverse en el lugar dónde viven, tomar la palabra y expresar lo que saben, piensan y creen de su misma sociedad.

Retomar las características del programa es hacer mención de un elemento fundamental que se considera hipótesis, misma que plantea que la participación de los niños como locutores aumentan y mantiene la audiencia, lo cual se podría

responder de manera afirmativa en el momento de observar y analizar la creación del programa y entender que hasta ellos mantiene un interés por ser escuchados y por escuchar sus propios ideales.

Toma relevancia el hecho de escuchar a los chiquitos hablar por un micrófono a nivel local o nacional, que bien pueden expresar opiniones interesantes para llegar a la mente del radioescucha y hacerlo reflexionar; o tal vez se logra percibir un comentario sencillo y fresco que sin querer provoca en el oyente una sonrisa o algún sentimiento de ternura.

Por otra parte, también se hace referencia a la suposición de que contribuir a la elaboración de un programa para niños (idea central de este trabajo de tesis), conserva en ellos una cultura por este medio de comunicación, a lo que se puede considerar que más allá de obligarlos a preferir a la radio sobre los demás canales comunicativos, sencillamente se trabaja para los pequeños que adopten a la radio como canal para satisfacer sus necesidades e ir conociendo a este medio como unidad coherente para informarse.

La realidad muestra una cantidad mínima de población infantil que se interesa por escuchar radio con contenido para niños. Hay pequeños que escuchan noticias para adultos porque el papá así lo dispone; programas musicales para jóvenes que sintonizan los hermanos mayores; o emisiones habladas (mesa redonda) que sólo a las madres satisface esa información. Por eso, el objeto de esclarecer las características principales de *Desde la Azotea* para generar en los niños otro tipo de intereses.

Trabajar con niños es hacer a un lado la producción rígida y esquemática convencional que seguramente utilizan los programas serios como los de noticias, las mesas redondas, programas de esoterismo, violencia contra la mujer entre otros.

Trabajar para los niños es pensar en el desenvolvimiento y entretenimiento de quienes parten o se ponen en la posición de comunicadores para así, transmitirlo a quienes los escuchan y hacer de ello pequeños que centren su atención en otro tipo de cuestiones.

Vale la pena decir que niños que trabajan para radio lo consideran una actividad privilegiada porque no todos tiene la oportunidad de hacerlo, contagia emoción por ganas de superación y ser escuchados por la mayor población infantil que se pueda.

Ahora, hablando de este trabajo de tesis, *Desde la Azotea* es un proyecto innovador pensado para la audiencia infantil. Se crean secciones basadas a partir de una encuesta que recoge los temas que interesan a los niños que, durante una hora de duración, ofrece un magazín que entretiene, comunica y educa a ese sector de la población. Incluye temas musicales, noticias actuales, información que complementa la educación escolar y de casa e invitaciones a conocer la Ciudad.

Desde la Azotea busca ser un programa radiofónico que rebase expectativas sobre las emisiones existentes porque abarca contenidos entretenidos, divertidos y estratégicos para que se mantengan y procesen en la mente de los pequeños.

Este trabajo contribuye a la creación de programas radiofónicos con la principal idea de mantenerse en la barra programática y hacer de la audiencia infantil un hábito para escuchar radio y considerar que no hay otro medio masivo que haga imaginar tanto.

Anexo N° 1

Imágenes que describen una cabina de radio: locución y operación



Foto: Gabriela Ruiz.

El estudio de producción cuenta con dos espacios; uno de locución y el otro de operación. Ambos se retroalimentan a través de los integrantes del equipo de producción, que desempeñan funciones específicas.



Foto: Gabriela Ruiz.

En un estudio de grabación un vidrio es lo que divide a la cabina de operación y locución. La siguiente imagen refleja lo antes enunciado.



Foto: Gabriela Ruiz
Se muestra el estudio de locución.



Foto: Gabriela Ruiz
Se muestra el estudio de locución.



Foto: Gabriela Ruiz

En el estudio operatorio se ubican tanto productor como operador para la elaboración práctica de cualquier programa.



Foto: Gabriela Ruiz
Se localizan las herramientas necesarias para la transmisión, grabación y propagación de sonido.












Foto: Gabriela Ruiz





Anexo N° 2

Programas con contenido Infantil

Programa	Grupo	Estación	Frecuencia	Banda	Hora	Descripción	Días
Alebrije Kids	Radiodifusoras Asociadas (RASA)	 Radio 6-20	620	AM	09:00	El programa infantil por excelencia. Concursos, regalos, cuentos y sobre todo buen humor para los chiquitines.	Sábado
Barra Temática	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	09:00	Programa conceptual	Sábado
Cuéntame	IMER	 La Radio de los Ciudadanos	660	AM.	09:00	Programa infantil dedicado a promover la literatura, música y eventos culturales, así como problemáticas que enfrentan los niños en su día a día.	Sábado
Cuéntame	IMER	 Horizonte	107.9	FM	09:30	Cuéntame aparece en el cuadrante y despliega un insólito universo: un baúl lleno de libros grandes y pequeños; las chucherías que Chucho se inventa para que todo mundo invente sus propias cosas; sitios a dónde ir para no aburrirse, historias de personajes con música y efectos...	Domingo
De Pinta con Nico	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	09:00	---	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes

De Tin Marín	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	10:00	---	Sábado
Entre padres y malabares	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	10:00	---	Sábado
La pandilla Siete Diez	IMER	 Siete Diez	710	AM	10:00	Un grupo de chavos se integran a un espacio que les permite explorar su mundo a través de entrevistas, reportajes, etc.	Sábado
Los niños tienen la batuta	IMER	 Opus	94.5	FM	10:00	Programa cultural y educativo dedicado a los niños con la recreación de personajes importantes de la historia de la música.	Sábado
Mi Recreo	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	18:00	---	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
Microbitos	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	19:00	---	Martes
Mis vacaciones	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	19:00	Sólo durante el periodo vacacional los peques del hogar podrán disfrutar de esta barra dedicada completamente a los días sin escuela, lo mejor de la música y contenidos infantiles que los acompañarán hasta su regreso a clases.	Martes

Música colorin	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM.	13:00	Es una selección de lo mejor de la música para los peques de la casa. donde podrán escuchar los éxitos que más le gustan de sus artistas favoritos.	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
Nañaras	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	A.M.	19:00	---	Jueves
Niño corazón	IMER	 La Radio de los Ciudadanos	660	AM.	10:00	Un programa infantil en donde el niño tiene la razón. Este es un programa hecho por y para los niños. Porque el aprendizaje nunca debe ser aburrido y porque entre amigos es mejor... este espacio ofrece una nueva manera de aprender a través de divertidas secciones.	Domingo
Pasa la Tarea	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM.	16:00	---	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado
Pick Track	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM.	14:00	Disfruta de la compañía de Ana quien trae hasta tu radio los éxitos que le solicites para dedicársela a la persona que u quieras, participa en Colorín Colorreto o en pick track.	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado
Programación Colorin Colorradio	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM.	14:00	Colorín Color Radio Selecciona lo mejor de la música juvenil en inglés y español para consentir a sus pequeños radioescuchas.	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado
Radiocatura	Radio SA	 Radio Trece	1290	A.M	09:00	Un programa con todo lo que los pequeños necesitan.	Domingo

Señal TN	Televisa Radio	 RADIO W Radio AM	900	AM	09:00	El espacio de la XEW hecho por niños y para niños	Sábado
Xpresate	IMER	 Horizonte	107.9	FM	09:00	Programa infantil en donde los niños son los únicos protagonistas. Tres niños entre 7 y 12 años, expresan libremente su opinión acerca de diversos temas de interés actual. Los comentarios manifestados, sin lugar a dudas, sorprenderán a los radioescuchas y les permitirán conocer los pensamientos y sentimientos de las nuevas generaciones en México.	Domingo
Un río, río cargado de...	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM		---	Lunes
¿Dime por qué?	Radorama	 Colorín Color Radio	1530	AM	18:00	---	Sábado

Fuente: <http://www.laradioenmexico.com>

Anexo N° 3

Cuestionario para medir la influencia de la radio en el público infantil y, para identificar la popularidad del programa “La Pandilla 710”

Cuestionario¹

Edad _____

Delegación y colonia en la que vives _____

Eres: Niño _____ Año que cursas _____

Niña _____

Marca con una **X** la respuesta de tu elección. Contesta con la verdad.

1) ¿Te gusta escuchar radio?

A) Sí

B) Ni si, ni no

C) No

2) ¿Qué programas escuchas en la radio?

A) Musicales

B) Que hablen de tu artista favorito

C) Infantiles

3) ¿En tu casa, tus papás te dicen que escuches la radio?

A) Sí

B) Ni si, ni no

C) No

4) ¿Has escuchado algún programa de radio para niños?

A) Sí

B) Ni si, ni no

C) No

Si respondes con un Si, especifica cuál y de qué estación. _____

5) ¿Has escuchado los programas para niños que se pasan por las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio?

A) Sí

B) Ni si, ni no

C) No

6) ¿Has escuchado el programa “La Pandilla 710” que pasa por la estación 710 de AM (Amplitud Modulada) del Instituto Mexicano de la Radio?

A) Sí

B) Ni si, ni no.

C) No

¹ Instrumento modificado: Martínez Godínez, Rocío. *La radio y el público infantil, una panorámica de comunicación y educación*. Tesis de licenciatura, México. FCPyS 2002.

7) ¿Te gustaría que existiera un programa únicamente para niños donde te puedas divertir, aprender y conocer cosas nuevas e interesantes?

- A) Sí B) ni si, ni no C) No

8) ¿Qué te gustaría que tuviera ese programa radiofónico de niños para que lo pudieras escuchar?

- A) Que sea conducido por niños
B) Que pasen temas y contenidos interesantes
C) Que pongan tu música favorita

9) ¿Sabías que los programas para niños en la radio se transmiten los sábados y domingos de 07:00 a 10:00 de la mañana?

- A) Sí B) Ni si, ni no C) No

10) ¿Te gustan esos horarios y días en los que se transmiten?

- A) Sí B) ni si, ni no C) No

Si respondes con un NO, especifica qué días y horarios te agradarían más _____

11) ¿Los sábados y los domingos, a qué hora te levantas?

- A) A las 10:00 de la mañana
B) B) A las 08:00 de la mañana
C) C) A las 07:00 de la mañana

12) ¿En tu casa, tus papás te dicen que escuches programas de radio para niños?

- A) Sí B) Ni si, ni no C) No

13) ¿Cuándo estas en tu casa, oyes lo que tus papás están escuchando en la radio?

- A) Sí B) Ni si, ni no C) No

14) ¿Qué te llama más la atención?

- A) Radio C) Televisión C) Cine

Anexo N° 4

Programas de la estación 710 AM, "La que más me gusta"¹

Programa: Las que más me gustan



Nombre	Las que más me gustan
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Espacio dedicado a difundir la música nortea con los mejores exponentes del género como Tigres del Norte, Tiranos el Norte, Tucanes de Tijuana, Invasores de Nuevo León, Broncos de Reynosa, etc.
Productor	
Locutor	Cornelio Reyes Pozos

Programa: Canciones de mi pueblo



Nombre	Canciones de mi pueblo
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	El mejor repertorio de la música vernácula de México: compositores y sus intérpretes. Un espacio para recordar.

¹ <http://www.laradioenmexico.com>, mayo de 2008.

Programa: La hora de los Tigres

Nombre	La hora de los Tigres
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Espacio dedicado a los máximos exponentes del género norteño en nuestro país y en la Unión Americana, con sus mejores éxitos.
Productor	
Locutor	Victor Hugo Morales

Programa: Frente a Frente (Javier Solís y Pedro Infante)

Nombre	Frente a Frente (Javier Solís y Pedro Infante)
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Espacio dedicado a dos grandes ídolos de la canción ranchera. Por un lado el ídolo de México, el inmortal Pedro Infante, y del otro el Rey del bolero ranchero: Javier Solís. Un espacio en el que podrán deleitarse con los grandes éxitos de estas grandes figuras.
Productor	
Locutor	Víctor Hugo Morales

Programa: Desayuno a la mexicana



Nombre	Desayuno a la mexicana
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Revista radiofónica donde el principal ingrediente es la diversión, complementado con juegos y dinámicas que le dan oportunidad al locutor de tener mayor contacto con los radioescuchas. El principal propósito del programa es hacer que la gente inicie su día con una sonrisa en el rostro, por lo que el equipo de producción se esmera en ofrecer a la gente un programa de calidad, divertido y que complazca a su público.
Locutor	Víctor Hugo Morales

Programa: La Hora de Intocable



Nombre	La Hora de Intocable
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Lo mejor de la música de esta banda norteña.
Locutor	Victor Hugo Morales

Programa: Horóscopo Ranchero



Nombre	Horóscopo Ranchero
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Se dan mensajes optimistas a través de los horóscopos que se leen, acompañados con la música del momento.

Programa: La pandilla Siete Diez



Nombre	La pandilla Siete Diez
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Un grupo de chavos se integran a un espacio que les permite explorar su mundo a través de entrevistas, reportajes, etc.

Programa: Puras Bandas



Nombre	Puras Bandas
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Espacio dedicado a lo mejor de la banda: banda el recodo, el poder del norte, intocable y muchos, muchos más.

Programa: Paso del Norte



Nombre	Paso del Norte
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Espacio dedicado a difundir la música norteña con los mejores exponentes del género como Tigres del Norte, Tiranos el Norte, Tucanes de Tijuana, Invasores de Nuevo León, Broncos de Reynosa, etc.
Locutor	Miguel Angel Sánchez

Programa: La hora de Banda Machos



Nombre	La hora de Banda Machos
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez

Programa: La hora de Ramón Ayala



Nombre	La hora de Ramón Ayala
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez

Programa: Puro José Alfredo Jiménez



Nombre	Puro José Alfredo Jiménez
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Toda la música del compositor del pueblo, José Alfredo Jiménez, un espacio para recordar a este enorme de la música mexicana, en donde el radioescucha puede llamar y pedir su canción favorita. Además de que conocerás aspectos sobresalientes de la vida de este gran compositor.
Locutor	Raymundo Guevara / Enrique Vega Flores

Programa: Pelota Radio



Nombre	Pelota Radio
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Espacio dedicado al rey de los deportes: el Béisbol, un análisis en voz de un gran equipo de especialistas. Quienes analizan el béisbol nacional y de las grandes ligas.
Locutor	Alejandro Aguerrevere

Programa: México de mis recuerdos



Nombre	México de mis recuerdos
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Un recorrido a través de la historia de México, sus personajes, héroes, escritores, así como por sus calles, monumentos, etc. Y la música mexicana de esa época.

Programa: Poker de Reinas



Nombre	Poker de Reinas
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	En este programa se reconoce la importancia de la mujer en la música popular mexicana. Espacio dedicado a cuatro grandes intérpretes de nuestra música vernácula: Lola Beltrán, Amalia Mendoza, Lucha Villa y Flor Silvestre. Durante una hora podemos deleitarnos con la melodiosa voz de estas mujeres que se han encargado de hacer llegar la música mexicana más allá de nuestras fronteras.
Locutor	Enrique Vega Flores

Programa: Navales Civiles y Militares



Nombre	Navales Civiles y Militares
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Semana a semana se informa sobre las diferentes actividades de las fuerzas armadas mexicanas (Ejército, Fuerza Aérea y Armada) y las actividades en las que participa el Jefe de las Fuerzas Armadas.

Programa: Viva la música



Nombre	Viva la música
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Programa dedicado a la gente que trabaja en las noches, tenemos preparada la mejor música mexicana a través de sus grandes interpretes, como Vicente Fernández, Pedro Infante, Lola Beltrán, Lucha Villa, Cuco Sánchez, etc.

Programa: Buenas noches con Javier Solís



Nombre	Buenas noches con Javier Solís
Grupo	IMER
Estación	Siete Diez
Descripción	Un espacio dedicado a Javier Solís, el creador del bolero ranchero, con lo mejor de su música, complacencias y saludos al auditorio. Comentarios sobre la vida del artista

ANEXO N° 5

Equipo de Producción del Programa *La Pandilla 710*

Productor

Nombre: Juan Barrera

Semblanza: Realizó sus estudios en la Universidad Latinoamericana, en la carrera de Comunicación y Relaciones Públicas, generación 1990 a 1994.

Comenzó a trabajar en el Instituto Mexicano de la radio de 1994 a la Fecha. Fue el fundador de la serie "Sabadando" programa de concurso para niños, mismo que evolucionó a lo que se conoce como "La Pandilla 710".

Ha colaborado en MVS Radio, Redes Privadas Bancomer, Columbia Tristar, Televisión en la serie "Mejores Amigos" y el "Juego de los Recién Casados". En Televisión Cultural en Canal 22 con la serie "Personajes y Escenarios".

Juan Barrera es el coordinador de la programación Infantil en el IMER. Su labor profesional ha tenido grandes logros tales como la Medalla de Oro en el New York Festival de 2001, Ganador del 3er lugar de la Bienal Internacional de Radio 2006. Sus gustos por la Radio son muchos, sin embargo se inclina por las programaciones del Weso, La Chuleta, la producción de Grupo Imagen, también la programación de Radio Educación y Radio UNAM, desde las emisiones de música clásica de Opus hasta Alfa 91.3. Considera que *es un apasionado TOTAL de la Radio.*

Conductor

Nombre: Nacho Casas

Semblanza: Lleva siendo parte del *La Pandilla 710* por más de 10 años. En el programa cumple con la participación de un personaje que se llama Nacho Casas de Adobe y Hormigón, donde aprende la forma de pensar de los niños. Además se

prepara leyendo aspectos infantiles y acercándose ellos para, entre otras cosas, entender su vocabulario. Si dicen *chale*, o si dicen *chido*, está bien.

Para Nacho, la experiencia de trabajar con los niños es maravillosa. Se interesa en conocer cómo son, ver desde otra perspectiva como niño de 7 años. Conocer también a personas que a esa edad destacan, considera que esto es fundamental en el trabajo como conductor del programa.

Tiene una gran trayectoria laboral en el IMER, planetando proyectos tanto para personas mayores como para jóvenes, pero evidentemente, le agrada mucho más trabajar con los niños y las niñas.

Operador

Nombre: Julio Aguilar

Semblanza: tiene la carrera de Ingeniería en Electrónica y Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de México.

Realizó su servicio social en el Instituto Mexicano de la Radio donde le dieron la oportunidad de desarrollarse laboralmente hablando. Ha comenzado a sumar de apoco su experiencia en el Instituto desde el 3 de noviembre de 2005 donde comenzó a realizar actividades desde la instalación de cableado, grabación, edición, mezcla, etc. Menciona que el gusto por operar una consola y manipular el sonido de a través de ella, nació con él.

Actualmente es operador técnico del IMER y pone en manifiesto su sello personal y experiencia en diversos programas y proyectos de este Instituto, entre ellos el programa de *La Pandilla 710*.

Locutores

A pesar de que en La Pandilla 710 participan entre 5 y 6 locutores infantiles, se entrevistaron sólo a dos de ellos.

Nombre: Víctor Alejandro Caero

Semblanza: tiene 13 años de edad. Estudia el primer año de secundaria y tiene un año siendo locutor del programa "La Pandilla 710". Como locutor se percibe un gran futuro por delante ya que tanto vocalización como expresión ante el micrófono son destacados.

Participar como locutor en el programa de la 710 AM ha sido su primera experiencia. "Me gusta todo, con el hecho de participar para mi ya es algo fuera de lo común, que se que es algo distinto a que podría hacer otro tipo de gente y que no cualquiera tiene la oportunidad de hacer. Y lo que más me gusta hacer es entrevistar"¹

Nombre: Verónica Miranda

Semblanza: 10 años de edad. 6 meses siendo locutora del programa "La Pandilla 710". Estudia el quinto año de primaria y dentro del programa ha aprendido muchas cosas, además es una actividad que disfruta hacer.

Tuvo la oportunidad de ser locutora por medio de un promocional que escuchó en las estaciones del grupo IMER, mismo que informaba la invitación a los niños a ser parte de los programas del IMER a través de un casting.

El casting consistió en hacer algunas preguntas generales frente al micrófono, de tal modo que escuchan la voz y la forma en cómo se desenvuelven frente al micrófono. "Después de unas semanas me mandaron llamar para una junta y después de esa junta he estado viniendo consecutivamente a programas."²

¹ Caero, Víctor. Entrevista ya citada.

² Miranda, Verónica. Entrevista ya citada.

Glosario

Acotaciones: son indicaciones que se escriben en el guión para que el locutor anticipe su actuación y dé entonación a sus parlamentos: (TRISTE), (AMABLE), (ENOJADO).

Balazos: resultan ser la similitud de la chispa musical; separa los encabezados (teasser), y sólo cambia de planos sonoros.

Cabina de locución: es el espacio diseñado especialmente para llevar a cabo la locución de los programas o las grabaciones. Aquí se localizan micrófonos y locutores.

Cabina de operación: es el espacio diseñado especialmente para llevar a cabo la operación de los programas o las grabaciones. Aquí se localizan los aparatos eléctricos con los que se realiza el trabajo técnico.

Careta: es la entrada de un programa. Por lo general incluye los créditos o títulos consolidados de la emisión.

Casting: es la selección de personal que debe cumplir con determinadas características que solicita un productor o director.

Chispa musical: es un mismo fondo que se utiliza y se repite para separar noticias o encabezados de éstas.

Cierre: es cuando se concluye una transmisión radiofónica.

Clasificaciones A, B, C+, C y D: se establecen como indicadores para definir a ciertos sectores de la población, donde A es el sector de clase (socioeconómica) alto, B de clase media alta; C+ de clase media; C clase media baja y la D se toma como la clase de la sociedad baja.

Colchón musical o pista: es el recurso que se utiliza frecuentemente como fondo musical y que identifica cierto programa.

Conductor: es la persona que presenta un programa, lleva su dirección y da paso a cada una de las secciones que conforman el programa.

Continuidad: en radio, se establece como una sucesión paulatina tanto del sonido como de las secciones de un programa.

Cortina o cortinilla: es un espacio musical de 10 segundos que separa temas o fragmentos que se desarrollan a lo largo del programa. Por lo regular son sonidos pregrabados.

Cross: combinar sonidos para que se escuchen al mismo tiempo.

Cue: indica al locutor iniciar o comenzar a hablar y es sencillamente un movimiento de la mano de arriba hacia abajo.

Cuñas: se retoman cuando se necesita promocionar una sección en específico y se conceptualizan como montajes sonoros de no más de 30 segundos.

Duración: en radio, es el tiempo estimado durante el cual se produce el sonido.

Emitir: sacar al aire. Salir por antena hacia receptores.

Entra: cuando ingresa al escenario auditivo el sonido.

Equipo: conjunto de profesionales del medio radiofónico que colaboran en todo el proceso productivo de una emisión auditiva.

Fade in: entra el sonido poco a poco, hasta llegar al volumen determinado.

Fade out: salida paulatina del sonido hasta llegar al silencio.

Fanfarria: pequeño fragmento de música de instrumentos de percusión y metales, seleccionado de temas musicales, generalmente épicos y sirven para las distintas escenas heroicas o situaciones festivas que demanda el guionismo de la radio, en la producción de programas o en tareas de publicidad.

Feedback: fragmento sonoro o proceso musical que se vuelve a utilizar.

Fondo: se escucha como un marco o escenario que acompaña la voz. Utilizado en relatos o parlamentos para dar emoción a una situación especial.

Formato: es el género del programa.

Foro: es un estudio de grabación.

Función ambiental: elementos sonoros que sirven para ambientar escenarios radiofónicos. Ayuda a ubicar espacios por medio de la música.

Función reflexiva: es sonido que evoca al oyente a la reflexión cuando escucha cierta información.

Fundir: consiste en la mezcla de los sonidos.

GLOSARIO

Golpes: son efectos musicales que subrayan o acentúan momentos y situaciones de mayor interés.

Grabación en frío: es cuando se realiza la grabación parte por parte. Por ejemplo, primero se graba la voz, luego se inserta la música, los efectos sonoros, etc.

Grabado en caliente: es la grabación que se hace con todos los elementos de la producción, es decir, se graba como si fuera en vivo.

Guión: la indicación completa del programa, por se la unión de la parte técnica, para control y literaria texto del locutor.

Indicativos: es la intervención del locutor o conductor que de forma ya grabada recuerda el nombre del programa o estación transmisora.

Lenguaje radiofónico: combinación de sonidos a fin de crear imágenes auditivas. Es la utilización de los componentes de este lenguaje: voz, música, efectos de sonido y silencio.

Locutor: en radio se indica (dentro del guión) con las letras LOC y es el profesional que emite su voz para cualquier trabajo auditivo.

Mensaje: contenido de información, discurso u opinión.

Micrófono bidireccional: como su nombre lo indica -bi- se utiliza preferente mente para diálogo.

Micrófono cardioide: campo de forma de corazón y no recibe nada de sonido detrás del micro.

Micrófono hipercardoide: campo más alargado y direccional.

Micrófono omnidireccional: recibe en todas las direcciones diversas voces o ruido ambiental, tiene entrada de sonido por todo su contorno.

Micrófono supercardoide: tiene la forma del campo más aplanada y una escasa eficacia detrás de él.

Música: elementos del lenguaje radiofónico; ritmos de diversas alturas para expresar ideas y dar estética sonora a los programas de radio.

Operador: en radio se indica (dentro del guión) con las letras OP y es el encargado de la operación de la consola de cabina, ya que controla las entradas de audio para los micrófonos, música, efectos, grabados, instrumentos, etc.

Palabras: son frases que los locutores introducen dentro de un programa.

Parlamento: parte del texto que pertenece al discurso del locutor.

Pausa: pequeño silencio, de 3 a 5 segundos, tras una ausencia de sonido por interrupción del discurso.

Planos: es la relación de presencias del sonido que se hacen notar en un grabado, lo que llega a ser música de fondo, música en primer plano, etc.

Posproducción: proceso de montar o unir las partes o completar algún segmento de la emisión, con el objeto de tener coherencia auditiva dentro del producto sonoro.

Pregrabados: grabaciones previstas aun programa en directo o diferido, grabado en tiempo real.

Preproducción: actividades que se realizan con anterioridad a la producción, a modo de tener todo lista a la hora de la realización o producción.

Productor en línea: dentro del programa “La Pandilla 710” es la persona que funge como vínculo entre el estudio de locución y el estudio de operación, de modo que existe comunicación e indicaciones por parte del productor hacia el productor en línea.

Productor: profesional en radio que se ocupa de realizar la parte medular de todo un programa, es decir, concretar citas de los invitados, tener en tiempo y forma a los locutores, actores o conductores, etc. Coadyuva con los demás integrantes del equipo de trabajo para tener coordinación de lo que se producirá.

Programa: cada una de las partes de una programación radiofónica, como estructura propia y organizada.

Programación: conjunto de programas que se emiten en un periodo determinado de tiempo.

Programar: cuando se añade un elemento, modificación o factor nuevo en la emisión grabada.

Pro-tools: es el programa instalado en las computadoras, que se usa en producción radiofónica para llevar a cabo la edición de las grabaciones.

Puente musical: su nombre remite la figura de un puente, lo cual quiere decir que es un fragmento musical (de aproximadamente 20 segundos) que separa dos

bloques de una sección radiofónica. En el discurso narrativo marca la transición de tiempo, época o lugar.

Puente: indica la transición del tiempo o de un lugar.

Ráfaga: en producción radiofónica resulta similar a una coma (,). Se trata de un fragmento musical que señala transición de tiempo. Su duración no rebasa los 4 segundos. Es de uso común en mensajes de tipo comercial como elemento de entrada para llamar la atención del público.

Ráfaga: segmento musical que señala una transición muy pequeña.

Realización: proceso mediante el cual se hace real un proyecto plasmado en un guión.

Rúbrica o sintonía: son fragmentos musicales breves, que en ausencia de la palabra dan la pauta para el inicio de un programa. Este elemento es utilizado para identificar las emisiones.

Sale: cuando se retira el sonido del escenario.

Salida o cierre del programa: es la sintonía que incluye los créditos finales de alguna emisión.

Se establece: es cuando se deja claro un sonido que acaba de entrar o de subir de plano.

Se mantiene: se deja el sonido al nivel o plano en el que entra.

Sección: parte de un programa con entidad autónoma.

Silencio: elemento del lenguaje radiofónico; es la ausencia de sonido y es utilizado en los locutores para tomar aire y ordenar ideas. A pesar de que es el enemigo más grande de los mensajes sonoros, es fundamental su utilización, ya que proporciona matices de suspenso, reflexión, etc.

Silencio: precisa del contexto para significar y desertar imágenes auditivas.

Sonido: vibración efectuada de las moléculas de un cuerpo elástico debido a la frotación que produce una sensación acústica.

Teasser: son los encabezados que se mencionan dentro de un programa de radio, al inicio de éste, a fin de proporcionar al público los contenidos del mismo.

Texto: es todo lo que aparece escrito en un guión.

Track: en la operación radiofónica se trata de la pista musical que se requerirá para incluirla en la grabación. Por ejemplo CD 3, Track 15.

Voz: elemento del lenguaje radiofónico; es el sonido controlado del habla.

Bibliografía

- Alcántara Munguía y Vega Becerril, María G. *Antología. Los medios de comunicación en la práctica educativa*. Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social. Estado de México 1999. 40 Págs.
- Anda Gutiérrez, Cuauhtémoc. *Importancia de la radiodifusión en México*. Ed. Noriega. México 2004. 208 Págs.
- Antiga N. y Tenorio G. *Guía para elaborar proyectos de investigación*. Ed. Trillas. México 2005. PP: 112. Págs.
- Baena Paz, Guillermina. *¿Cómo escribir un guión radiofónico?* Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. 18 Págs.
- Balsebre, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Ed. Cátedra. Madrid 1994. 250 Págs.
- Curiel, Fernando. *La escritura radiofónica*. Manual para guionistas. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México 1984. 167 Págs.
- De Anda y Ramos Francisco. *La radio, el despertar Gigante*. Ed. Trillas. México 2003, 542 Págs.
- Enciclopedia *¿Cómo son y cómo funcionan casi todas las cosas?* Reader's Digest, México 1990. 447 Págs.
- Fernández Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Pablos. México 1982. 330 Págs.
- Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Pearson Educación. México 1996. 535 Págs.
- González Conde, María Julia. *Comunicación radiofónica*. Ed. Universitas. Madrid 2001. 244 Págs.
- Gonzalo Pérez, Nicolás Gustavo. *La producción radiofónica: la radio que la gente pide*. México 1995.
- Haye, Ricardo. *La Radio del siglo XXI, nuevas estéticas*. Editorial CICUS. Argentina 2000. 167 Págs.
- Hillard, Robert. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Internacional Thomson editoriales. 2000. 466 Págs.

- Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. Editorial CIESPAL. Quito 1978. 460 Págs.
- Lewis, B., Benoit P., y Hausman C. *Producción en radio moderna*. Thomson Learning. México 2001, 411 Págs.
- Linares Quintero, Marco Julio. *El guión: elementos, formatos y estructuras*. México 2002. pearson Educación. 260 Págs.
- Marín A., García C., y Ruiz. J. *Sociología de la Comunicación*. Editorial Trotta. Madrid 2003. 276 Págs.
- Merayo Pérez, Arturo. *Para entender la radio*. Editorial Univesidad Pontificia de Salamanca. 1992. 406 Págs.
- Ortiz y Marchamalo. *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*. Ediciones Paidós. Barcelona 1994. 156 Págs.
- Pérez H., Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas. Manual de productor*. Editorial Porrua. México 2001.
- Romo Marta y Alcocer Marta. *Programas infantiles*. San José Costa Rica. Radio Nederland Training Center 1992. Primera edición. 182 Págs.
- Romo, Ma. Cristina. *La otra radio, Voces débiles. Voces de esperanza*. Fundación Manuel Buendía. IMER. México 1990. 196 Págs.
- Seminario internacional. *El papel de la radio pública en la sociedad globalizada*. IMER. México 2002. 212 Págs.
- Sfez, Lucien. *Crítica de la Comunicación*. Amorrortu Editores. Buenos Aires 1995. 511 Págs.
- Vitoria, Pilar. *Producción radiofónica. Técnicas básicas*. Editorial Trillas. México 2004. 124 Págs.
- Volpini F. y Ortiz M. *Diseño de programas en radio: guiones, géneros y formulas*. Barcelona 1995. Ed. Paidós 229 Págs.

Tesis

- Coronado Zarco, Claudia Patricia y Quiroz Fucuguachi, Elsa Lorena. *La radio infantil en México: de una visión retrospectiva hacia una nueva metodología. ¿Como hacer una serie de radio para niños?* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS. México 1996.
- De Quevedo Orozco, María de Lourdes. *Un manual para la planeación de proyectos radiofónicos.* Tesis de licenciatura. UNAM, FCPyS. México 2002.
- Huerta Ledesma, Israel. *Propuesta para un programa de guión radiofónico.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS.
- Martínez Godínez, Rocío. *La radio y el público infantil, una panorámica de comunicación y educación.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS. México 2002.
- Martínez Gómez, Luis Fernando. *El proceso creativo de la escritura y producción radiofónica.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS. México 2002.
- Olivares Hernández, Ruth. *La radio a través de la radio.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS. México 1994.
- Ramírez González, María Esther. *La voz y el mensaje, acercamiento a y una experiencia radiofónica.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS.
- Tovar Díaz Rebeca. *Propuesta de programa radiofónico juvenil de corte noticioso, para la estación Los Cuarenta Principales.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS. México 2006.
- Ramos Ferreira. Verónica Rocío. *Programa radiofónico Rumba y Romance de la B Grande de México 1220 AM para adultos mayores.* Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS. México 2006.

Internet

- www.radiomexicana.com.mx
- www.imer.gob.mx
- www.inegi.gob.mx

- www.conapo.gob.mx
- www.recursos.cnice.mec.es
- www.etcetera.com.mx
- www.ordenjuridico.gob.mx
- www.bibliotecadigital.ilce.edu.mx
- www.jornada.unam.mx
- www.quenotelocuenten.com
- www.geomundos.com/chistes
- www.laradioenmexico.com

Revistas

- Etcétera. Marco Levario Turcot. 29 de Septiembre de 2007.

Ensayos y folletos

- *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.* México. UAM Xochimilco. 1988. 214 Págs.
- *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación.* XEQK 1350 AM. Ed. Instituto Mexicano de la Radio, IMER. México 2004. 57 Págs.
- Asociación de Radiodifusoras del Valle de México. *Una historia que sí suena 1973-1988.* Editorial ARVM. México 2004. 355 Págs.
- Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía. *Ley Federal de Radio y Televisión.* Editorial Cruz Jiménez Minerva. México 2000. 75 Págs.
- Coronado Zarco, Patricia. *Material para Taller de Guión.* FCPyS, UNAM. México, 2006. 45págs.