



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Propuesta de producto radiofónico como herramienta
en el proceso de enseñanza-aprendizaje no formal

Tesina
que para obtener el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
con especialidad en Producción
Presenta:

Alba Elena Jofre Vielma

Asesora: Lic. Adela Mabarak Celis

México, Distrito Federal, 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Al término de esta etapa de mi vida, quiero expresar un profundo agradecimiento a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a llegar hasta este punto.

A mis padres, familia, amigos y a todos aquellos que me han regalado una sonrisa, soportado mis histerias, corregido mi camino, aconsejado en tiempos difíciles y muchas otras cosas que no terminaré de mencionar.

No tengo suficientes palabras para demostrar mi gratitud, son muchos quienes han participado en esta empresa, la lista es larga, pero este logro también es de ustedes.

Gracias a todos aquellos quienes han intervenido directa e indirectamente en este pequeño paso perteneciente a un camino que aún está por construirse.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
1. COMUNICACIÓN, RADIO Y EDUCACIÓN.....	6
1.1 ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN?	7
1.1.1. EDUCACIÓN FORMAL Y NO FORMAL.....	12
1.1.2. PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	15
1.2. LA COMUNICACIÓN.....	16
1.3. ¿QUÉ ES LA RADIODIFUSIÓN?.....	21
1.3.1. CONCEPTOS TÉCNICOS DE LA RADIO	22
1.3.2. ANTECEDENTES DE LA RADIO EN MÉXICO	25
1.3.3. LA REALIZACIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS.....	28
1.3.4. LENGUAJE RADIOFÓNICO	30
1.3.5. FORMATOS RADIOFÓNICOS.....	40
2. RADIO EDUCATIVA.....	46
2.1 BREVE HISTORIA DE LA RADIO EDUCATIVA EN MÉXICO	47
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS EDUCATIVOS.....	53
2.2.1. LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA EDUCACIÓN NO FORMAL	57
2.3. CRÍTICA A LOS PROGRAMAS EDUCATIVOS.....	59
3. PROPUESTA DE PRODUCTO RADIOFÓNICO COMO HERRAMIENTA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE NO FORMAL.....	61
3.1 DEFINICIÓN DEL PÚBLICO.....	62
3.2. PROTOCOLO DEL PROGRAMA	85
3.3. ESCALETA Y GUIÓN.....	91
3.3.1. ESCALETA	91
3.3.2. GUIÓN	93
CONCLUSIONES.....	121
ANEXOS	125
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	149

INTRODUCCIÓN

México es un país con una gran riqueza socio-cultural que puede percibirse a lo largo y ancho de su territorio; sin embargo, así como tiene cualidades también son muchos los defectos que lo empobrecen.

Se puede hacer un gran número de críticas a cada uno de los estratos integrantes de la nación pero éstas no valen de nada si carecen de soluciones encaminadas a realizar cambios benéficos al común de la población.

En este sentido, el proyecto aquí presentado está encaminado a difundir contenidos educativos no formales destinados a aquellas personas quienes presentan rezago educativo.

La educación por sí misma puede considerarse como uno de los fundamentos con los cuales la sociedad crece, se fortalece y constituye a favor de todos los miembros que la componen, es una herramienta para la vida diaria, una forma de valerse dentro de las reglas y estándares requeridos para la convivencia dentro de cualquier comunidad.

Si se compara a un abogado con un agricultor se observará que el primero utiliza las leyes como instrumento de trabajo mientras que el otro intenta valerse de la tierra; si hubiera un intercambio de lugares, ninguno de los dos podría ser tan eficaz como lo son dentro del contexto al que pertenecen, donde su saber les da más posibilidades de éxito.

Por otro lado, los medios de comunicación han demostrado ser un instrumento efectivo para la transmisión de mensajes, lo que se refleja en las ganancias obtenidas por los consorcios dedicados a este rubro.

Considerando lo anterior, la presente pesquisa se interesa en explotar los medios de comunicación -en específico la radio- como difusor de conocimientos, entretenimiento, pero sobre todo de cultura y educación.

Cabe desatacar que la programación no comercial obtiene pocos beneficios económicos, esto tiene como consecuencia que las grandes empresas dedicadas a la difusión de las ondas hertzianas dejen a un lado este tipo de producciones.

En nuestro país son pocas las radiodifusoras comprometidas con el servicio público, como lo son: Radio UNAM, perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México; Radio Educación; y el Instituto Mexicano de la Radio; todas ellas sin fines de lucro.

Este material no es una receta o una fórmula de paso a paso para realizar transmisiones radiofónicas de carácter educativo. Las páginas posteriores contienen el esqueleto de un programa destinado a personas con necesidades y contextos específicos.

Entrando de lleno al tema a tratar, en un principio se abordarán los principales conceptos encontrados en este proyecto, es decir, comunicación, radio y educación; términos que guardan una relación estrecha dentro del desarrollo del producto final.

Con el fin de encontrar la descripción más apropiada para el propósito del escrito, en este trabajo estarán definidos los tipos de educación, así como los procedimientos seguidos en la pedagogía, en concreto el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Otro punto a destacar en el curso del primer capítulo son las bases de la radiodifusión en general, su proceso y características de transmisión para hacer de su mensaje algo común tanto a emisores como receptores del mismo.

Para terminar este segmento se hace un breviario sobre la comunicación como un concepto proveniente de diversas corrientes teóricas a lo largo de la historia hasta nuestros tiempos, las que constituyen las bases del programa a realizar.

En el capítulo dos está desplegada la información relacionada con la historia, el análisis y las diferentes opciones educativas encontradas actualmente en el medio radiofónico, así como una crítica a la situación actual del medio.

Por último, en la tercera parte se presenta la propuesta de producto radiofónico como herramienta para el proceso de enseñanza-aprendizaje no formal. Ésta es el resultado del estudio de los conceptos antes mencionados así como la puesta en práctica de la teoría recabada.

Aquí se encontrarán los requisitos para llevar a cabo un programa de esta índole, es decir, el presupuesto, escaleta presentación e incluso el guión de la primera emisión del mismo.

No se trata de hacer un salón de clases móvil a través de la radio, sino la oportunidad de llevar a cabo una transmisión lo suficientemente empática como para formar parte de la vida diaria de los individuos y así elevar el nivel de vida de cada uno de ellos. Es demostrar que la educación y el entretenimiento no se encuentran peleados.

1. COMUNICACIÓN, RADIO Y EDUCACIÓN

El análisis de la educación, la radio y la comunicación como contenido, medio y proceso, respectivamente, serán los principales conceptos en el desarrollo de las siguientes cuartillas.

Dichos conceptos se convertirán en la base para la elaboración de una transmisión de carácter social definida por ser una herramienta destinada a proporcionar conocimientos a quienes cuentan con rezago educativo.

Dentro de esta sección se dejará en claro la importancia de la relación educativa, es decir, la conexión entre educador-educado, donde el primero proporciona el saber mientras el segundo valora, critica o digiere los contenidos como mejor le convenga tomando en cuenta su contexto económico-social.

Lo último está relacionado de manera estrecha con los medios masivos, en específico con un producto audiovisual en el que interactúan diversos factores técnicos, teóricos y prácticos destinados a cultivar a sus destinatarios.

En el mundo radiofónico cada emisión está formada por un género, un estilo, así como una temática con los cuales se construirá una identidad para un programa especializado; esto se logra al determinar a un público, el uso del lenguaje sonoro y los contenidos a tratar, principalmente.

Para los fines de este trabajo se tratarán a fondo las llamadas “transmisiones educativas”, las cuales hacen uso tanto del medio de comunicación como de contenidos orientadores, es decir, aquellos encargados de ofrecer al público receptor conocimientos factibles de ser aplicados en la vida diaria.

Cabe destacar que aún si hablamos de temas de este tipo no se debe dejar a un lado el proceso de comunicación establecido, el cual consta de tres participantes básicos: emisor, mensaje y receptor.

Dentro del procedimiento comunicativo existen tanto factores internos como externos que lo empobrecen o enriquecen según la situación en la que se lleve a cabo, mismos que serán enunciados en las páginas siguientes.

1.1 ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN?

La educación es un valor con el cual la civilización cuenta para el desarrollo integral de cada uno de sus individuos. Gracias a los conocimientos recaudados a lo largo de los años los pueblos han evolucionado.

Desde su nacimiento, el ser humano ha sido condicionado para comportarse dentro de los parámetros que la sociedad impone, ya sea para interrelacionarse o simplemente con el fin de sobrevivir dentro de un ambiente hostil; es decir, se vuelve una necesidad para salir adelante en un contexto determinado.

Así, dentro del procedimiento educativo pueden distinguirse principalmente los conceptos de maestro y alumno. Por lo tanto, se entiende por profesor, instructor, educador, catedrático o pedagogo al individuo encargado de transmitir los conocimientos; es decir, “la persona que tiene a su cargo la formación moral e intelectual de seres humanos en curso de desarrollo”¹.

¹ Paul Foulquié, *Diccionario de pedagogía*, segunda reimpresión, México, 1988, pp 154.

Este individuo tiene la responsabilidad de moldear las mentes jóvenes conforme a los estándares sociales dispuestos en la comunidad donde habita, aunque deben tomarse en cuenta la edad, madurez y capacidad del raciocinio de los destinatarios del saber.

El guía representará el ejemplo a seguir como una fuente de sabiduría. Su preparación debe estar enfocada tanto a la adquisición como a la transmisión de aquello que en algún momento deberá impartir dentro de una escuela, instituto, universidad, colegio o comunidad rural, dependiendo del caso.

Para este fin existen institutos especializados en crear profesores, los cuales llevan por nombre “escuela normal”. Dentro de ellas es llevada a cabo el entrenamiento de los formadores del resto de la población, educacionalmente hablando.

En términos prácticos la educación puede considerarse como la transmisión de conocimientos llevada a cabo de una a otra generación, sin embargo, existen diversas definiciones del concepto, entre las cuales se encuentra: “... adquisición de los hábitos que condicionan la vida social y el dominio de si mismo”², con esto se refiere a los estudios generales, los cuales permitirán la interactividad dentro de la sociedad, establecerán las normas a seguir dentro de la misma y designarán los comportamientos aceptados en cada una de ellas.

Una definición más la proporciona el psicólogo, filósofo y pedagogo estadounidense John Dewey:

Para J. Dewey, la educación es un proceso de desarrollo del ser humano que, partiendo de su yo constitutivo y en función de su

² Ibid, pp. 143.

evolución psicológica, se integra activa, participativa y críticamente en la sociedad que le toca vivir.

Dos serían pues, los pilares de su construcción conceptual: el elemento psicológico y el elemento sociológico.³

Las dos partes integrantes mencionadas anteriormente tienen que ver en primera instancia con la capacidad del individuo para asimilar los contenidos impartidos; en segundo término a la sociedad donde se desenvuelve; es decir, las reglas necesarias para ser parte de su comunidad, las cuales también serán parte de su formación.

Por otro lado, tenemos la llamada educación intelectual o de instrucción la cual "... debe adaptarse al desarrollo natural de las facultades sin rebasarlas, pero sin dejar pasar los periodos favorables"⁴. Ésta es un complemento de la definición de Dewey, sin embargo, aquí los métodos son más detallados, van de la mano con la edad del estudiante, quien adquirirá madurez para aprender nuevos temas una vez dominados los anteriores, es decir, en el momento más propicio para hacerlo ya que de lo contrario los temas serán más complicados de entender o pueden llegar a carecer de importancia para el pupilo.

En México, la clasificación de los grados académicos obedece a la definición anterior, es decir, la educación básica comprende la primaria; la media se refiere a la secundaria; en cuanto a la media superior, hace alusión a la preparatoria; finalmente la superior trata a la universidad y posgrados.

Todas ellas deben seguir un orden establecido, no pueden ser cursadas al azar; en cada una de ellas los contenidos son especializados para un discípulo con un criterio, nivel de conocimientos y edad determinada.

³ Ángel Gómez Moreno, *Una teoría contemporánea de la educación*, Mira Editores, España, 2002, pp. 17.

⁴ Paul Foulquié, *Diccionario de pedagogía*, Op. Cit., pp 143.

Otra manera más de tipificarla es referida a su finalidad, entre las cuales se encuentra la siguiente explicación antropocéntrica donde la educación “tiene como fin, por lo menos inmediato y suficiente en sí mismo, preparar al hombre para que lleve una vida verdaderamente humana, es decir, digna de un ser razonable y libre y en la cual encuentre la felicidad”⁵.

Este fin es un tanto subjetivo, debido a que en cada persona el camino para ser feliz diverge pero su resultado siempre será buscar el beneficio del individuo receptor de la enseñanza.

Además de la anterior se encuentra la definición sociocéntrica: “La educación tiene como fin preparar para la sociedad humana a unos miembros que se integren fácilmente en ella y que le sean útiles”⁶.

El conocimiento es esencial dentro de una vida social, por lo cual la enseñanza debe proporcionar cierta civilidad, así como proveer las herramientas necesarias para alcanzar la racionalización y libertad dentro del contexto en el cual viven los pupilos.

Hoy en día hay un gran número de patrones con los cuales la pedagogía se apoya, “...existe un amplio consenso entre los educadores actuales en el sentido que los métodos pedagógicos existentes pueden ser agrupados en tres tipos de modelos básicos”⁷, estos son:

- *La pedagogía transmisora.* Basada en la educación clásica, es decir, la transmisión de conocimientos de una persona a otra.
- *La persuasiva-conductista.* Dentro de ésta el fin es el cambio de actitudes de acuerdo con ciertos estándares ya establecidos.

⁵ Ibid, pp. 145.

⁶ Ibidem.

⁷ José González, La comunicación como elemento relevante en los procesos de enseñanza-aprendizaje en la educación no formal, El autor, México, 1998, pp. 27.

- *La educación problematizadora.* Intenta desarrollar el intelecto junto con la conciencia social, “lo que busca este tipo de educación es que el educando piense por sí mismo, y que ese pensar lo lleve a una acción transformadora de su realidad”⁸.

Una vez mencionados los principales modelos se puede observar que en el caso de los primeros dos puntos los procedimientos son autoritarios, el instructor se inclina a la transmisión y al cambio de comportamiento; en tanto que en la última opción se muestra un plan donde el educado es invitado a ser parte del proceso no sólo lo recibe, es decir, existe un razonamiento de los conocimientos adquiridos.

En otras palabras, permite que “...dirijan su propio proceso educacional y comunicativo e incorporen la dimensión sociopolítica de la participación de la comunidad, puesto que se proponen contribuir a democratizar a la vez la educación, la comunicación y el conjunto de relaciones sociales”⁹.

El proceso de enseñanza se vuelve parte de la vida cotidiana, el educando no es obligado a aprender, los contenidos forman parte del bagaje cultural, el conocimiento es el integrador con el cual los individuos toman un papel activo en el desarrollo social.

Aclaradas las principales definiciones en cuanto al concepto es indispensable hacer una diferenciación entre las dos principales tipologías: la formal y la no formal, mismas que están relacionadas con el método pedagógico empleado.

⁸ Ibid, pp. 27.

⁹ Ibidem.

1.1.1. EDUCACIÓN FORMAL Y NO FORMAL

La antigua enseñanza clásica es considerada como un “sistema educativo tendiente no tanto a la adquisición de los conocimientos como a la formación del hombre. Su ideal no es una ‘cabeza bien llena’, sino una ‘cabeza bien hecha’.”¹⁰

Una concepción que avala la anterior, en relación con la calidad de la formación de los alumnos es la siguiente:

... educación sistemática, afirma J. Dewey, no es sinónimo de educación para la participación en la experiencia vital compartida, antes al contrario, puede ser únicamente la adquisición de una mera erudición enciclopédica, memorista y verbalista, propia del escolasticismo tradicional que adorna pero no forma¹¹.

Poner en práctica los contenidos educativos debería ser el propósito de la escuela como la conocemos; no solamente es necesario saber sumar también es relevante saber para qué sirve una suma.

Estrechamente relacionado con las citas antes mencionadas, se encuentra la tradicionalidad, es decir, “conjunto de prácticas educativas basadas en el principio de autoridad y que tienen por objeto hacer contraer al niño los hábitos conforme a las exigencias del medio social”¹².

En nuestros días, tanto la formalidad como la tradición, están mezcladas dentro de la noción manejada por las instituciones educativas en donde la

¹⁰ Paul Foulquié, *Diccionario de pedagogía*, Op cit., pp. 149.

¹¹ Ángel Gómez Moreno, *Una teoría contemporánea de la educación*, Op. Cit., pp. 24.

¹² Paul Foulquié, *Diccionario de pedagogía*, Op cit., pp. 147.

instrucción pretende moldear a los individuos por medio de las reglas socialmente establecidas.

Una de las principales características del sistema escolarizado es la presencia de un maestro quién guía a los alumnos dentro del mundo del saber resolviendo sus dudas, marcando los temas a tratar y evaluando la calidad de conocimientos aprendidos o a poner en práctica.

Otro factor determinante para la formalidad educativa, en el caso de México, es el reconocimiento o certificado recibido después de la culminación de cada uno de los grados académicos en los cuales la educación está dividida; al respecto la institución gubernamental encargada de avalar los conocimientos es la Secretaría de Educación Pública.

Por el contrario, en la educación no formal la acreditación es innecesaria. Ésta se inclina a la adquisición natural de conocimientos enfocada hacia la implementación de los mismos en lugar de limitarse a la teoría tratada en el sistema escolarizado; también puede ser definida como la “práctica educativa que consiste en dejar expansionar todas las tendencias en plena libertad, sin intentar forzarlas o ni siquiera orientarlas”¹³.

En esta tipología los educandos son autodidactas, quienes a pesar de necesitar a un orientador no precisan una evaluación; la mayor parte de las nociones adquiridas van enfocadas al desarrollo cotidiano.

Sin embargo, esto rechaza la idea del abandono de la cultura por la técnica; si bien los temas más utilizados son aquellos que benefician a la vida y el trabajo, también podemos encontrar temas culturales, como lo pueden ser las leyendas, la música o el arte, entre otros; por lo tanto se tiene:

¹³ Ibid, pp. 149.

La educación formal se imparte en instituciones altamente estructuradas según métodos, modelos y formas ya establecidas de instrucción y evaluación; son integrales, tienen como única misión la de enseñar y su finalidad consiste en preparar a los estudiantes para el futuro. Durante el proceso, estas instituciones controlan, clasifican y proporcionan certificados a sus alumnos para determinados empleos. [...] la educación no formal, está organizada, pero no tiene estructura institucionalizada y formal; es sistemática, pero no rutinaria; se imparte en un contexto básicamente extraescolar ...¹⁴.

En primer término, como lo menciona Ana María Pepino en la cita anterior, la falta de una institución es una de las principales diferencias entre la educación formal y no formal. A esto se le puede añadir la carencia de un aula o un periodo definidos así como de un reconocimiento oficial.

Una definición más la proporciona Ángel Gómez Moreno, ésta se deriva de la transmisión de los conocimientos de una persona a otra:

En el proceso de formación social de las nuevas generaciones, encontramos en la historia de la educación dos modelos claramente diferenciados: aquel de carácter primario que se basa en una transmisión cultural directa, mediante la palabra y la vivencia de la tradición, y aquel otro más elaborado, regido por instituciones específicas, dotado de material simbólico, gráfico y auxiliado por profesionales expertos. El primero pertenece a sociedades primitivas y poco elaboradas culturalmente, y el segundo, a sociedades avanzadas y modernas, culturalmente complejas.¹⁵

¹⁴ Ana María Pepino, *Radiodifusión educativa*, Gernika, México, 1991, pp. 33.

¹⁵ Ángel Gómez Moreno, *Una teoría contemporánea de la educación*, Op. Cit., pp.23.

En este sentido, la diferencia se hace evidente sobre todo si se compara a un anciano quien cuenta sus experiencias a un joven con una instrucción sistemática proporcionada por instituciones educativas.

1.1.2. PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Enseñar se considera como: “Hacer conocer una cosa a alguien, transmitirle un conocimiento, ya sea teórico o práctico. Este último caso se enseña principalmente mediante el ejemplo”¹⁶. La forma de transmitir la instrucción, puede ser de manera teórica o práctica, pero lo ideal sería la conjunción de ambas.

Para poder enseñar es necesario también un pupilo a quien le interesen los conocimientos o simplemente cuente con la necesidad de cultivarse. Aprender significa también: “Adquirir conocimiento de alguna cosa por medio del estudio de la experiencia...”¹⁷.

Las nociones a transmitir serán las experiencias recabadas a lo largo de los años por los ancestros a través de las prácticas llevadas a cabo durante sus vidas. Actualmente los contenidos académicos tienen sus bases en esas experiencias.

Cada individuo se rodea de datos desde su infancia, aunque no forman parte de las materias académicas propiamente son elementos esenciales para la vida cotidiana como: aprender a comer, cruzar la calle, el respetar a los adultos mayores. Todas estas experiencias forman parte del bagaje cultural.

¹⁶ Paul Foulquié, *Diccionario de pedagogía*, Op. Cit., pp. 196.

¹⁷ *Ibid*, pp. 35.

Por otro lado el aprendizaje lleva consigo, en muchas ocasiones, el desarrollo de un oficio -de algo manual- con un fin práctico que en un determinado caso ayuda al sustento económico de los individuos.

En consecuencia la relación enseñanza-aprendizaje se refiere a la adquisición y comprensión de ideas para después hacer un análisis de ellas e implementarlas de manera individual con relación a las exigencias socio-culturales de cada persona.

Al final esta relación es un proceso en el cual tarde o temprano el hombre se ve envuelto, forma parte de su contexto y tiene como fin alcanzar metas determinadas. Este proceso se volverá una herramienta, para el último y más primitivo de los casos: la supervivencia.

Otro punto a considerar dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje es la necesidad de un lenguaje o códigos comunes con los cuales se puedan producir mensajes como parte del sistema; su fin consistirá en hacerse entender entre los sujetos que lo comparten.

Para concluir los dos conceptos antes mencionados, tanto el de enseñanza como el de aprendizaje, serán los polos en cualquier relación educativa, así como también lo son el maestro y el alumno; en ambos casos se necesitan mutuamente para funcionar.

1.2. LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso por medio del cual la información es transmitida de una persona a otra. Ésta puede darse de diversas maneras ya sea por imágenes, sonidos, escritos o incluso señales.

Para llevarla a cabo es precisa la creación de mensajes, la asignación de un código y la intervención de participantes que la lleven a cabo en un contexto determinado.

Existen diversos significados destinados al concepto de comunicación, sin embargo uno de los más sencillos se presenta de la siguiente manera:

...el intercambio de significados entre individuos mediante un sistema común de símbolos. Implica, por un lado, dar a conocer alguna cosa, por ejemplo, un pensamiento y, por otro, aprender algo. [...] En la comunicación existe una infinita escala de valores, y abarca desde el más elemental de los gestos o la segregación de sustancias químicas hasta la transmisión por satélite artificial.¹⁸

Atendiendo a la definición anterior se entiende al concepto como un transmisor de ideas de la más diversa índole que tienen el fin de difundir conocimientos, los cuales serán aprendidos por alguno de los participantes por medio del intercambio de pensamientos.

La comunicación es formadora de opiniones dentro de la comunidad, ya que se da en las sociedades organizadas. Es la manera en que el ser humano expresa sus necesidades.

D. Anzieu y J. Y. Martín, sostienen que “La comunicación es el conjunto de procesos físicos y psicológicos por los cuales se efectúa la operación de relacionar una o varias personas –el emisor- con una o varias personas –el receptor-, con el propósito de alcanzar ciertos objetivos”¹⁹.

En el párrafo anterior ya no sólo son personas que expresan ideas, además se identifica a un emisor, un mensaje y a un receptor quienes emiten,

¹⁸ Enciclopedia Hispánica, Comunicación, pp. 224.

¹⁹ Paul Foulque, *Diccionario de pedagogía*, Op Cit., pp. 87.

forman o reciben el mensaje respectivamente. En este proceso los individuos toman papeles determinados dentro del sistema con lo cual adquieren funciones específicas en el sistema comunicativo.

John Fiske define de la siguiente manera éste concepto: “comunicación es hablar uno con el otro, es televisión, es difundir información, es nuestro estilo de peinado, es crítica literaria...”²⁰.

Es decir, no sólo los medios masivos son los encargados de propagar información, el individuo en su vida diaria asume el envío de señales por medio de: la ropa que viste, la forma de moverse, los tonos de voz y sus inflexiones, etcétera.

Las definiciones varían dependiendo del autor y la corriente a la que pertenece, dentro de la historia de las Ciencias de la Comunicación no existe una teoría única, sino que éstas han evolucionando por su paso en el tiempo, por lo tanto, hay tendencias de lo más sencillas que hablan de un emisor y receptor (Aguja hipodérmica), hasta las más complicadas donde intervienen factores sociales, personales, culturales y del entorno.

Uno de los principales problemas de la comunicación es su falta de método, ya que no existe uno específico para poder comprenderla por completo; estudiar esta materia implica observar a una ciencia en una ciencia, por lo que es un terreno muy basto para cualquier investigador.

En lo que a la pesquisa compete, la historia de los medios masivos se remonta a las antiguas prácticas simbólicas, así las categorías de emisor, receptor y mensaje son consideradas como universales, inevitables e invariables.

Además de estos factores pueden introducirse otros elementos como lo son el ruido, mismo que puede interferir con la recepción e invalidar la

²⁰ John Fiske, *Introducción al estudio de la comunicación*, p. XIX.

información emitida; la retroalimentación, donde el proceso es corroborado al obtener una respuesta por parte del receptor, y el canal, es decir el medio en el que se transmiten los códigos.

Cada uno de los esquemas dentro de las teorías de la comunicación pueden ser más o menos complejos en comparación con otras, pero los elementos básicos son mostrados a continuación:

- *Emisor*. Es la fuente del mensaje, quien escribe, enuncia o emite la comunicación, aunque dependiendo de la teoría referida puede considerarse como la empresa responsable por difundir los contenidos, dentro de ellas se encuentran: las agencia de noticias, televisoras, instituciones gubernamentales o de asociación civil, entre otras. El emisor tiene a su cargo la elaboración del mensaje y la selección de códigos implementados para elaborarlos.
- *Canal*. Se le llama de esta manera a la forma en la cual es transmitido el mensaje, en el caso de la radio son las ondas sonoras.
- *Mensaje*. Hace referencia a la información emitida. Aquí la codificación-decodificación de los signos empleados es realizada.
- *Receptor*. Alude a quien va dirigida la comunicación, tiene el deber de interpretar el mensaje y en su caso también de dar respuesta al mismo.

A los elementos anteriores son adheridos unos cuantos más propuestos por Shannon y Weaver, los cuales son complementarios al paradigma de Laswell:

“quién dice qué, por cuál canal, a quién y con qué efecto”²¹. Es decir, además de los mencionados podemos encontrar:

- *Ruido*. Considerado como la interferencia en el proceso de comunicación, puede causar confusión y evitar la fidelidad de los signos enviados o recibidos por las partes correspondientes.
- *Retroalimentación*. Es realizada una vez que las señales han llegado a un determinado lugar, en ese momento hay una reacción por parte del destinatario, lo cual puede convertirlo en emisor mientras que quien envía el mensaje original espera una respuesta de su contraparte.

Las nociones anteriores son fundamentales para entender cualquier sistema comunicativo, incluso aquellos en los cuales los medios masivos están exentos como lo son: una conversación entre dos personas o el lenguaje a señas.

Richard Braddock enfatiza otros puntos dentro de este sistema, como lo son las circunstancias y los efectos que provoca el mensaje en un determinado público, con lo que se adentra tanto en las impresiones como en el contexto donde se desarrolla el proceso.

Por otro lado, la comunicación vertical, observada generalmente en las empresas (lo cual no exenta a la sociedad en general), se caracteriza porque un líder provee los mensajes que son esparcidos gracias a las jerarquías de poder.

Las señales son seleccionadas dependiendo de la persona que lo emite, aquí los líderes de opinión son endiosados, sus palabras son tomadas como ciertas e incuestionables, no pueden ser discutidas o analizadas, se establecen

²¹ Ernesto César Galeano, *Modelos de comunicación. Desde los esquemas de “estímulo-respuesta” a la comunicación “contingente”*, Macchi, Argentina, pp. 19.

relaciones de desigualdad entre los individuos y, por lo tanto, no hay cuestionamiento, la información simplemente es aceptada.

Su contraparte, la concepción horizontal, habla de la igualdad de los individuos, donde cada uno de ellos utiliza la información proporcionada para realizar sus tareas, los comunicados son hechos por personas con igual poder, no hay sometimiento por parte de algún dirigente, el ambiente de equidad ayuda a la transmisión de las señales.

Los conceptos anteriores son los fundamentos para cualquier sistema comunicativo empleado por el hombre. A través de ellos trata de explicarse la transmisión de ideas.

1.3. ¿QUÉ ES LA RADIODIFUSIÓN?

Considerado como un medio masivo de comunicación, la radio, de manera básica, hace uso de las ondas hertzianas para transmitir los mensajes emitidos a través de sonidos.

En relación a este aparato puede decirse que "... es un medio exclusivamente sonoro y, en consecuencia, sólo interviene uno de los cinco sentidos, el oído, en la percepción de los mensajes emitidos a través de este medio"²². En el caso, los cinco sentidos no están concentrados para recibir el mensaje, por lo cual debe prestarse la debida atención al artefacto encargado de recibir los códigos sonoros.

En México, la radio es un aparato indispensable tanto en la vida personal como laboral de los individuos; gracias a ella las personas pueden estar

²² Amparo Huertas, *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*, Bosh comunicación, España, 1999, pp.15

informadas o entretenidas de manera práctica. Debido a su reducido tamaño y costo cualquier persona puede hacerse de uno de estos artefactos.

Según datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en el año 2004 dentro del país existían 1,416²³ estaciones tanto de Amplitud Modulada (AM), Frecuencia Modulada (FM) y de onda corta²⁴ distribuidas a lo largo del territorio nacional. Si se compara con los 658²⁵ canales de televisión, la radio no es tan impopular como se creería a primera vista. En 2008 la cifra radiofónica incrementa en 164 emisoras, es decir, existen 1,508²⁶ estaciones dedicadas este medio en México.

Sin embargo, para poder entender más a fondo las implicaciones tanto técnicas como prácticas de la producción radiofónica es necesario desglosar los conceptos inherentes al tema, lo cual es el objetivo del siguiente apartado.

1.3.1. CONCEPTOS TÉCNICOS DE LA RADIO

La magia del mundo radial empieza desde el momento de la planeación, donde las funciones a operadores, locutores, productores y demás personas participantes dentro de la realización son asignadas con el fin de crear los mensajes que serán emitidos de manera inmediata o diferida, dependiendo de si la emisión va en vivo o es grabada.

²³ Secretaría De Comunicaciones y Transportes, *Estaciones de radio y televisión concesionadas, permitidas y complementarias por entidad*, (en línea), México, Secretaria de Comunicaciones y Transportes, 2006, <http://www.portal.sct.gob.mx>, (Consulta, 17 de agosto de 2006)

²⁴ Véase anexo. Tabla 3

²⁵ Secretaría De Comunicaciones y Transportes, *Estaciones de radio y televisión concesionadas, permitidas y complementarias por entidad*, Op cit.

²⁶ Comisión Federal de Telecomunicaciones, *Infraestructura*, (en línea), México, Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2008, http://www.cofetel.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_infraestructura, (Consulta, 8 de septiembre de 2008).

Los mensajes son creados por el registro de la voz en ondas sonoras para lo que es necesario el uso de un micrófono; los sonidos se convertirán en señales eléctricas enviadas a una antena donde serán transmitidas hacia un aparato receptor que los convertirá nuevamente en sonidos viables de ser captados por el oído humano. Para entender de manera más profunda este proceso a continuación se profundiza en la parte técnica de las transmisiones radiales:

Como principio están las ondas electromagnéticas definidas como “... invisibles y silenciosas [...] son constituidas por movimientos ondulatorios [...] la diferencia entre los movimientos no está, por lo tanto, en su velocidad, sino en lo que se llama frecuencia, es decir, el número de ondulaciones que se producen en un segundo”²⁷. Éstas servirán como difusor de los sonidos emitidos y sólo podrán ser decodificadas en el caso de poseer un receptor adecuado.

La propagación de ondas son clasificadas conforme a su alcance, su medida es el Hertz²⁸, que representa la cantidad de veces que se repiten en un segundo, para fines radiofónicos ostentan la siguiente división:

BANDAS DE RADIODIFUSIÓN ²⁹	
Onda larga	150 KHz - 220 KHz
Onda media	530 KHz – 1 600 KHz
Onda corta	3 MHz - 30 MHz
Frecuencia Modulada	88 MHz - 108 MHz

Tabla 1: Clasificación de las bandas de radiodifusión

²⁷ Enciclopedia Cultural, *Radiocomunicación*, Volumen 13, UTHEA, España, 1958., pp.226.

²⁸ Según la enciclopedia Británica, descubiertas por Henrich Hertz en 1887.

²⁹ María Julia González Conde, *Comunicación radiofónica*, Universitas, S.A., Madrid, España, 2001, pp.82.

Su celeridad está basada en la velocidad de la luz³⁰, gracias a que ambas cuentan con las mismas propiedades de refracción, reflexión, difracción y polarización, según los estudios de Hertz.

Una vez determinada su rapidez puede conocerse la longitud de la misma, es decir, “la distancia que una onda electromagnética viaja en un periodo”³¹, ésta depende de cuan veloz sea su difusión.

En el caso de las ondas largas tienen una buena circulación tanto de día como de noche, son estables pero pueden interferirse entre sí, llegan más allá del horizonte.

La dispersión de las ondas cortas es mejor por la mañana, dependen de su emplazamiento para contar con una mejor recepción aunque transmiten bien a larga distancia no lo hacen con gran calidad.

Para la Amplitud Modulada (AM), “la propagación en la atmósfera de las ondas de radio de esta banda se hace de dos maneras; una, durante el día, es realizada por ondas que circulan por la superficie siguiendo la curvatura de la Tierra; y la otra durante la noche, se realiza por ondas del espacio o del cielo que escapan de la superficie y se reflejan en la ionosfera”³².

Eso quiere decir que las señales siguen la forma del planeta pero al mismo tiempo son reflejadas por la ionosfera hacia los receptores, lo cual incrementa su alcance aunque afecta la recepción; puede ser recibida en lugares lejanos, pero la fidelidad de la señal se ve comprometida.

A diferencia de las anteriores en la Frecuencia Modulada (FM) las ondas atraviesan la ionosfera sin rebotar, por lo cual dependen de la altura de la

³⁰ Aproximadamente 300 000 Km/seg.

³¹ María Julia González Conde, *Comunicación radiofónica*, Op. Cit., pp. 82.

³² Gabriel Sosa Plata, *Innovaciones tecnológicas de la radio en México*, Fundación Manuel Buen Día, México, 2004, pp. 45.

antena; tienen una calidad superior a las anteriores con lo cual pueden lograrse transmisiones estereofónicas.

La FM puede ser utilizada tanto de día como de noche sin mayor problema, posee una buena sintonización pero su cobertura es limitada por lo que es utilizada en radio local principalmente.

Otro punto a destacar es la migración de las bandas antes mencionadas a las digitales, lo cual pretende lograr la convergencia tecnológica misma que se encuentra en proceso de ser adoptada por el sistema mexicano una vez evaluados los diferentes formatos multimedia, entre los que destacan: el IBOC y el EUREKA, principalmente.

In Band On Channel o IBOC, por sus siglas en inglés, ya es usado en Estados Unidos y en la frontera norte de México, éste realiza una transmisión “hibrida”, es decir, puede ser tanto analógica como digital y sólo implementa alrededor de 30 KHz.

En el caso de EUREKA o Digital Audio Broadcasting (DAB) ha mutado al estándar DBM (Distal Multi Broadcasting), ésta ocuparía alrededor de 1.5 mega Hertz lo cual denota una gran calidad de sonido.

A pesar de lo anterior, la radiodifusión no son sólo antenas transmisoras o las ondas provenientes de ellas, para completarla es necesaria la parte humana que de vida a las señales.

1.3.2. ANTECEDENTES DE LA RADIO EN MÉXICO

De manera somera se tiene como antecedente directo de la radio al telégrafo, desarrollado en 1844 por F. B. Morse, este personaje dio paso a la creación del alfabeto que lleva su nombre; 40 años más tarde, el alemán Heinrich Hertz

demostró la existencia de ondas electromagnéticas; finalmente Guillermo Marconi llevó a cabo el proyecto del telégrafo inalámbrico, invento antecesor del radiorreceptor de hoy en día.

En un principio este descubrimiento fue una revolución: a finales de 1800 tuvo un propósito comunicativo casi exclusivo para la milicia, ya que con éste se enviaban mensajes telegráficamente en diferentes puntos del globo con fines bélicos.

Armand Balsebre comenta que la primer estación con programación regular (la KDKA) se estableció en Pittsburg, Estados Unidos hacia 1920³³, pero no fue hasta 1921 cuando la radio nació en México, “el 27 de septiembre de aquel año, Adolfo Enrique Gómez Fernández y su hermano Pedro instalaron un equipo transmisor de marca Forest con 20 watts de potencia en la planta baja del teatro Ideal de la Ciudad de México...”³⁴.

Con poca capacidad (de 350 a 500 kilociclos³⁵) se efectuaron los primeros programas radiofónicos, donde la mayoría del tiempo era cubierto por complacencias musicales. Todas las transmisiones eran realizadas en Amplitud Modulada.

Tres años más tarde se importaron los primeros receptores que podían ser adquiridos en “tiendas especializadas, como ‘La casa del Radio’, propiedad de Raúl Azcárraga Vidaurreta, hermano del fundador de la XEW, pero también se tenía la alternativa de construirlos con instructivos y diagramas”³⁶.

Para 1929 fueron asignados los indicativos, es decir, las claves con las cuales se reconocerían las señales mexicanas alrededor del mundo. En el caso de México las correspondientes eran de la XAA a la XPL, mismas que fueron distribuidas por la Secretaria de Comunicaciones y Obras Públicas de la siguiente manera: “XA para servicios de radiocomunicación, XB para servicios

³³ Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Catedra, Madrid, España, 1994, pp. 11.

³⁴ Gabriel Sosa Plata, *Innovaciones...*, Op. Cit., pp. 29.

³⁵ Ibid, pp. 43.

³⁶ Ibid, pp. 34.

generales, XD y XF para telegrafía, XC para el servicio marítimo, y XE para la radiodifusión”³⁷.

Poco a poco la competencia en este rubro se formó, pero la industria en el país fue establecida con la ayuda de Estados Unidos. En 1930 apareció la XEW, la cual junto con la XEQ -aparecida en 1938-, y la Cadena Azul de Clemente Serna Martínez -primera cadena radiofónica en México-, fundaron Radio Programas de México (RPM) en 1941, con lo que florecieron los programas comerciales en diferentes estaciones.

La complejidad de las transmisiones se hizo evidente, aparecieron las noticias, los programas de concursos y las radionovelas; programación destinada a públicos diferentes, pero eso no impidió la popularidad de este medio masivo de comunicación.

“En 1956 Emilio Azcárraga Vidaurte y Clemente Serna Martínez firmaron un contrato con la General Electric para importar 250 mil aparatos de radio y dotarlos a las clases humildes de México a precios sumamente económicos”³⁸. Esto popularizó el medio dentro de la República, el cual aún hoy es parte de la mayoría de los hogares mexicanos.

Para 1975, específicamente el 5 de junio, dentro del Diario Oficial de la Federación fueron determinadas las normas regulatorias para la transmisión de las radiodifusoras con lo cual se estandarizaron los servicios a una distancia de difusión de 535 a 1605 KHz. "En este documento, se precisa que pueden operar 107 canales con un ancho de banda de 10 KHz cada uno"³⁹, y que cada una de las frecuencias deberían ser separadas por 30khz para evitar las interferencias.

³⁷ Ibid, pp. 44.

³⁸ Ibid, pp. 39.

³⁹ Ibid, pp. 46.

En 1988 la Unión Internacional de Telecomunicaciones establece un acuerdo en el cual los países fronterizos deberán compartir 10 frecuencias con sus vecinos. "En este caso, nuestro país firmó el 11 de agosto de 1992 un convenio con Estados Unidos, mismo que entró en vigor el 30 de mayo de 1995"⁴⁰. Con estos dos documentos la regulación del medio empieza a consolidarse para dar pie a las normas actuales, mismas que están tratando de reformarse.

1.3.3. LA REALIZACIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS

En cualquier proceso comunicativo la creación de mensajes exige un nivel de especialización así como el correcto empleo de sus diversos componentes. En el caso de los programas destinados a este medio "Existen una serie de factores que condicionan la comunicación radiofónica, entre ellos: la audiencia, los recursos económicos y tecnológicos, las características propias del medio y el código expresivo utilizado"⁴¹.

Para poder llevar a un buen fin cualquier proyecto audiovisual es necesario pasar por tres etapas productivas, las cuales son: la preproducción, la producción y la postproducción.

Dentro del medio radial Mario Kaplun⁴² divide la creación de programas en tres fases: la emisión, que refiere a la enunciación de los contenidos y su conversión en ondas hertzianas; la transmisión, enfatiza el viaje de éstas por el aire; y la recepción, donde el radiorreceptor convierte las ondas en sonido para ser captadas por el oído humano.

⁴⁰ Ibid, pp. 47.

⁴¹ Miguel Ángel Ortiz Sobrino y Jesús Marchamalo, *Técnicas de comunicación en radio: la realización radiofónica*, Paidós, Barcelona, España, pp. 151.

⁴² Mario Kaplun, *Producción de programas de radio*, Cromocolor, Quito, 1994, pp. 88.

Antes de formular ideas para el desarrollo en una determinada emisión debe considerarse que “en una comunicación colectiva, como lo es la radiodifundida, nuestros destinatarios son múltiples y heterogéneos; cada uno tiene su personalidad, su ideología, sus experiencias, sus creencias y sus prejuicios⁴³”, elementos a tomar en cuenta por cualquier comunicador.

En este medio no es posible solicitar ayuda de las imágenes, su inmediatez no permite releer o detenerse para replantear puntos o analizar algo que fugazmente pudo ser dicho, sin embargo:

La razón por la cual la radio sirve para educar, informar, entretener, escuchar música, acompañar, vender, formar y enseñar, está dada por sus características; por sus ventajas y desventajas como medio de educación masiva. La importancia de que los ‘hacedores de radio’ conozcamos esas características es obvia, pues ese conocimiento nos ayuda a controlar el medio a ‘escribir’ para el oído, a venderlo, a disfrutar haciendo radio y, sobre todo, a percatarnos de la responsabilidad que significa trabajar en este medio electrónico.

Esas características propias de la radio nos obligan a hacer radio con normas que debemos respetar⁴⁴.

Si bien, por ser un medio de comunicación sus fines básicos son: educar, informar y entretener; pero también, como lo comenta Pilar Vitoria en la cita anterior, hace alusión a otros servicios como: escuchar música, acompañar, vender, entre otros.

Para desarrollar un programa radiofónico es preciso tomar en cuenta sus finalidades, pero antes de eso hay que considerar ciertos elementos, los cuales

⁴³ Ibid, pp. 104.

⁴⁴ Pilar Vitoria, *Producción radiofónica. Técnicas básicas*, Trillas, México, 1998, pp. 9.

formarán parte de la reproducción. En el caso de la radio deben considerarse las restricciones y ventajas relacionadas con el medio.

Realizar un programa radiofónico, no es únicamente colocar a una persona con "bonita" voz frente a un micrófono; ambientar con música de fondo mientras un individuo cuenta los últimos chismes del momento; o debatir un tema atropellando las intervenciones de los demás participantes.

No es lo mismo tener que entretener niños de 6 años con música infantil y un cuento; profundizar en temas sociopolíticos en los cuales los expertos son indispensables o llenar un espacio musical para adolescentes quienes buscan una identidad propia. La radio tiene sus reglas, sus principios y un lenguaje propio con el cual se apoyará para consolidar los mensajes.

1.3.4. LENGUAJE RADIOFÓNICO

En primer instancia se tendrá como definición general de lenguaje, la desarrollada por Saussure: "la organización formal de determinados elementos mínimos según ciertas reglas combinatorias"⁴⁵.

Por otro lado, también existe "...cuando hay un conjunto sistemático de signos que permite un cierto tipo de comunicación."⁴⁶, es decir, hay ciertos códigos desarrollados en un mensaje con los cuales los individuos intentan entenderse, dentro de los que caben las letras, gestos, o incluso colores, dependiendo del contexto.

El lenguaje sonoro es especial por la falta de imágenes para soportar un mensaje además de ser tan fugaz como la enunciación, por lo tanto debe ser lo suficientemente claro para lograr una buena realización y evitar caer en códigos abstractos, a menos que esa sea la intención.

⁴⁵ Enrico Carotini, *Elementos de semiótica general*, Gustavo Gill, Barcelona, 1979, pp. 9.

⁴⁶ Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Op. Cit., pp. 18.

Por medio de los sonidos somos capaces de transmitir sensaciones, conceptos o representaciones. O dicho de otro modo, a través del sonido codificamos una serie de signos, con los que el receptor crea determinadas situaciones o imágenes. Este código comunicativo presenta distintos niveles de percepción e interpretación, dependiendo de los mecanismos –rationales o emocionales- que intervienen en su proceso de descodificación⁴⁷.

La capacidad de los sonidos para transmitir mensajes es rica, no debe ser subestimada, en todo caso es el principio de la enunciación y la comunicación oral como la conocemos hoy en día. Cada tono, nota o inflexión de voz serán los elementos mínimos con los cuales se formarán los productos.

Las transmisiones en radio, carentes de imágenes con las cuales comunicar, utilizan elementos sonoras regidos bajo reglas específicas para la creación de sus emisiones, éstas son conocidas como “lenguaje radiofónico” y se definen de la siguiente manera:

... es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.⁴⁸

⁴⁷ Miguel Ángel Ortiz Sobrino, *Técnicas de comunicación en radio...*, Op. Cit., pp. 67.

⁴⁸ Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Op. Cit., pp. 27.

Por lo tanto se tienen ciertos elementos combinatorios usados para la difusión de mensajes a través de ondas hertzianas. Sin embargo, antes de llegar a ese punto, es menester presentar las características de la radio, mismas que son de suma importancia para entender la radiodifusión; según Pilar Vitoria, encontramos los siguientes elementos:

- *Inmediatez, instantaneidad y rapidez.* La velocidad de transmisión de los eventos en el momento en el que ocurren.
- *Actualidad.* Se enfoca en sus contenidos y a los diferentes sucesos de trascendencia a los que puede tener acceso en todo momento, gracias a eso los demás medios de comunicación dedican parte de su tiempo a monitorear ciertas frecuencias radiales con el fin de estar informados.
- *Credibilidad.* Debido a su naturaleza compacta puede acceder con más facilidad a los protagonistas de los hechos quienes tienen información de primera mano y por lo tanto veracidad.
- *Emotividad, intimidad y expresividad.* "El lenguaje hablado persuade, genera reacciones y emociones en el oyente"⁴⁹ en tanto que los mensajes son creados para ser producidos de manera directa, empática y clara.
- *Ubicuidad.* Esto se refiere a la cantidad de lugares en los cuales puede ser recibida la transmisión.
- *Cotidianidad en cuanto a que ésta forma parte de nuestra vida diaria.* Es algo normal caminar en la calle y escuchar algún aparato de este tipo, ver a algún estudiante que la utilice mientras realiza sus labores

⁴⁹ Pilar Vitoria, *Producción...* Op. Cit., pp. 10.

escolares o evitar la soledad en un momento determinado, "Esa compatibilidad del mensaje radiofónico con una gran diversidad de tareas ejecutadas por el receptor obliga al profesional de radio a emitir su mensaje de la manera más sencilla y concisa posible, pues la atención del auditorio, generalmente está dividida"⁵⁰.

- *Transportabilidad.* Gracias a la tecnología este medio ha evolucionado de un mecanismo para ser escuchado en las salas de las casas en compañía de la familia a uno de los más móviles, hablando en este sentido, ya no es necesario el sedentarismo para escucharlo, por el contrario, es un medio que se encuentra en cualquier lugar y puede ser transportado de varias maneras.
- *Costos.* Los costos de producción son relativamente bajos, especialmente si son comparados con la televisión.
- *Fugacidad:* Como consecuencia del uso de un solo sentido (el oído) para recibir los mensajes emitidos, la radio se encuentra ante una ventaja o un problema gracias a que "las palabras se las lleva el viento"; no existe un registro al cual el receptor pueda acudir una vez mandado el mensaje, éste es instantáneo y no hay manera de adelantarlo o retrocederlo.

Estas son características del medio, determinan su situación física ante una sociedad que la solicita como un medio de información, entretenimiento y cultura, pero estos no son todos los componentes necesarios para entender las difusiones radiales, ya que "La radio fundamenta la comunicación en la combinación de cuatro lenguajes diferentes: la palabra, el lenguaje musical, el lenguaje de los sonidos y el silencio"⁵¹.

⁵⁰ Ibid, pp. 11.

⁵¹ Miguel Ángel Ortiz Sobrino, *Técnicas de comunicación en radio...* Op. Cit., pp. 151.

Los elementos nombrados forman parte de los principios necesarios en el desarrollo de los factores productivos, sin embargo, existen otros más como los ruidos que no son tomados en cuenta por todos los autores. Una vez considerado lo anterior se tienen los siguientes elementos:

- *La palabra.*

También conocida como locución es definida como “la totalidad del sistema expresivo que constituye el lenguaje verbal”⁵², es una de las principales herramientas usadas en el medio, se realiza por personas con educación en la voz, aptas para ser entendidas a través del receptor radiofónico.

En un mensaje radiofónico deben emplearse palabras sencillas, fáciles de digerir por el radioescucha, sin adornos que terminen por confundir al oyente, ya que, entre los seres humanos muchas veces impera la ley del menor esfuerzo, “...hay una tendencia natural a conseguir las cosas con el mínimo esfuerzo posible. Si algo nos demanda excesivo esfuerzo, renunciamos a ello: preferimos otra cosa más fácil”⁵³.

Cabe destacar que la voz producida por los locutores generalmente puede ser calificada como amable y cálida, sin embargo, las tendencias o modas en los locutores varían dependiendo de la emisión.

Alrededor de la palabra se desenvolverán el resto de los elementos del lenguaje radiofónico, ya que “La dicción, el tono, el timbre de voz, acentúan determinado tipo de mensajes y signos”⁵⁴.

Por lo cual, para lograr una buena proyección del mensaje la selección de los personajes destinados a representar un papel, en una determinada producción, deben ser elegidos con detenimiento.

⁵² Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Op. Cit., pp. 22.

⁵³ Mario Kaplun, *Producción de programas de radio*, Op. Cit., pp. 88.

⁵⁴ Miguel Ángel Ortiz Sobrino, *Técnicas de comunicación en radio...* Op. Cit., pp. 73.

- *La música.*

Ésta desempeña cuatro funciones: la gramatical, donde hace de signo de puntuación separando bloques o temas en una misma nota, reportaje o emisión; expresiva se refiere a la creación de climas o perfiles de los personajes o participantes; es descriptiva cuando ayuda a ubicar escenas en un determinado lugar; su función reflexiva se lleva a cabo al ser usada como punto y aparte, es decir, una pausa breve, lo cual da tiempo de asimilar lo transmitido al escucha; y es ambiental cuando ayuda a crear parte de una situación.

Así mismo, la música puede usarse de diversas maneras en un solo programa, como lo especifica Mario Kaplun:

- *Característica.* Cuando se usa un determinado tema musical para la entrada del programa, puede ser conocido como “tema de presentación”⁵⁵. Va al principio y al final de la emisión.
- *Apertura.* Generalmente es utilizado para dar un lapso entre la presentación y los temas a tratar.
- *Cierre.* Es parecido a la apertura, pero en este caso es utilizado al final.
- *Cortina o cortinilla.* Separa los bloques en los cuales está dividida la transmisión.
- *Puente.* “Indica una transición de tiempo o un cambio de lugar”⁵⁶, es más corto que el anterior.

⁵⁵ Mario Kaplun, *Producción de programas de radio*, Op. Cit., pp. 171.

⁵⁶ *Ibidem*.

- *Transición*. Se usa para hacer un enlace entre dos escenas.
- *Fundido*. Realizado mediante la combinación de dos temas diferentes. Mientras uno incrementa su volumen hasta mantenerse en primer plano el otro disminuye hasta desaparecer. Ayuda al cambio de momentos temáticos.
- *Tema musical*. Puede ser considerado como *leave motive*. Es especial para un personaje determinado o de una situación.
- *Fondo musical*. Generalmente es un respaldo para las palabras, ocupa el segundo plano en el campo sonoro, es utilizada para amenizar textos largos o enfatizarlos.

Además de los mencionados por Mario Kaplun, existen otros más descritos por autores como Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo⁵⁷:

- *Golpes*. Son efectos con una gran carga dramática, tiene la función de acentuar un momento o personaje dentro de una producción.
- *Colchón*. Es un tema musical usado recurrentemente para dar continuidad a los argumentos.

En el empleo de la música no sólo es indispensable tomar en cuenta el tipo de programa del cual se está tratando, también importa el ritmo, mismo que hace más sencilla la asimilación de la información; un ejemplo de esto es demostrado en los llamados *jingles*⁵⁸, los cuales tienen una mejor retención por

⁵⁷ Miguel Ángel Ortiz Sobrino, *Técnicas de comunicación en radio...* Op. Cit., pp. 50.

⁵⁸ Tipo de spot o comercial donde la letra es cantada y va acompañado de música, misma que generalmente es hecha para una campaña o producto publicitario en específico.

parte del público debido a la canción que emplean en comparación de aquellos simplemente hablados.

Cada una de las funciones antes mencionadas son parte de cualquier exposición en radio, pueden encontrarse tanto en programas de opinión como en los musicales de corte juvenil o infantil, hasta en los spots publicitarios y no son exclusivos de algún formato en específico.

- *Efectos de sonido*

Los efectos especiales o sonidos, son aquellos usados para crear un ambiente determinado, puede ser suspenso, alegría, tristeza; esto depende de la intención del programa a desarrollar; también pueden acompañar a la música, complementarla o aparecer solos.

Sus funciones son: ambiental, con la cual se describe a los lugares donde es llevada a cabo la acción, generalmente son encontradas en el segundo plano; en la expresiva, donde los sonidos cobran efecto y enfatizan al contenido, éstos son emitidos en un primer plano; en el ámbito narrativo, funcionan de manera en la que se da continuidad a una historia, y la ornamental, cuando sirven para adornar una pieza, programa o transmisión.

Los efectos especiales son principalmente usados para las radionovelas o en las series, sin embargo, pueden emplearse en otros programas como los noticieros.

- *El ruido*

Aunado a los puntos anteriores están los ruidos los cuales son considerados como la interferencia que puede sufrir la señal en un momento determinado o aquellos sonidos ajenos a la transmisión como lo puede llegar a ser la estática.

Pueden ser “todo aquello que altera el mensaje e impide que éste llegue correcta y fielmente al destinatario...”⁵⁹, es decir, interrumpe el proceso de comunicación y vicia el significado de su contenido. En el sistema radiofónico representa un problema no poder corregir o controlar este tipo de situaciones debido a la unisensorialidad y fugacidad del medio.

Según las enseñanzas de Mario Kaplun⁶⁰ el ruido puede clasificarse de la siguiente manera: mecánico, cuando es generado por la emisora; fisiológico, sucede en el momento en el cual el receptor no capta el mensaje debido a algún impedimento de tipo físico; semántico, es en relación a los contenidos, los mensajes no tienen el mismo significado para el emisor como para el receptor; estructural, debido a la mala elección del formato para el tema tratado; y de presión, cuando las políticas de la empresa influyen en el mensaje.

Todos estos obstáculos deben encontrarse en la mente del productor y del locutor para intentar evitarlos en la medida de lo posible aunque no todos podrán ser solucionados u omitidos.

- *El silencio*

El silencio, a pesar de ser considerado como algo incómodo, es un vacío requerido en ciertas ocasiones para crear suspenso o resaltar algún diálogo o declaración precedente a él.

Es definido, en forma básica, como la ausencia del sonido; por medio de él se “provoca en el oyente sensaciones de expectación o inquietud. Adecuadamente utilizado, marca ciertos momentos de tensión dramática, aportando significados concretos a la secuencia sonora”⁶¹ logrando una significación por sí solo.

⁵⁹ Mario Kaplun, *Producción de programas de radio*, Op. Cit., pp. 101.

⁶⁰ Ibid, pp.107.

⁶¹ Miguel Ángel Ortiz Sobrino, *Técnicas de comunicación en radio...* Op. Cit., pp. 73.

Algunas personas pueden menospreciar este elemento por considerarlo como una falta de profesionalismo por parte del locutor al calificarlos de *tiempo muerto*⁶², sin embargo, puede ser un factor que ayude a la elaboración del mensaje; por lo tanto debe ser usado cautelosamente pero en ningún caso subestimado.

- *Los planos*

Además de los puntos resaltados anteriormente, dentro de la construcción de mensajes radiofónicos es preciso tomar en cuenta los planos⁶³ en que son realizados.

Éstos pueden dividirse en primer, segundo y tercero, los cuales se identifican gracias a la fuerza del sonido que llega a los oídos del receptor. El primer plano será el encargado de dar a conocer las voces o introducir al escucha en un ambiente o música; es el de mayor sonoridad, por lo tanto es el más demandante de atención por parte de un público.

Dentro del segundo plano se considera a la música de fondo o a aquellos efectos que detallan la transmisión, por ejemplo, el cantar de un búho o los grillos en una noche; hace de voz secundaria y complementan a los sonidos más fuertes. Por otro lado, el tercero son más detalles los cuales pueden ser agregados dependiendo del tipo de mensaje, son menos perceptibles que los anteriores.

Considerando los conceptos anteriores se entiende a un mensaje sonoro como “una sucesión ordenada, continua y significativa de ‘ruidos’ elaborados por las

⁶² Tiempo en el cual el locutor deja de transmitir sin motivo aparente, esto deja fuera a la intención de crear suspenso, puede ser considerado como un error por parte de la emisión debido a la falta de mensaje.

⁶³ Se refiere a la profundidad o intensidad de los sonidos a partir del más fuerte al más débil, mismos que darán ciertas características y funciones a los elementos del lenguaje empleados en un determinado momento.

personas, los instrumentos musicales o la naturaleza y clasificados según repertorios/códigos del lenguaje radiofónico”.⁶⁴

Es necesario conjuntar los elementos expuestos anteriormente, y ponerlos en práctica para el desarrollo de la radio, no todos son compatibles entre sí en todos los casos, pero es prioridad tomarlos en cuenta para obtener un producto variado, con ritmo y bien fundamentado.

1.3.5. FORMATOS RADIOFÓNICOS

Los formatos radiofónicos son una clasificación de los diferentes tipos de programas por realizar. Cada uno de ellos depende del uso original de los diferentes componentes del lenguaje radiofónico para lograr su éxito.

A grandes rasgos esta categorización puede ser definida en tres grandes rubros: los educativos, los cuales comprenden los programas culturales o que aportan ciertos conocimientos; los de entretenimiento, aquí se encuentran los musicales, las revistas o programas de variedad, entre otros; y los informativos, como lo son los noticieros, la entrevista, los programas de opinión y varios más.

Puede considerarse como el lineamiento del programa al tratamiento del tema por parte del productor, éste generalmente depende del objetivo a tratar o de la censura de la empresa, es uno de los puntos básicos para poder desarrollar los contenidos de una manera eficaz.

Existen varios rubros en los cuales se pueden clasificar a los programas, sin embargo, esto no quiere decir que aquellos “nuevos” no puedan formar parte de esta tipología. Algunos son propicios únicamente para radio o para televisión, sin embargo, hay otros realizados en ambos medios.

⁶⁴ Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Op. Cit., pp. 20.

Mónica Gutiérrez⁶⁵ menciona que esta categorización no es exclusiva e inmutable, por lo cual debe considerarse el público al que va dirigido (infantil, adolescente o adulto); el tipo de transmisión (en vivo o grabada), y el tema del programa (política, pintura, historia, cocina, natación, box, amor, odio...).

En la actualidad la radio tiende a migrar sus contenidos gracias al empleo de nuevas tecnologías como lo es el caso de Internet, donde pueden localizarse emisiones multimedia, es decir, páginas dinámicas con imagen y sonido, donde los formatos resultan ser más flexibles debido a la combinación de los recursos audiovisuales.

Si hablamos del radio receptor tradicional, Mario Kaplun⁶⁶ menciona tres formatos básicos originados por el protagonismo de la voz, en ellos se destacan los siguientes:

- *Monólogo*. Considerados como los más fáciles de realizar, aunque pueden ser lineales y monótonos debido a la participación de un solo locutor.
- *Diálogo*. Es multifacético, intervienen a partir de dos voces, lo cual puede hacer más dinámicas las emisiones. Sin embargo, no se debe hacer mal uso del recurso, ya que, en ese caso puede llegar a ser confuso para el escucha.
- *Drama*. Son similares a los diálogos, como en el anterior la variedad de participantes está presente. “Su rasgo principal reside en que desarrolla una historia, una anécdota, una situación concreta, con personajes dramáticos, los cuales son encarnados por actores”⁶⁷.

⁶⁵ Mónica Gutiérrez, *Manual de producción para T.V. Géneros, lenguaje, equipo, técnicas*, Trillas, México, 1997, pp. 47

⁶⁶ Mario Kaplun, *Producción de programas de radio*, Op. Cit., pp. 134.

⁶⁷ Ibidem.

La clasificación anterior obedece al número de hablantes dentro del producto, sin embargo, existe otra tipología relacionada con la forma de presentar la información, para Mario Kaplun los principales son⁶⁸:

- *Charla*. Generalmente es monologado, según el autor antes mencionado, tiene tres variantes: la expositiva, donde únicamente dan a conocer los hechos; la creativa, es vivencial, y la testimonial, se llevada a cabo por actores.
- *Noticiero*. Difunde eventos de último momento, puede considerarse como “conjunto o sucesión de noticias”⁶⁹, en este formato, la información debe ser concisa y sin rodeos.
- *Nota o crónica*. Expone los hechos a profundidad sin opiniones o comentarios.
- *Comentario*. A diferencia de la nota, en éste hay críticas sobre el tema a tratar, los juicios están incluidos e intenta formar uno en el radioescucha.
- *Diálogo*. Incluye la participación de dos personas quienes exponen un tema de interés general. Puede llegar a ser más dinámico que los informativos, sirve para plantear cuestiones de divulgación cultural de manera más profunda.
- *Entrevista informativa e indagatoria*. En estas conversan varias personas sobre un tema determinado. Kaplun hace una distinción entre ellas, las toma por separado gracias a que la primera trata de un diálogo entre dos o más personas, donde una es el entrevistado y los

⁶⁸ Ibid, pp. 135.

⁶⁹ Ibid, pp. 138.

restantes los entrevistadores, ésta es más amena que la indagatoria, ya que no es un interrogatorio.

- *Radioperiódico*. Es similar a los periódicos de papel, presenta noticias en diferentes inserciones.
- *Radio-revista*. No tienen un tipo de información en específico; pueden abordar varios tipos de secciones, únicamente presenta información de manera rápida y breve.
- *Mesa redonda*. Discute temas de interés, en su realización hay un locutor encargado de moderar, los invitados son expertos en los hechos a discutir y pueden estar a favor o en contra de lo sostenido en la mesa. Dentro de este tipo de formatos, también se encuentra el debate, en donde se buscan los diferentes puntos de vista para crear controversia.
- *Radio-reportaje*. Usualmente se desarrollan dentro de los noticieros ya que explican de manera más profunda los eventos de actualidad, en ellos hay exposición de las causas y consecuencias.
- *Dramatización*. A pesar de este género es “casi una ilusión, ausente en la gran mayoría de programaciones radiofónicas”⁷⁰ aún puede ser escuchado en el cuadrante, representa situaciones no reales dentro de ellos, pueden ser: unitarios, seriados y radionovelas.

Los primeros constan de una emisión solamente, en la cual suele presentarse un problema que es resuelto, los personajes son los mismos en cada emisión. En el seriado “cada capítulo presenta una trama independiente”⁷¹, pero con diferentes participantes por emisión. Por último la radionovela, también es dividida en capítulos, sin

⁷⁰ Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Op. Cit., pp. 12.

⁷¹ Mario Kaplun, *Producción de programas de radio*, Op. Cit., pp. 153.

embargo, la historia es más extensa la cual tiene continuidad entre cada una de sus partes y termina cada una de ellas con un clímax.

Sea cual sea la clasificación de la que se trate, éstos deben cumplir con dos importantes metas: "...reconstitución y recreación del un mundo imaginario y fantástico..."⁷², ya que, dentro de ellos la similitud con hechos reales será una de sus características principales.

Los puntos anteriores están basados en la estructura de las producciones pero si se hace una categorización de los mismos conforme a sus contenidos cambia su clasificación, Mónica Gutiérrez hace referencia a ellos⁷³:

- *Informativos*. Su fin principal es el de dar información al público; dentro de este apartado están principalmente los noticieros.
- *Concursos*. Dentro de este género existen invitados quienes jugarán el rol de participantes, quienes tratarán de llegar a una meta para conseguir un premio.
- *Musicales*. Tienen como eje la música, dentro de ellos mencionan Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo, puede hacerse una subdivisión con respecto a su estilo, es decir, si se trata de una lista de éxitos, es un programa de peticiones o tiene su base en algún género musical.
- *Programas especiales*. Son esporádicos, no tienen un lugar propio dentro de la barra de programación, se producen cuando hay algún acontecimiento especial.

⁷² Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Op. Cit., pp. 14.

⁷³ Mónica Gutiérrez, *Manual de producción para T.V. Géneros, lenguaje, equipo, técnicas*, Op. Cit., pp.47-51.

- *Deportivos*. Dan información sobre el mundo del deporte, pueden ser resúmenes de algún evento o comentarios acerca de él.
- *Educativos*. Trasmiten conocimiento, generalmente están enfocados a una audiencia infantil, sin embargo, pueden existir aquellos destinados a la educación adulta.
- *Religiosos*. En ellos se muestran los ritos de las diferentes doctrinas que se patrocinan.

Es necesario diferenciar entre los formatos y las temáticas o géneros a los cuales recurrir en un determinado momento, mientras los primeros tienen relación a la forma de presentar los contenidos los segundos se enfocan en un tema en específico. Sea como sea, cualquiera de los dos pueden ser seleccionados con base en el tratamiento de la información manejada y a la dinámica a la cual se pretende llegar.

2. RADIO EDUCATIVA

La radio, como todo medio de comunicación masiva, ostenta dentro de sus fines el informar, entretener y educar, mismos que se observarán en conjunto o por separado dentro de los programas transmitidos en el cuadrante.

Sí bien, los productos musicales junto con los noticiosos ayudan a cumplir las dos primeras finalidades, la última está descuidada principalmente por la falta de emisoras de servicio público.

En el caso de México, existen alrededor de 377¹ estaciones consideradas como permisionadas, es decir, utilizan el espacio aéreo para la transmisión de las ondas electromagnéticas sin fines de lucro, las cuales son asignadas a entidades públicas como instituciones de gobierno, educativas y culturales.

Por otro lado, las llamadas concesionadas (alrededor de 1233²), conocidas también como “comerciales”, ocupan la mayor parte del cuadrante, y obtienen ganancias por sus emisiones, pero son pocas las que dedican parte de su tiempo a la educación o la cultura.

No existe ninguna fórmula para llevar a cabo programas educativos o culturales, cada uno de ellos tiene características propias, las cuales se ven reflejadas en el uso específico del lenguaje radiofónico o formato empleado para su desarrollo.

¹ Comisión Federal de Telecomunicaciones, *Infraestructura*, Comisión Federal de Telecomunicaciones, México, <http://www.cofetel.gob.mx>, (Consulta, 8 de septiembre de 2008).

² *Ibidem*.

En este apartado hay un esbozo de lo que es la radio educativa a través de la historia hasta el momento actual, sus principales sucesos así como protagonistas.

2.1 BREVE HISTORIA DE LA RADIO EDUCATIVA EN MÉXICO

Las innovaciones que ha experimentado la radio a través de los años le han dado las herramientas necesarias para sobrevivir ante sus competidores históricos como lo son la televisión, los acetatos, cassettes o los dispositivos digitales como el *mp3*, el *Ipod* o las *webcast* -transmisiones vía Internet-.

En sus inicios el medio fue considerado como un medio novedoso por el cual las comunicaciones a largas distancias se hacían más sencillas, fluidas, efectivas y rápidas, convirtiéndose en un parte aguas en los anales de las telecomunicaciones.

Ya se ha visto anteriormente las generalidades históricas de la radiofonía, sin embargo, en este momento es preciso hacer un recuento a su sentido educativo.

La comunicación y la educación son los elementos principales de las transmisiones de servicio público. Estos dos elementos son mezclas para formar un producto comunicativo rico en cultura.

En este proceso de construcción social, mediante la comunicación y la participación en un proyecto común, la educación juega un papel estelar, ya que comunicación y educación son significados complementarios de la misma acción transformadora de la realidad.

La educación se produce en la comunicación, y la comunicación se enriquece en la experiencia educadora.³

Ninguno de los dos términos está peleado, los programas de este tipo se han llevado a cabo a lo largo de la historia de la radiodifusión tanto a nivel mundial como en el país. La evolución de los productos educativos ha sido gradual y obedece a las necesidades de un público específico.

Carolina Arteaga, a través de su ensayo "*Un paso por la historia de la radio*"⁴ menciona a Fernando Pazos Sosa, como uno de los fundadores de una radio interesada en la enseñanza, "... pues fue él quien se interesó por concienciar a la sociedad con programas educativos por el bien común"⁵.

Puede decirse que el inicio o desarrollo de la educación a través de la radio está relacionado estrechamente con la deserción en las escuelas manejadas a través del sistema escolarizado formal, a la falta de recursos por parte del Estado mexicano, y a la inaccesibilidad enfrentada por algunas poblaciones para poder hacer del aprendizaje algo presencial.

Gracias a la ubicuidad, transportabilidad, actualidad e inmediatez, así como los costos que representa el medio para el usuario⁶, resulta accesible para la mayor parte de la población tanto rural como urbana, lo que la vuelve viable para llegar a un número de escuchas con necesidades de aprender.

En su momento las transmisiones radiofónicas fueron una de las alternativas más aceptadas para evitar el rezago educativo y el analfabetismo de la gente en el interior del país. Aún hoy es considerada como una herramienta eficaz para difundir saber a largas distancias.

³ Ángel Gómez Moreno, *Una teoría contemporánea de la educación*, Op. Cit., pp. 22.

⁴ Carolina Arteaga Et., Al., *Un paso por la historia de la radio*, Razón y Palabra, México, <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/carteaga.html>, (Consulta: 29 de Abril de 2007).

⁵ Ibidem.

⁶ Véase capítulo 1.2.3 Lenguaje radiofónico.

Como una de sus piedras fundamentales en México hace presencia la primer estación educativa hacia el año de 1924. Perteneciente a la Secretaría de Educación Pública, la cultura y la enseñanza obtienen un canal a nivel nacional con el cual se logró hacer frente a las debilidades educativas de la época.

En un principio, con Maria Luisa Ross como Directora de la entonces Dirección de Extensión Educativa, la emisora ostentaba el distintivo CYE en los 560 kilo Hertz del cuadrante.

Para 1928 formó parte de la Oficina de la Obra de Extensión Educativa por Radio, en ese momento tomo la sigla XFX; en 1937 se convirtió en el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad de la SEP, por lo cual mostraba las letras XEDP⁷.

Radio Educación como tal vio la luz en el año de 1946, doce meses después la estación pasó a manos de la Secretaría de Gobernación para finalmente resurgir en 1968 bajo la dirección Álvaro Gálvez y Fuentes y Antonio Castillo Ledón quienes fueron los pilares de la estación como la conocemos hoy en día.

Actualmente su programación es transmitida por el 1060 de Amplitud Modulada además de la onda corta (6185 Khz.), con la cual llega a espacios internacionales.

Las transmisiones llevadas a cabo por esta difusora son realizadas por medio del sistema de EDUSAT⁸, con lo que llega a toda la República Mexicana, algunas zonas de Centroamérica y la frontera sur de Estados Unidos; así mismo, su dirección electrónica⁹ permite disfrutar de sus contenidos vía Internet.

⁷ Carolina Arteaga, Et., Al., *Un paso por la historia de la radio*, Op. Cit.

⁸ Red Satelital de Televisión Educativa.

⁹ Radio educación: <http://www.radioeducación.edu.mx>

Hoy en día es considerada como una de las principales fuentes de educación y cultura dentro de los medios de comunicación, por lo tanto uno de los modelos a seguir más fuertes dentro de este ramo.

Por otro lado esta estación no fue la única en operar en la República Mexicana; en 1955 el término de “escuelas radiofónicas” es empleado en Chihuahua con el fin de propagar contenidos elementales; este programa estaba a cargo de las misiones jesuitas del lugar.

Quince años más tarde aparece el “*Fomento cultural educativo*”, de donde se desprenden dos tipos de educación en la radio: uno dirigido a los grupos de escasos recursos con el objetivo de capacitar a las personas para el desarrollo de la vida; el otro, llamado “*Escuela radiofónica*”, tenía el fin de alfabetizar a través de grabaciones con temas de español y matemáticas. Ambos proyectos sólo fueron de impacto local dentro del estado de Veracruz a través de la XEJN.

Lamentablemente, a pesar de los resultados obtenidos contra el rezago educativo, las emisiones de este tipo presentaron ciertos inconvenientes como lo fue la migración en ciertas comunidades con el fin de completar la instrucción o emplear los conocimientos adquiridos.

Con el tiempo la estación veracruzana se convirtió en la XEJN-OC; el proyecto pretendió impulsar la educación no formal y dar voz al pueblo. Además se usaron diversos formatos como la entrevista, los programas de noticias e incluso radionovelas, “esta nueva programación se generó sobre temas con interés social y de capacitación, donde incidía el pueblo de manera más directa al informar sobre las actividades locales”¹⁰.

Para 1981¹¹, la rama de la Secretaría de Educación Pública fue la encargada de realizar campañas contra el rezago educativo, a través del

¹⁰ Carolina Artega, *Un paso por la historia de la radio*, Op. Cit.

¹¹ Instituto Nacional de Educación para los Adultos, *¿Quiénes somos?*, INEA, México, <http://www.inea.gob.mx>, (Consulta: 8 de Mayo de 2007).

Programa Nacional de Alfabetización que más tarde dio pie al Instituto Nacional de Educación para los Adultos (INEA).

A partir de ese momento, la educación para quienes no pudieron completarla o pretendían retomarla tomó otro significado. La enseñanza ya no era exclusiva de los salones de clases, sino que ya existía una nueva manera en la cual los contenidos se difundían.

Como primera estrategia la SEP programó semanalmente su emisión de radio, la cual era transmitida en todas las delegaciones¹² del INEA. Los propósitos eran: “establecer comunicación entre alfabetizados y adultos, concienciar a los analfabetas para que se integraran a grupos de estudio, así como motivar a los estudiantes a la no deserción mediante un ambiente de participación”¹³.

Su segundo proyecto radiofónico estuvo concentrado en “la palabra generadora”¹⁴, en el cual eran incluidos materiales por escrito así como la intervención de un asesor quien dirigía la clase además de tener contenidos alfabetizadores también trataban problemáticas sociales. A pesar de las nuevas tecnologías de la época, la enseñanza resultaba limitada y repetitiva, la distribución de los contenidos en ese entonces eran los siguientes:

“Estaba constituido por doce sesiones, 102 programas radiofónicos de 25 minutos aproximadamente, de los cuales 80 programas estaban dedicados al aprendizaje de lectoescritura, 21 al aprendizaje de operaciones matemáticas y uno más para cerrar la sesión con aspectos didácticos”¹⁵

¹² Así se denomina a cada uno de los centros educativos dependientes del INEA localizados en los estados de la República Mexicana. De ellos dependen las “Plazas comunitarias” las cuales son los salones donde se imparte la educación.

¹³ Carolina Arteaga, *Un paso por la historia de la radio*, Op. Cit.

¹⁴ Parte del modelo educativo donde a partir de los sonidos de una palabra (generalmente el nombre del estudiante) pueden generarse otras. Es implementado para la alfabetización al ser una herramienta para la escritura.

¹⁵ Carolina Arteaga, *Un paso por la historia de la radio*, Op. Cit.

Dentro de este sistema las herramientas radiofónicas era utilizadas para crear un contexto social de cada delegación, además contaba con radionovelas que servían como guía de uso para la palabra generadora.

En el año de 1989 el método empleado cambió al llamado “*Mundo de las letras*”, el cual estaba constituido por 70 programas de media hora. En éste se implementaban los materiales usados anteriormente.

Sin embargo, no todo fue buenaventura, en 1991 el INEA sufrió un revés por parte del gobierno federal, lo que provocó un declive en sus actividades, especialmente aquellas relacionadas con los medios de comunicación.

Hoy en día los medios empleados para el desarrollo de la educación están basados en las plazas comunitarias y en los módulos del Modelo de Educación para la Vida y el Trabajo (MEVyT) con los cuales se pretende alfabetizar y brindar los conocimientos necesarios para el desarrollo social de las personas.

Actualmente “el INEA tiene el propósito de preservar la unidad educativa nacional para que la educación básica de las personas jóvenes y adultas se certifiquen con validez en toda la República”¹⁶, pero esta empresa ya ha sido rebasada gracias a su cobertura, ya que por medio de Internet se ha extendido al sur de Estados Unidos, lo cual, hasta mayo de 2007 significaba alrededor de 9 154¹⁷ educandos en ese país.

Poco a poco las emisiones y los contenidos fueron evolucionando hasta lo que ahora podemos encontrar en ciertos puntos del cuadrante; dentro de las principales emisoras nacionales dedicadas al servicio público se encuentran: Radio Educación, Radio UNAM y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

¹⁶ Instituto Nacional de Educación para los Adultos, *¿Quiénes somos?* Op. Cit.

¹⁷ Ibidem.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta la experiencia de Radio Educación en el rubro, así como la teoría empleada en la principal institución educativa: el INEA, quien es el principal exponente en el desarrollo de técnicas formativas a través de los medios de comunicación

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS EDUCATIVOS

Dentro de los formatos mencionados en el capítulo anterior los programas pedagógicos no encajan como uno solo, éstos pueden tener variaciones o hasta convertirse en híbridos. Carolina Arteaga¹⁸, divide a los modelos educativos de la siguiente manera:

- *Modelo dialéctico*. Tiene que ver con el paso de los conocimientos gracias a la interacción humana, la comunicación interpersonal es considerada como un sistema debido a las funciones y relaciones llevadas a cabo por la gente durante el transcurso de sus vidas.
- *Comunicación educativa*. Héctor Torres lo especifica como un sistema social el cual está relacionado con la realidad, la historia y la sociedad en la que se desarrollan los individuos; por lo tanto, la comunicación es vinculada con los hechos sociales.

La educación tiene como base la transmisión de conocimientos útiles socialmente, lo cual puede ser llevado a cabo principalmente de manera verbal o escrita; pero la asimilación de dicha información estará a cargo de la disposición del educando y su capacidad de aprendizaje.

¹⁸ Carolina Arteaga, *Un paso por la historia de la radio*, Op. Cit.

Venus Armenta Fraga expone las principales características para el desarrollo de la comunicación educativa¹⁹:

- Impulsar la modernización educativa para replantear, redefinir e incorporar, las estrategias, contenidos y métodos más convenientes en cada nivel educativo.
- Combatir el rezago educativo, disminuir la deserción y reprobación escolar.
- Revisar y actualizar los planes o programas de estudio de educación básica.
- Renovar los libros de texto gratuito.
- Ampliar la oferta educativa en zonas rurales de difícil acceso así como a los grupos étnicos.
- Desarrollar conocimientos, habilidades, destrezas y aptitudes para el desempeño eficiente de actividades productivas u oficios calificados.
- Priorizar la construcción y equipamiento de espacios de educación preescolar y secundaria en zonas rurales.
- Dotar a las escuelas de mobiliario y equipo suficiente.

Por lo tanto las transmisiones encaminadas a la formación se mueven en lo social debido a la relevancia de su contexto y al beneficio proporcionado. “Así, para que un acto comunicativo lleve el adjetivo de educativo, debe mantener

¹⁹ Venus Armenta, *El papel de la comunicación educativa dentro de la sociedad compleja*, Razón y Palabra, México, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n13/comedu13.html>, (Consulta: 28 de Agosto de 2007).

una relación directa con el sistema social y las instituciones encargadas de validar la educación”²⁰.

Carolina Artega define tres tipos de comunicación²¹ formativa con diferentes objetivos entre sí, los cuales son especificados a continuación:

- *Comunicación para los medios.* Tiene como fin el entendimiento por medio del uso de las nuevas tecnologías, como la televisión y la radio, con los cuales el educando tenga contacto.
- *Comunicación en el aula.* Hace referencia a la llevada a cabo dentro del aula de clases, donde existe únicamente la presencia de un profesor,
- *La comunicación por los medios.* En ella, los medios de comunicación son indispensables, se vuelven instrumentos necesarios para la propagación de nociones dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los medios de comunicación son indispensables conforme la sociedad se adentra al mundo digital, la tecnología es parte del proceso educativo y no sólo en cuanto a computadoras se refiere. Un ejemplo de ello es enciclomedia donde las clases se vuelven audiovisuales e interactivas.

En el caso de los programas radiofónicos, éstos pueden ser una propuesta viable para llegar a las personas que viven en comunidades apartadas donde el acceso a la educación no es cosa de todos los días.

²⁰ Carolina Arteaga, *Un paso por la historia de la radio*, Op. Cit.

²¹ *Ibidem*.

Las finalidades pedagógicas (apuntan a dispensar enseñanza directa o indirecta, formal o no formal) y las situaciones de aprendizaje (en las aulas, los centros comunitarios o en el hogar) de la radiodifusión educativa, permiten combinaciones que pueden responder adecuadamente a diversas necesidades²².

De esta manera, los diferentes programas, conceptos, contenidos y destinatarios tienen una meta específica dependiendo de sus necesidades. El desarrollo didáctico estará ligado a la alfabetización, la enseñanza de idiomas, instrucciones prácticas para la vida o cambiar el comportamiento de un grupo social con respecto a cierto evento o acción. Ana María Pepino²³, menciona las siguientes estrategias para el desarrollo educacional de las emisiones:

- *Emisión abierta*. No existe el material didáctico complementario a la transmisión “Se producen y emiten mensajes sin ninguna actividad organizativa de la audiencia”²⁴.
- *Grupos habituales de recepción*: A diferencia de la última estrategia existe una organización de los destinatarios mismos quienes contarán con el apoyo de supervisores y de la discusión de los mensajes. Pueden existir o no acciones derivadas de lo aprendido.
- *Campañas*: Este tipo de emisiones están ligadas al campo de la publicidad, refieren a la combinación de los puntos anteriores en cuanto a que se pretende provocar un determinado acto en un lapso de tiempo determinado.

²² María Pepino, *Radiodifusión educativa*, Op. Cit. pp. 76.

²³ Ibid, pp. 77

²⁴ Ibidem.

No importa cual de las estrategias sea empleada, cada uno de ellos debe complementarse con las características, lenguaje y formatos radiofónicos anteriormente vistos.

En el caso de la radio educativa no formal, los contenidos estarán dedicados a la instrucción y no precisamente a la validación de algún grado académico; es decir, se enfocarán a temáticas ligadas a la vida y al trabajo más que a la alfabetización.

La mayoría de los contenidos de este tipo son materializados en estaciones permisionadas, es decir, dependen del gobierno o de instituciones educativas; como ejemplo podemos encontrar a Radio Educación y Radio UNAM.

En la modalidad de Amplitud Modulada, se localizan en el Distrito Federal y área metropolitana además de las mencionadas en el párrafo anterior: Radio Mexiquense y aquellas pertenecientes al IMER, aunque cabe destacar que la mayoría de los contenidos dentro de AM son de tipo noticioso.

Por otro lado en la Frecuencia Modulada, además de las grandes cadenas -Radio Centro, ACIR, Televisa Radio, MVS Radio y el IMER-, se encuentran Radio Universidad Iberoamericana, Frecuencia CEM, El Politécnico en Radio y Radio Universidad.

2.2.1. LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA EDUCACIÓN NO FORMAL

Como se ha especificado anteriormente, la educación “no formal” se caracteriza principalmente por llevarse a cabo fuera de las aulas además de no contar con un certificado que la avale. De manera más específica es considerada como una “practica educativa que consiste en dejar expansionar

todas las tendencias en plena libertad, sin intentar forzarlas o ni siquiera orientarlas²⁵.

Por lo tanto puede ser considerada como aquella que proporciona herramientas para una mejor convivencia social. De esta manera apoya la interacción entre individuos; no está hecha para personas que se preparan para desarrollarse en la vida, sino para quienes la viven.

Como ejemplo de lo anterior se encuentran los contenidos del INEA, que van desde la creación de jabones hasta la difusión o explicación de trámites en institutos oficiales con la cual se intenta asegurar una mejor vida para aquellas personas quienes cuentan con rezago educativo.

Los alumnos, no son estudiantes de tiempo completo; están viviendo y no preparándose para la vida; desean aplicar lo que aprenden para solucionar problemas económicos, sociales y políticos que son inmediatos y reales...²⁶.

Poco a poco la comunicación y la educación son solidificadas para trabajar de manera conjunta en la trasmisión de conocimientos, pero para entenderlo mejor es menester comprender cuales son las interrelaciones entre estas dos disciplinas.

Se debe tener en consideración las características de la educación antes mencionadas, mismas que hacen referencia a la erradicación del atraso en la instrucción de los adultos así como las peculiaridades del medio masivo en cuestión.

²⁵ Paul Foulquié, Op cit., pp. 149.

²⁶ Ana María Pepino, *Radiodifusión educativa*, Op. Cit., pp. 33

2.3. CRÍTICA A LOS PROGRAMAS EDUCATIVOS

Actualmente las radiodifusoras nacionales cuentan principalmente con programación de carácter musical enfocada a los niños, jóvenes y adultos con una gran variedad de gustos musicales.

Otros más son encargados de los programas noticiosos enfocados en dar información local, nacional e internacional además de proporcionar una opinión política, económica o social.

Ambos rubros de la radiodifusión, tanto el de entretenimiento como el noticioso, se encuentran en una constante competencia por la atención de los radioescuchas.

Por otro lado, los programas culturales y educativos ocupan una pequeña porción de las bandas de transmisión, donde sus contenidos se orientan más a la transmisión de contenidos enriquecedores.

Si bien no pueden ser considerados como herramientas para los planes de estudios impuestos por la SEP, en su mayoría las emisoras como Radio Educación y algunas pertenecientes al IMER transmiten mensajes didácticos enfocados en dejar conocimientos viables de ser aplicados por los receptores en un determinado momento.

Con respecto a los programas que el INEA desarrolló en antaño, como *“El que sabe, sabe”*, se acerca más a un concepto de información útil para aquellos quienes viven en ciudades o pueblos, puesto que trata temas de interés general y no tan especializados.

En contexto general, la educación en radio se ve restringida por las emisoras comerciales y son pocos los intentos por ayudar a las aulas o personas que por alguna u otra razón han dejado a un lado la instrucción formal, es decir, han abandonado la escuela por diversas razones.

Sin embargo, estas transmisiones pueden ser afectadas por factores no sólo provenientes de la producción y creación de contenidos, sino de la recepción de los mismos y el patrocinio para su difusión.

El empleo de los medios de comunicación con fin de servicio público es una tendencia reducida a las difusoras públicas pertenecientes al gobierno o a instituciones educativas quienes ven en sus contenidos una manera de beneficiar a la sociedad.

Esta tendencia se vuelve un pilar fundamental para la transmisión de conocimientos esenciales dentro de cualquier sociedad donde sus integrantes estén ávidos de saber.

En México, la radiodifusión educativa puede llegar a ser un instrumento no sólo para llegar a quienes radican en las ciudades, sino también en las zonas rurales del país.

Actualmente existen producciones educativas de gran calidad, pero las necesidades de la población cambian constantemente. Por lo tanto, la programación no puede seguir recetas de éxito sino que deben evolucionar junto con sus receptores.

La creatividad debe ser un requisito en las nuevas producciones relacionadas con la programación cultural donde un público dinámico logre obtener un gran número de opciones radiales que favorezcan sus inquietudes.

3. PROPUESTA DE PRODUCTO RADIOFÓNICO COMO HERRAMIENTA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE NO FORMAL

Como se observó en los capítulos anteriores, la estrecha relación entre los conceptos de esta investigación pretende dar como resultado un producto radiofónico capaz de ser una herramienta en el proceso de enseñanza-aprendizaje para las personas que han abandonado la escuela.

Por ningún motivo se pretende ser parte de la educación formal, para lo cual sería necesario, además de un producto radiofónico, un asesoramiento y una forma de legalizar los cursos contenidos dentro de las emisiones.

En esta última sección las características de la radio como el lenguaje, formato y género se entrelazarán en el proceso de comunicación llevado a cabo en las emisiones para la difusión de las ideas.

Aquí podrán encontrarse los detalles de un caso práctico destinado a un público objetivo definido. Un proyecto desglosado en presupuesto, recursos técnicos, humanos, una escaleta y un guión correspondientes a una primer emisión. Lo necesario para establecer los parámetros obligatorios para lograr la realización de un producto particular con estándares establecidos.

La conjunción de la teoría y la práctica radicarán en el presente apartado, donde la magia de la radio tomará forma de palabras que posteriormente podrán convertirse no sólo en sonidos sino en una opción de radiodifusión encaminada al servicio público.

3.1 DEFINICIÓN DEL PÚBLICO

Para ejecutar este capítulo se recurrió a la aplicación aleatoria de 150 encuestas, las necesarias para obtener un 99 por ciento de fiabilidad y un cinco por ciento de error para una población de 1,745,956¹ personas en un universo de 33 476 247² individuos con estudios interrumpidos.

La muestra, considerada como “el conjunto de elementos de los que se toma información”³, estuvo constituida por hombres y mujeres, de 15 a 65 años de edad con la característica de contar con rezago educativo, es decir, no terminaron la secundaria o la primaria por algún motivo, además de radicar en la Ciudad de México o área metropolitana.

Para llevar a cabo el muestreo se solicitó del apoyo de las Plazas comunitarias del INEA en el Distrito Federal debido a que estos lugares acuden personas con estudios interrumpidos.

Si bien el resultado de esta investigación no es la de crear una herramienta para el Instituto Nacional de Educación para los Adultos, lo es el apoyar a las personas quienes por un motivo u otro tienen un atraso en su vida escolar y se encuentran en busca de conocimientos.

Por lo tanto para definir las necesidades y el estatus socioeconómico del público objetivo se aplicó un cuestionario⁴ de 23 preguntas donde se obtuvieron los siguientes resultados:

¹ Instituto Nacional de Educación para los Adultos, *Rezago educativo*, (En línea), México, Instituto Nacional de Educación para los Adultos, <http://df.inea.gob.mx/>, (Consulta 23 de abril de 2008).

² Marisela Ruiz, Massieu, *Foro CONEVyT-INEA 2007, Educación continua para la vida y el trabajo. Alfabetización y educación básica*, (en línea), México, Instituto Nacional de Educación para los Adultos, <http://www.inea.gob.mx/foros/mesa2.html>, (Consulta 23 abril de 2008).

³ César Pérez, *Técnicas de muestreo estadístico. Teoría, práctica y aplicaciones informáticas*, Alfaomega, México, pp.21.

⁴ Véase anexo.

El género (mostrado en el gráfico uno) está dividido en masculino y femenino, con lo que se obtuvo una representación de hombres del 53 por ciento contra un 43 de las mujeres.

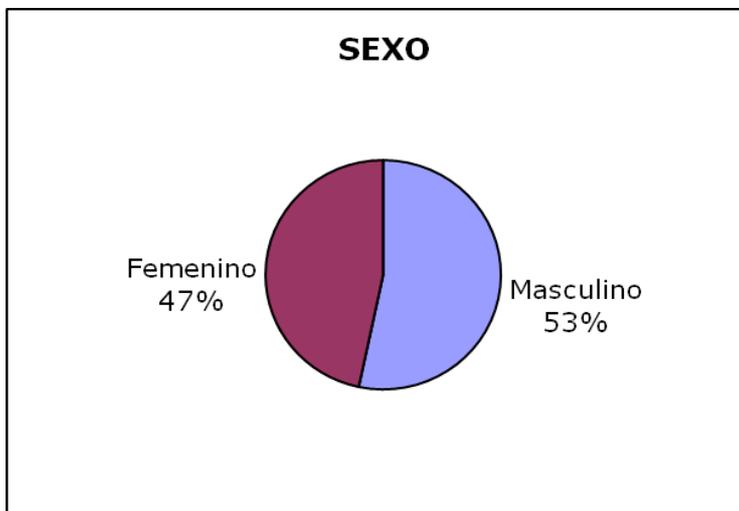


Gráfico 1: Sexo

En cuanto al estado académico se fraccionó en: ninguno, primaria, secundaria y preparatoria. Esta pregunta fue realizada con el propósito de perfilar a los encuestados.

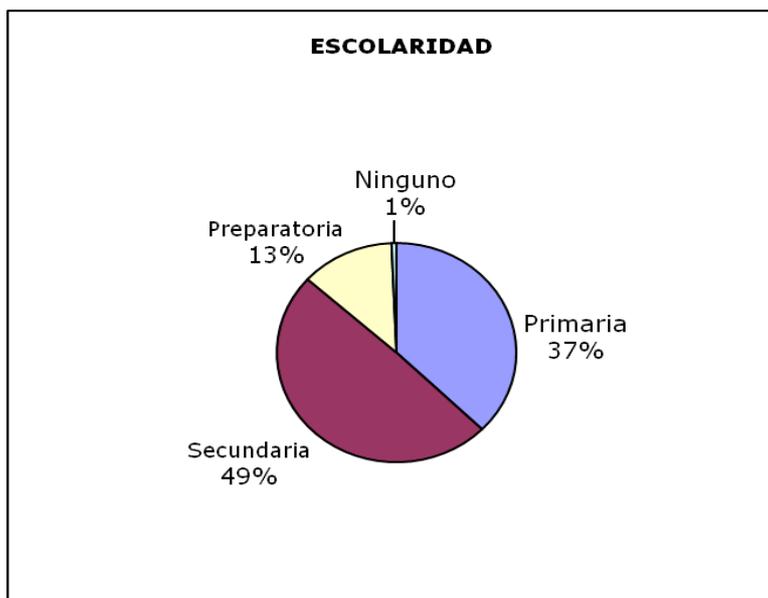


Gráfico 2: Escolaridad

Como se observa en la imagen anterior, las personas que tienen una escolaridad de primaria y secundaria son del 37 y 49 por ciento respectivamente; quienes cuentan con preparatoria incompleta son representadas por 13 de cien individuos, mientras que el resto no tiene ningún tipo de educación, con lo cual los parámetros del nivel académico se respetan al no sobrepasar la tercer etapa del sistema educativo formal.

Por otro lado, la edad de los encuestados también forma parte esencial para el concepto de rezago educativo, ya que deben contar con más de 15 años, de lo contrario no pueden incluirse dentro del grupo de estudio.

Con respecto a este apartado hay individuos desde el mínimo requerido para ser considerados hasta adultos mayores, este factor se comportó de la siguiente manera:

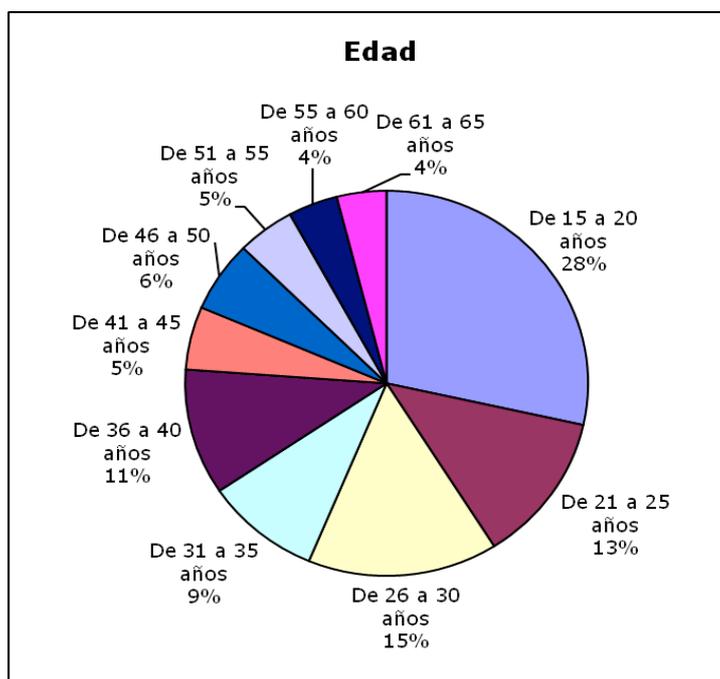


Gráfico 3: Edades

La agrupación de los años de cinco en cinco se realizó para evitar realizar una gráfica por cada una de las edades desde los 15 a los 65 años. El

segmento más popular corresponde al primer intervalo cuantificado, conforme los individuos alcanzan la madurez los espacios se hacen cada vez más pequeños, aunque el promedio se sostiene en los 31.2 años.

Por otro lado se encuentra el esbozo socioeconómico de la muestra para lo que se procedió a establecer el estado civil. El grupo dominante lo constituyen las personas solteras seguidas por las casadas; las divorciadas quedan en último lugar. Cabe destacar que en el apartado de “otros” se aglomera a aquellos que son viudo/as, viven bajo el régimen de unión libre o están separados.

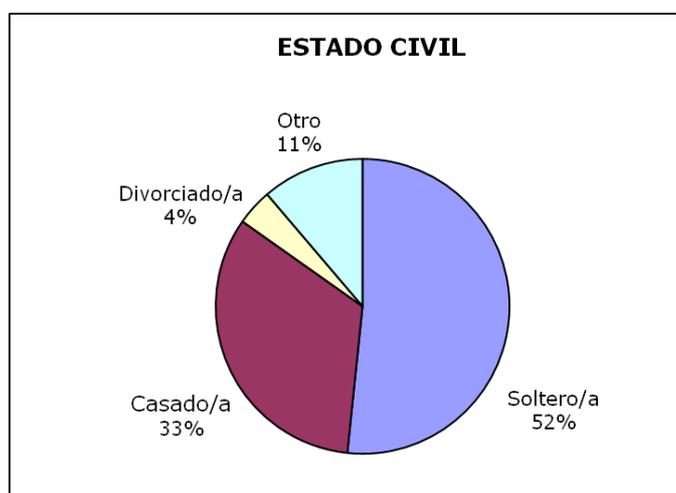


Gráfico 4: Estado civil

Dentro del gráfico siguiente se presenta la situación ocupacional predominante dentro del grupo. Ahí existe una mayoría de individuos que trabajan, seguidos por quienes únicamente están dedicados a las labores domésticas; a continuación la gente enfocada en sus estudios. Finalmente con el cinco por ciento se representan a los desempleados y pensionados.



Gráfico 5: Ocupación

Es preciso destacar que uno de los motivos por los cuales la gente abandona la escuela o ni siquiera la empieza está relacionado con motivos económicos, es decir, en lugar de una vida académica optan por una ocupación laboral para hacer frente a una posición económica baja.

Lo último está íntimamente ligado con los ingresos percibidos, los que dieron como resultado una frecuencia mayor en el primer segmento, el cual va de los cuatro mil pesos a los diez mil con el 91 por ciento, es decir 136 encuestados.

Aquí se demuestra una falta de recursos por parte de los encuestados para lograr una situación estable, por lo cual las familias son agrupadas en una sola casa con el fin de hacer frente a los gastos.

La capacidad económica es limitada, viven con ingresos reducidos, por lo que no tienen la posibilidad de gastar en cosas no necesarias o consideradas como de lujo.

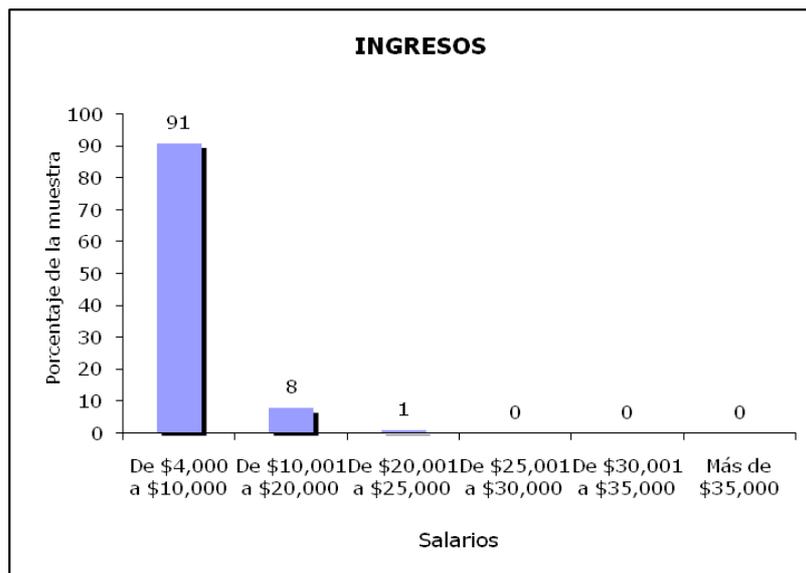


Gráfico 6: Ingresos

Las entradas económicas se ven reflejadas en los bienes y servicios a los cuales este grupo tiene acceso. Los más frecuentes para la muestra resultaron ser casas propias y automóviles modelos anterior al año 1995, mientras que los servicios son la televisión por cable y la Internet en contra posición con los autos posteriores al 2006, el personal de planta, secadora e Internet de banda ancha.

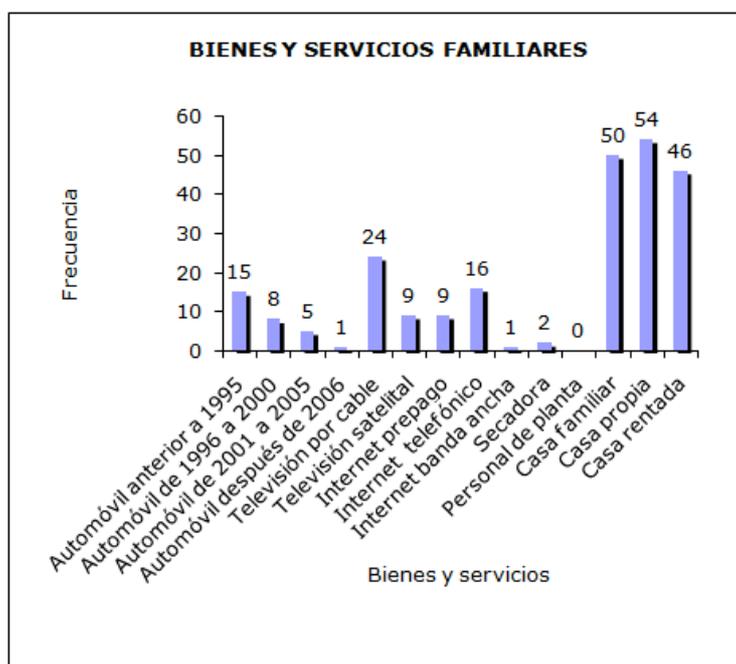


Gráfico 7: Bienes y servicios

Muchos de los inmuebles son obtenidos por medio de herencias, familiares, créditos o por negocios con conocidos. Pocas veces las compras de casas y autos son realizadas directamente en agencias o bienes raíces.

Otro de los puntos a tomar en cuenta dentro del desarrollo económico del grupo es la extensión familiar o grupal, ya que, en la mayor parte de los casos, los ingresos sirven para solventar los gastos de la comuna.

Como complemento a lo anterior, el gráfico ocho muestra la cantidad de personas en cada una de los grupos sociales primarios registrados en la muestra efectuada.

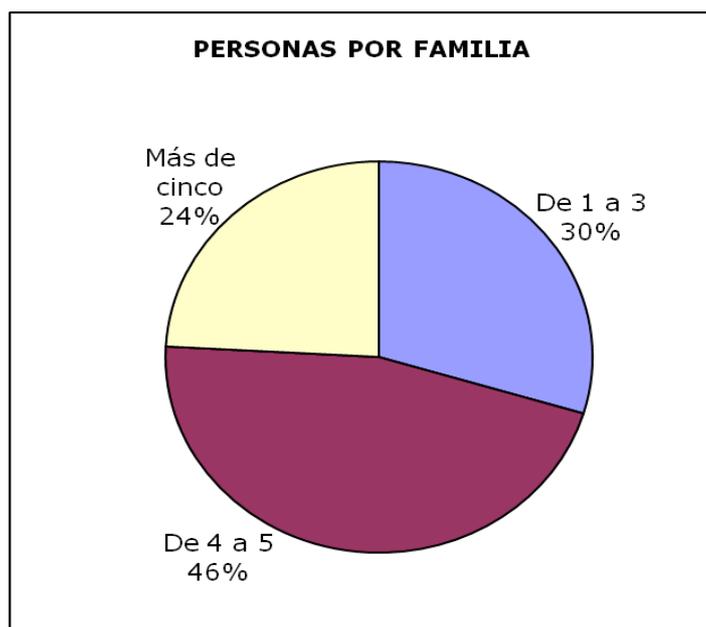


Gráfico 8: Personas por familia

La imagen anterior muestra el predominio de familias de cuatro a cinco integrantes seguidas por aquellos quienes viven solos, con un cónyuge o hijos y pueden ser consideradas como pequeñas debido al número reducido de sus miembros.

Esto define a la mayoría de los encuestados como personas de ambos sexos, mediana edad, solteros, empleados, con escolaridad de secundaria, ingresos bajos y pertenecientes de familias medianas.

Una vez establecidas las características sociales y económicas a continuación se hace referencia a las preferencias radiofónicas con las cuales tomará forma la herramienta que compete a la investigación

El primer término es el gusto que la gente puede sentir con respecto a la radio como medio difusor, tanto en sus horarios como contenidos. Las personas con rezago educativo que fueron encuestadas prefieren escuchar transmisiones radiofónicas sin que esto signifique que en un determinado momento no sean consumidores televisivos.

El gráfico siguiente refleja la preferencia de los individuos en relación al medio. Un 83 por ciento del total tienen el gusto por escuchar programas radiofónicos aunque esto sea realizando simultáneamente con otras actividades como lo son la limpieza del hogar o en el desarrollo del trabajo.

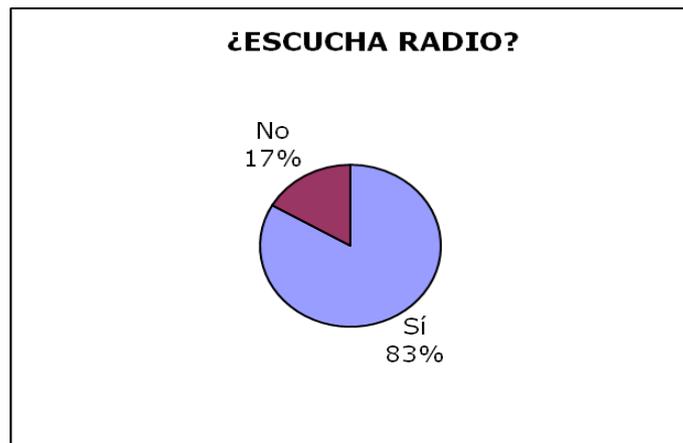


Gráfico 9: Personas que escuchan radio

Entre las opciones destacadas por los encuestados se encuentran la música, el entretenimiento o las noticias. En este caso los conductores no son

esenciales para la sintonización de alguna estación como lo serían los contenidos de los productos transmitidos, no existe empatía entre los emisores y los receptores.

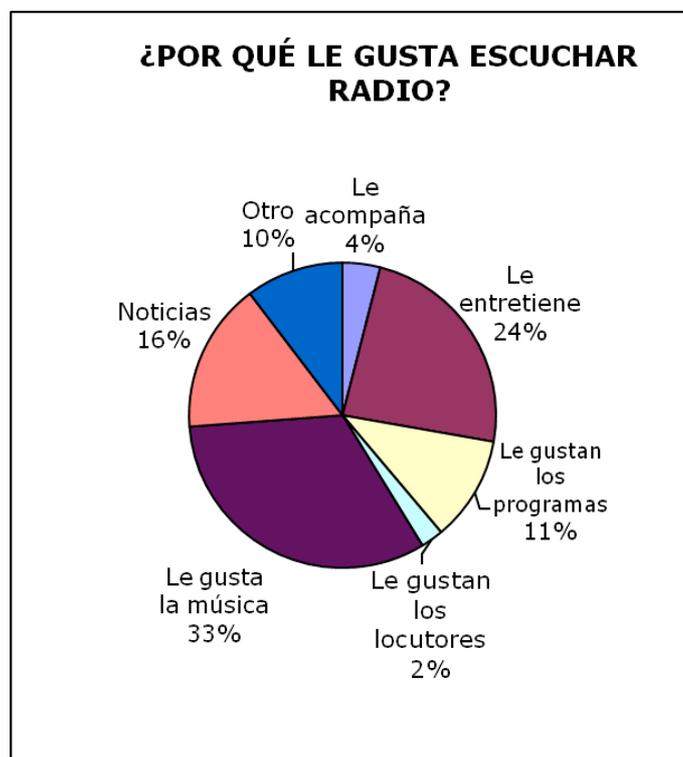


Gráfico 10: Motivos por los cuales se escucha radio

Dentro de esta pregunta la categoría de “otros” es cuantificada con un diez por ciento del total, donde los escuchas mencionaban el atractivo de secciones como la bolsa de trabajo y la música clásica.

Por otro lado el resto, englobado en el 17 por ciento del gráfico nueve, son quienes prefieren otra forma de pasar sus ratos libres o de esparcimiento como ver la televisión, principalmente.

Es necesario destacar que la popularidad de la radio no es absoluta, ésta debe enfrentar una lucha constante con las nuevas tecnologías sonoras como lo son el *Ipod*, los *mp3 player* o los reproductores de discos compactos.

A continuación se presentan las principales razones proporcionadas por las personas encuestadas con respecto al por qué la radio les es un medio poco atractivo.

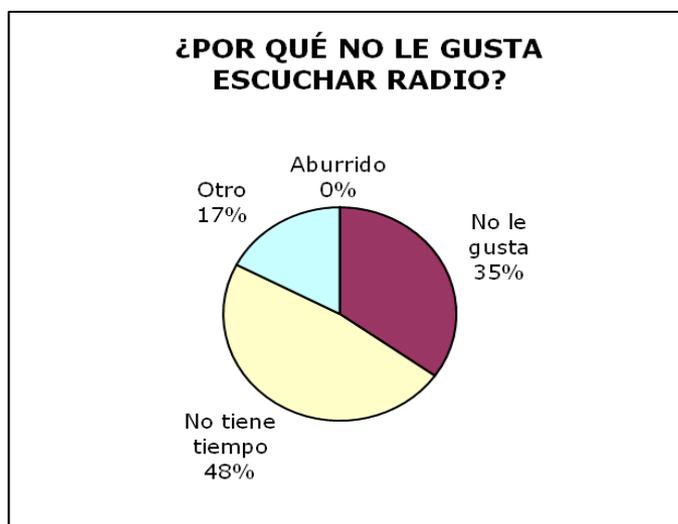


Gráfico 11: Motivos por los que no se escucha radio

Con un mayor porcentaje se encuentra la falta de tiempo de los participantes; en menor frecuencia está la opción de “aburrido” con la cual ninguno de las personas mostró identificación.

Aquí en el rubro de “otros” incluye la falta de este instrumento de comunicación o su sustitución por el *Ipod*, el *walkman* o la música reproducida por teléfono celular.

En referencia al tiempo dedicado a este tipo de transmisiones se obtuvo que una gran parte de los encuestados disponen de alrededor dos horas, como se muestra en el gráfico 12, es decir, alguien puede escuchar el aparato a la hora del desayuno y continuar haciéndolo a lo largo del día.

Durante este lapso la recepción de las emisoras varia, es decir, se puede cambiar de una frecuencia a otra dependiendo de lo que o a quien prefiere escucharse.

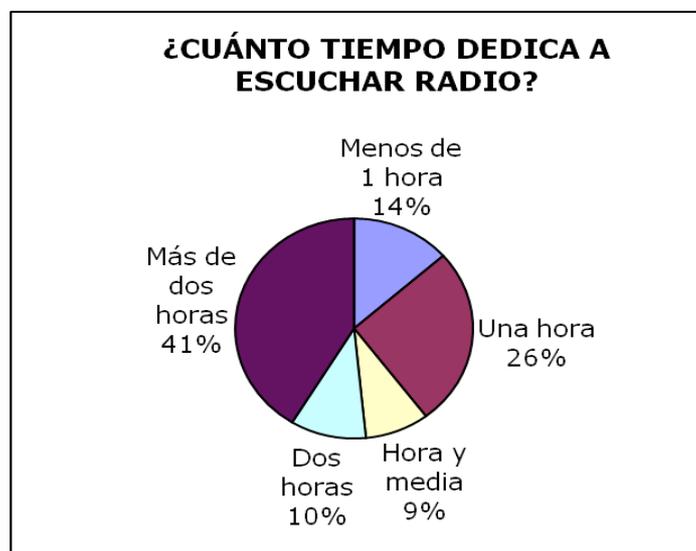


Gráfico 12: Tiempo dedicado a escuchar radio

Otro de los puntos a tomar en consideración es el lugar donde esta actividad es desarrollada, ya que gracias a su versatilidad pueden realizarse varias acciones al mismo tiempo que se escucha una emisión radiofónica.

En un gran número de casos se prefirió la casa como lugar predilecto para llevar a acabo la recepción de este tipo de mensajes; por el contrario, el uso del aparato en el auto particular resultó ser la opción menos popular.

Esta situación se relaciona con la falta de transporte privado para la mayoría de la muestra, además de que las actividades domésticas desarrolladas por los encuestados les permiten pasar casi todo el día en casa.

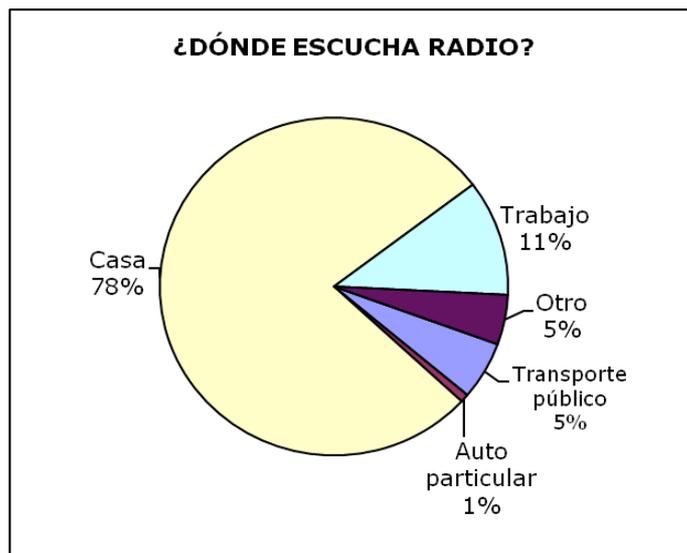


Gráfico 13: Lugares donde se escucha la radio

Por otro lado, el cinco por ciento de los encuestados no tienen un lugar definido para escuchar las transmisiones, ratificando la movilidad del aparato como una de sus cualidades inherentes más prácticas, en cuanto a que no es necesario un estado sedentario por parte de las personas para su uso.

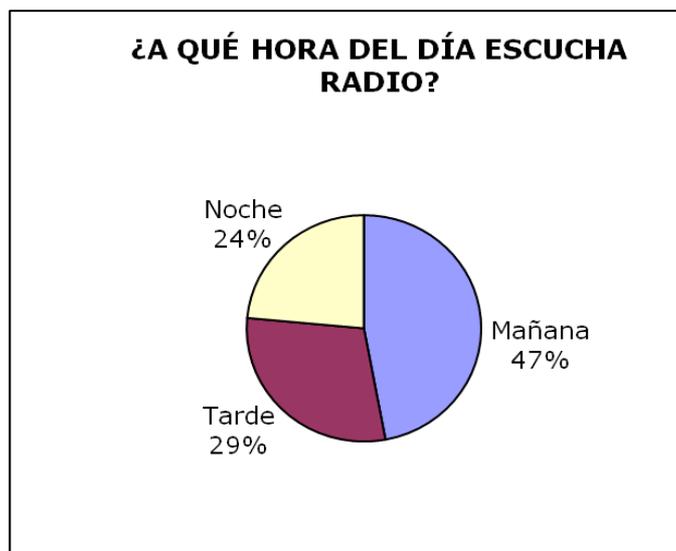


Gráfico 14: Horarios donde se escucha radio

Referente a las cuestiones de horario, se prefirió el matutino sobre aquellos correspondientes a las tardes o noches, sin embargo, estos representan a más de la mitad de los resultados.

Hasta este punto se establecen tanto la situación socioeconómica como las preferencias generales de la muestra con respecto al medio masivo de comunicación. Un programa radiofónico es el conjunto del esfuerzo de locutores, productores, operadores, guionistas y demás participantes tanto en la pre, post y producción del material.

Las secciones, tipo de música, notas o contenidos y los formatos no son impuestos al azar. Cada una de éstas cuenta con un sustento para justificar su existencia, en el caso particular de esta encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:

En principio se tiene a los noticieros, los cuales demostraron ser aceptados por la mayoría de la gente cuestionada con un 61 por ciento contra el 39 que reniega de ellos.

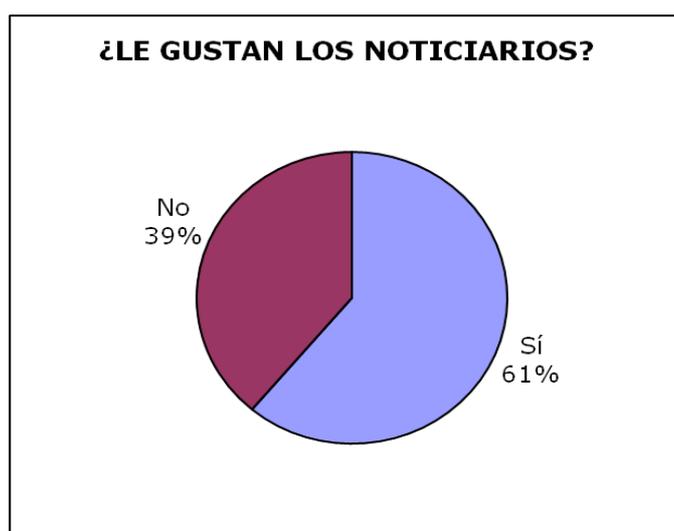


Gráfico 15: Preferencia hacia los noticieros

Las respuestas dadas por la minoría se explican con la siguiente imagen, donde la opción de “son aburridos” fue seleccionada por casi la mitad de las personas, seguida por su preferencia hacia este formato en la televisión.



Gráfico 16: Motivos por los cuales no se escuchan noticiarios

Otra de las situaciones negativas referidas por parte de los encuestados hacia estas transmisiones son el simple desagrado o la información incompleta proporcionada por los locutores de estos programas.

En el caso contrario, las personas que aseguraron escuchar emisiones noticiosas por sus contenidos, lo hacen principalmente por “sentirse informado” seguido por la confiabilidad y los comentarios expresados por los líderes de opinión con el 16 por ciento.

En este tipo de emisiones lo importante es la calidad de los contenidos expuestos dentro de los productos, tanto la manera de emitirlos como la fiabilidad presentada en los mismos, esto convence más a los escuchas que los conductores por sí solos.

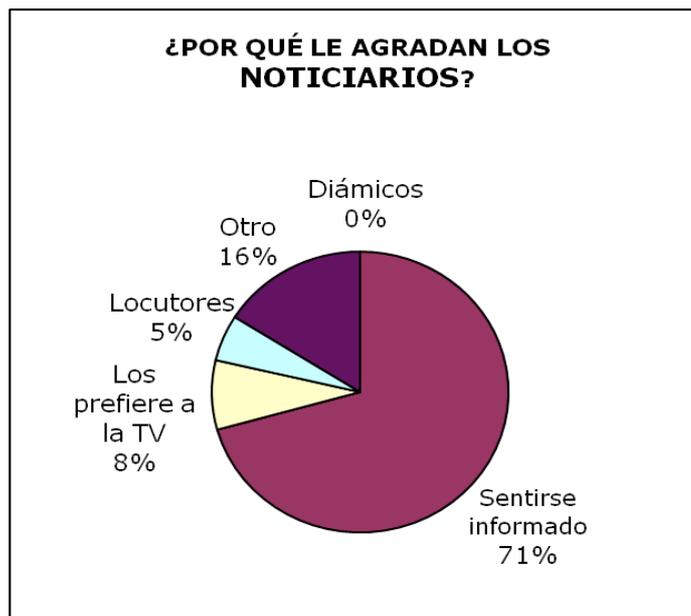


Gráfico 17: Motivos por los cuales se escuchan noticiarios

Profundizando un poco en el desarrollo de los noticiarios, las secciones más agradables fueron los eventos de carácter nacional, de deportes y política, en comparación con el resto de las partes representadas en el siguiente gráfico.



Gráfico 18: Preferencias en secciones de noticiarios

Es importante recalcar que dentro del nueve por ciento representado por la opción “otros”, los resultaron variaron entre: nota roja, finanzas y salud principalmente.

A pesar de ser muy populares dentro del cuadrante, las transmisiones informativas no son las únicas a tratar en estas páginas, uno más de los puntos a analizar son los programas musicales, mismos que actualmente forman el grueso de las emisiones radiofónicas de las estaciones comerciales.

Para el grupo estudiado las transmisiones donde la música forma parte de los contenidos es aceptada con un 90 por ciento, contra el diez que las rechazan.

Este nivel de aprobación es 30 puntos mayor que en los noticieros lo que indica una preferencia por el entretenimiento en comparación a los contenidos noticiosos.

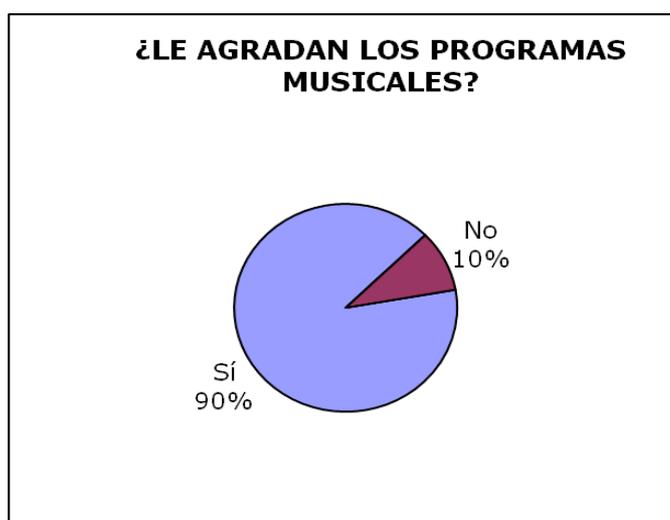


Gráfico 19: Preferencia hacia los musicales

En referencia a la minoría que muestra desagrado por los productos de este tipo destacó la clase de música en la que se especializan, en esta pregunta 21 individuos de cada cien califica a estas emisiones como rutinarias, repetitivas y estridentes.

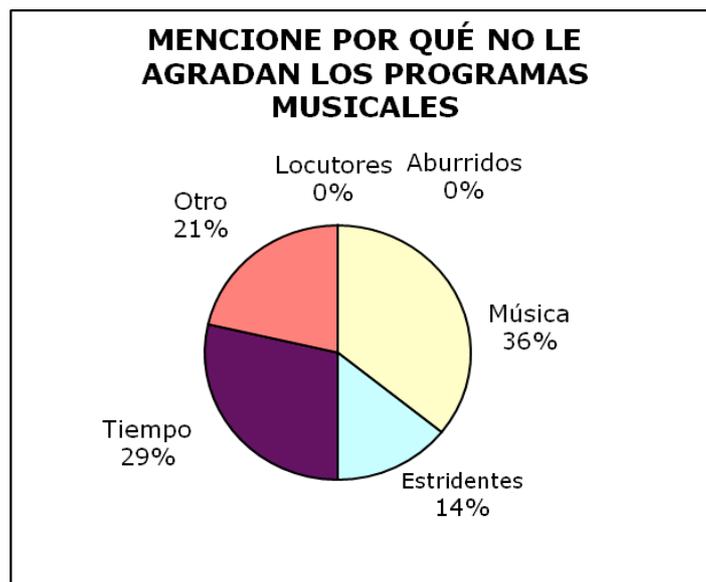


Gráfico 20: Motivos por los cuales no se escuchan programas musicales

A diferencia de lo antes mencionado, las razones por las cuales se sintonizan los musicales, observadas en la imagen 21, tienen que ver con la preferencia de la música y el entretenimiento que este proporciona.

Los número más bajos los tienen el dinamismo presentado en la emisión y los locutores, puntos no considerados como relevantes para la elección de una transmisión de este tipo.



Gráfico 21: Motivos por los cuales se escuchan programas musicales

En la cuestión de los contenidos, los principales gustos de los encuestados se inclinan en primer lugar hacia los géneros del pop, salsa y rock como se muestra en la siguiente gráfica.

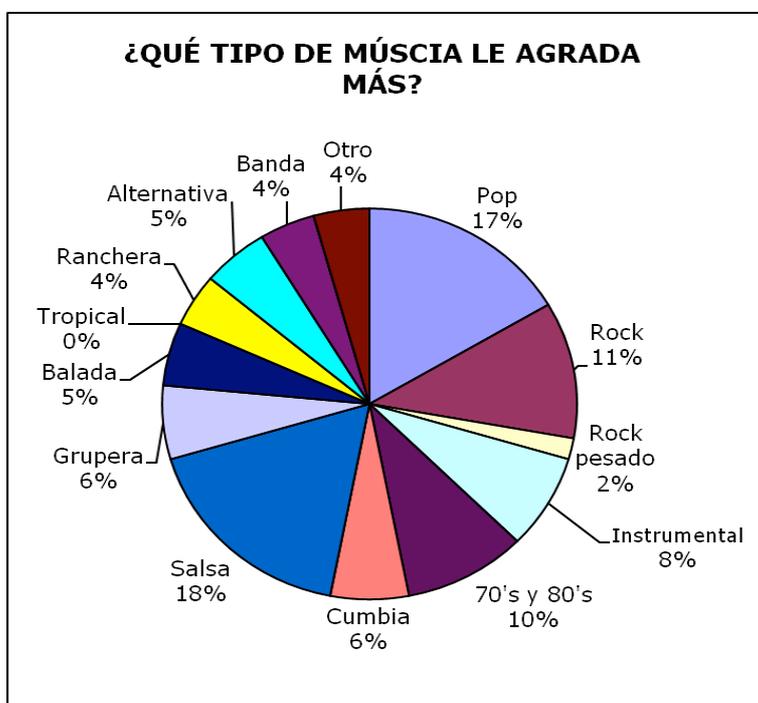


Gráfico 22: Preferencias hacia los tipos de música

En otro rubro de formato se encuentran los programas de opinión los cuales se caracterizan por tener como contenidos mesas redondas, entrevistas y análisis de diversos temas de interés político, social o económico.



Gráfico 23: Preferencia a los programas de opinión

Respecto a estos productos los encuestados demuestran aceptación, aunque en este caso las opiniones se encuentran más divididas que en los casos de los productos noticiosos o musicales



Gráfico 24: Motivos por los cuales no se escuchan los programas de opinión

Dentro de las razones por las cuales no son escuchados estos programas en primer lugar se encuentra que son considerados como aburridos o tratar temas insustanciales.

Las personas que mostraron aceptación a este formato, lo prefieren por las cuestiones a tratar y las opiniones expuestas en el desarrollo de los programas en los cuales buscan temas relacionadas con la familia y los hijos.

En estos productos el “líder de opinión” es parte esencial, aunque a pesar de considerarse como el principal atractivo de la emisión es opacado por los contenidos.

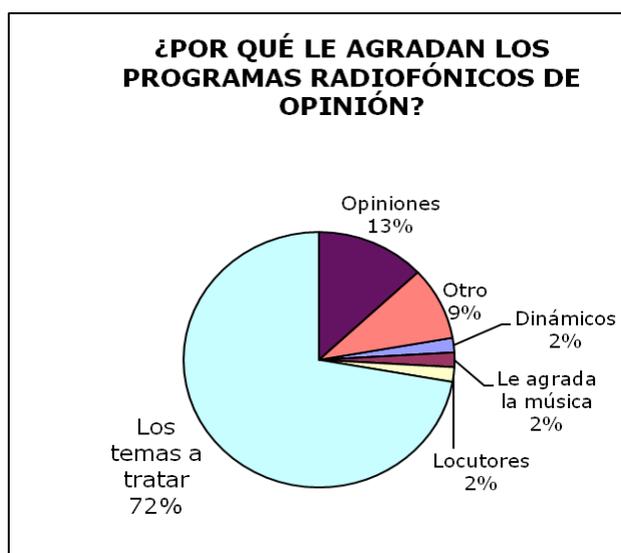


Gráfico 25: Motivos por los cuales se escuchan los programas de opinión

En consideración a las producciones caracterizadas por difundir opiniones representan mayor interés para el público receptor las noticias, la cultura y los temas sobre salud, a diferencia de las nociones de política o los deportes.

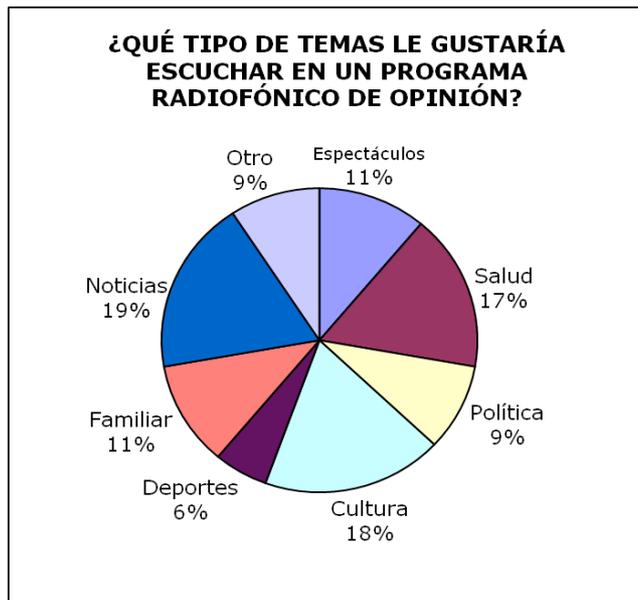


Gráfico 26: Preferencia de temas empleados en los programas de opinión

Como el desarrollo de la herramienta a proponer es de tendencia educativa es fundamental adentrarse a esta cuestión, por lo que a continuación se desglosan los principales puntos al respecto. En primer término está la disposición del público hacia un programa de este tipo en radio, lo cual es representado en el gráfico número 27.

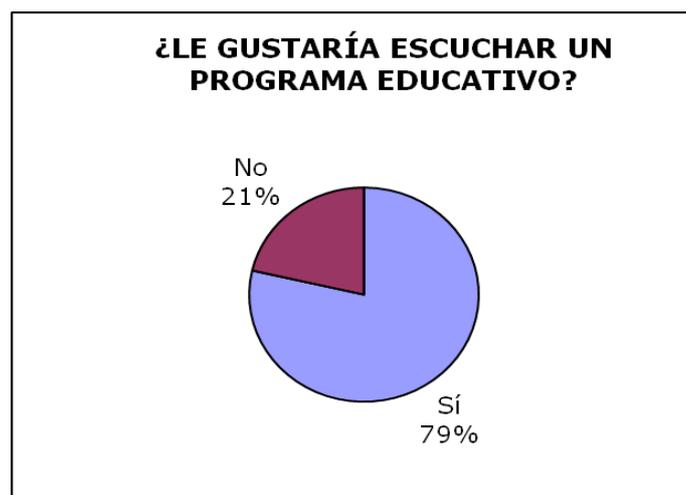


Gráfico 27: Preferencia hacia los programas educativos

En el grupo encuestado la minoría opinan que el proyecto puede llegar a ser aburrido y por ese motivo no lo consideran una opción para pasar su tiempo libre.

Para evitar caer en esta situación se tomarán en cuenta los resultados obtenidos con respecto a las preferencias de musicales, noticieros y programas de opinión.

Las tendencias temáticas están relacionadas con la familia, la salud, los centros de enseñanza o la cultura; seguidos de éstos con el 12 por ciento se encuentran aglomeradas cuestiones relacionadas con el sistema educativo escolarizado, es decir, matemáticas, historia, computación, inglés o ciencias.

Como los tópicos menos populares se encuentran las tecnologías domésticas y los posibles centros de enseñanza cerca de los centros de trabajo o domicilios de la gente.

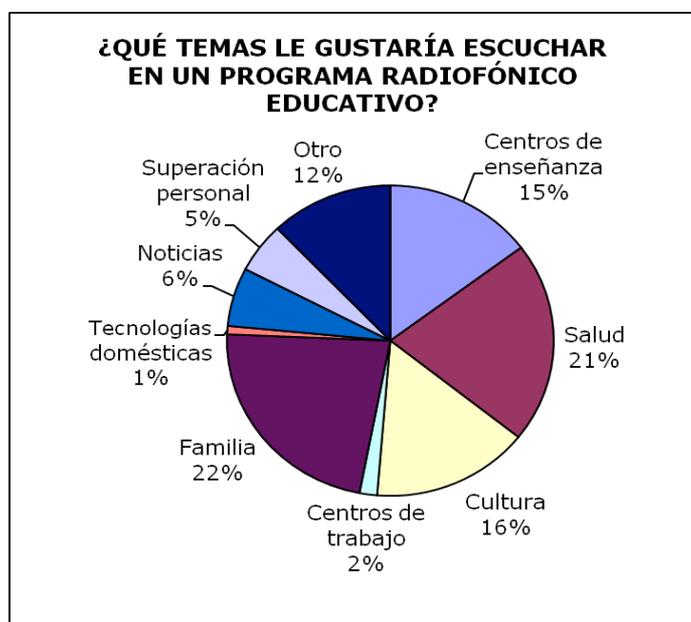


Gráfico 28: Preferencia de temas para programas educativos

En cuanto a la preferencia en las voces, la muestra prefirió una mezcla entre voces femeninas y masculinas, sin hacer preferencia por alguna de ellas. Aunque individualmente la distinción de sostuvo a favor de las locutoras.

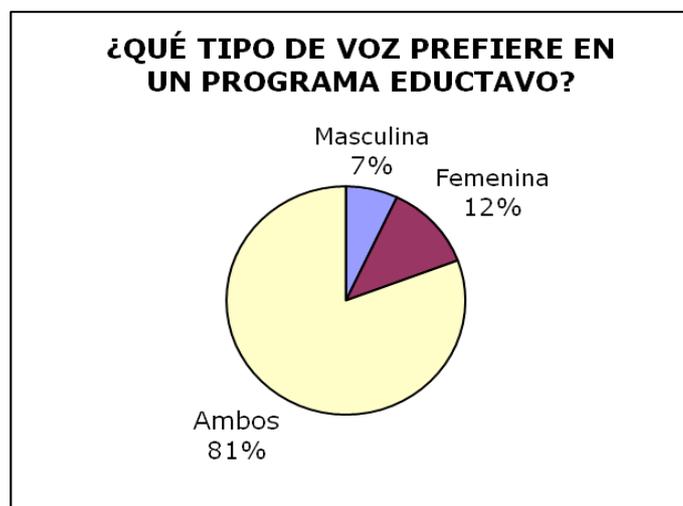


Gráfico 29: Preferencia en voces para un programa educativo

Con respecto a las edades preferentes para un programa de este tipo en primer lugar aparecen las voces adultas con el 55 por ciento de los individuos, después los tonos jóvenes y posteriormente a las pertenecientes a adultos mayores.

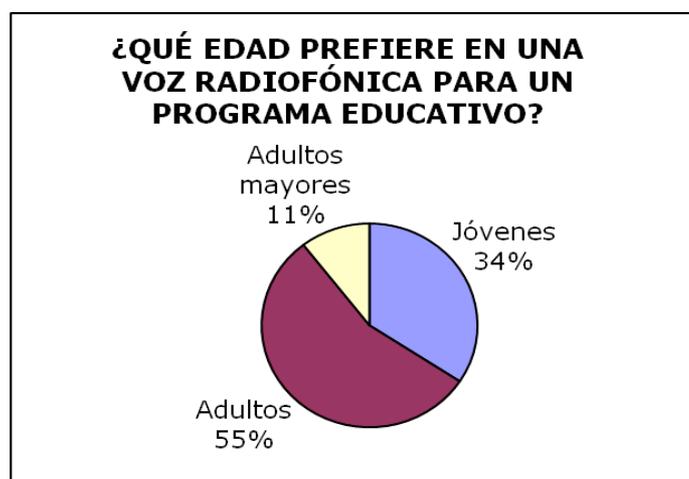


Gráfico 30: Preferencia de edades para locutores en programas educativos

En cuestión de horario existe un favoritismo hacia los matutinos con casi la mitad de la muestra seguido por los horarios nocturnos, los de la tarde y finalmente un horario flexible, el cual podría lograrse mediante la venta de discos compactos del programa, lo mismo que también favorecería el patrocinio o la auto-sustentación del proyecto.

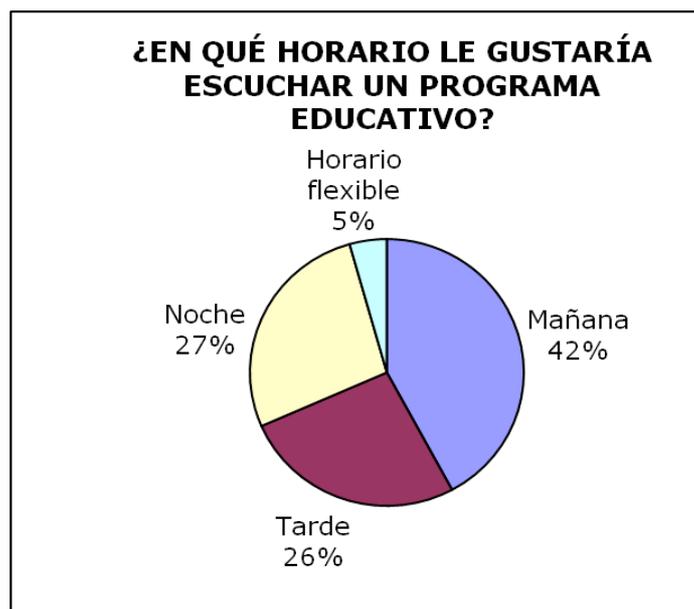


Gráfico 31: preferencia de horarios para un programa educativo

Es así que se tendrá preferencia para desarrollar el producto para un horario matutino, en el cual, además de ser el solicitado por la muestra, concuerda con los horarios en los que es escuchado el medio.

3.2. PROTOCOLO DEL PROGRAMA

Gracias a los puntos revisados anteriormente el perfil del público objetivo está dibujado, con lo cual se puede realizar la siguiente labor logística:

- **Nombre del programa:** Sexto grado.
- **Tipo de emisión:** Revista.
- **Duración:** 30 minutos.
- **Horario:** Semanal (viernes a las 10 de la mañana)
- **Objetivo:** Proporcionar un espacio radiofónico que tenga acceso a contenidos culturales y educativos prácticos, mismos que pueden ser utilizados en el desarrollo de la vida diaria de los radioescuchas.
- **Justificación:** En el cuadrante radiofónico son pocos los programas donde se trata de difundir temas educativos sin llegar a ser enteramente culturales. Este programa representa una opción de programa con contenidos prácticos y diversos temas para los diferentes tipos receptores a los que se dirigen.
- **Público objetivo:** De acuerdo con las gráficas expuestas en el apartado anterior se tratan de hombres y mujeres de alrededor de 31 años de edad, con escolaridad básica y media, empleados, con ingresos mínimos y acceso a bienes y servicios limitados.

Perfil del programa:

- “Sexto grado” es una revista con contenidos culturales y educativos con los cuales se dedicará a un público con la característica principal de poseer rezago educativo.
- El objetivo del programa es proporcionar conocimientos, sin embargo, esto no quiere decir que esto sea de manera alfabetizadora.

- Cada capítulo se desarrolla en media hora, es decir, 30 minutos efectivos.
- La emisión está constituida por diferentes segmentos donde se tocan los temas de la semana con diferentes tratamientos ya establecidos.
- El programa será conducido por dos locutores, un hombre y una mujer, según las preferencias del público objetivo, ellos serán el hilo conductor a través de todas las secciones a desarrollarse.

Las características antes mencionadas se proponen en consideración a los resultados emitidos por la muestra encuestada; ninguna particularidad dentro del material resultante carece de una justificación.

Temática:

La creación de las ideas dentro del programa se llevó a cabo tomado como referencia los gustos del público objetivo. Los datos a considerar en cada una de las emisiones serán evaluados cada semana con relación a las sugerencias emitidas por el público. Tomando en cuenta lo antes mencionado se desarrollan las siguientes secciones que formarán parte dentro del desarrollo del programa:

- *El significado de los nombres.* No sólo se refiere a dar a conocer la denotación de los apelativos, sino relacionarlos con personajes históricos con los cuales hacer del conocimiento general pasajes relevantes.
- *Encuentra tu chamba.* Pretende dar a conocer al radioescucha las ofertas laborales en las cuales puede colocarse. Además se incluye una cápsula donde los oficios los protagonistas.

- *Noticias*. En esta sección se darán a conocer los acontecimientos más relevantes en la semana.
- *Consejos prácticos*. Esta parte del programa está dedicada a la difusión de elementos prácticos para la vida cotidiana; se enfoca en temas factibles de ser aplicado en la vida diaria.
- *La cartelera*. Dentro de este segmento se dan a conocer los principales eventos culturales a los cuales asistir.
- *Efemérides*. Se comentan los principales eventos históricos desarrollados la semana anterior a la emisión.
- *La palabra de la semana*. Ésta es una especie de concurso donde se darán a conocer los principales significados de una palabra, la cual tratará de ser adivinada por el público para ser acreedor de un obsequio.

Además de las secciones antes mencionadas, en cada transmisión se hará referencia a las diferentes instituciones y centros de apoyo para las personas que buscan terminar sus estudios.

Por medio de estas herramientas se intenta mantener el interés de los radioescuchas en la emisión y al mismo tiempo dar instrumentos a las personas con rezago educativo para desenvolverse en su ambiente social.

Materiales pregrabados:

- Rúbrica de entrada y salida.
- Cortinillas de entrada y de salida para cada una de las diferentes secciones.
- Música de fondo para cada uno de los segmentos del programa.

- Cápsulas “La chamba de la semana”, “El significado de los nombres”, “Consejos prácticos” y “Efemérides”.
- Efectos especiales.
- Música para las intervenciones musicales en la producción.
- Identificaciones para la división de los bloques.

Recursos técnicos:

- Cabina de grabación para los materiales pregrabados.
- Isla de edición con sistema de edición de audio.
- Micrófonos (3).
- Reproductor de discos compactos.
- Consola para transmisión en vivo.

Recursos humanos:

- Productor.
- Asistente de producción.
- Conductores (2).
- Conductores de sección (4).
- Operador.

- Guionista.

Recursos económicos:

Una parte del planteamiento de cualquier producto audiovisual es el aspecto económico. En el caso particular de este proyecto el presupuesto⁵ de realización por programa es el siguiente.

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Salario de productor por hora.	3 486.00	4	13 944.00
Salario de operador por hora.	3 146.00	4	12 584.00
Salario de asistente de productor por hora.	1 191.00	4	4 764.00
Salario de locutor por hora (se incluye el salario de seis locutores para el desarrollo del programa y de las diferentes cápsulas dentro de él).	2 816.00	6	16 896.00
Salario guionista por programa.	2 548.00	1	5 096.00
Derechos para uso de librería para musicalización y efectos de sonido por año.	1 500.00	1	1 500.00
Tiempo de estudio con sistema de edición de audio por hora.	1 200.00	4	4 800.00
Copia de master en disco compacto.	25.00	2	50.00
SUBTOTAL			59 634.00
IVA			8 945.10
TOTAL			68 579.10

⁵ Presupuesto considerado con los costos proporcionados por el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y estudios particulares.

El costo total del programa puede ser sustentado por medio de patrocinadores o la venta de publicidad a diferentes empresas quienes se encuentran posicionados dentro del sector al cual se quiere llegar.

Otra de las propuestas para sostener el programa es el implemento de practicantes dentro de él, así como la venta al público de los programas editados.

3.3. ESCALETA Y GUIÓN

Como última parte del proyecto se adjunta la escaleta y el guión donde los elementos radiofónicos se conjuntan para dar una idea de las necesidades de tiempo, equipo y sujetos necesarios en cada una de las secciones a desarrollar.

El guión y la escaleta son la estructura sobre la que se el realizador basa todo el proceso de comunicación. En el guión se plasman todos los elementos narrativos que, combinados y ordenados, facilitan la comunicación y su eficacia⁶.

3.3.1. ESCALETA

La escaleta es la relación de tiempos y eventos a desarrollarse durante una emisión, ésta forma una guía con la cual se puede visualizar la realización. A continuación se da un ejemplo de esta herramienta ajustada al programa del cual se trata.

EVENTO	DURACIÓN	TIEMPO AL AIRE
PRIMER BLOQUE		
1. Teaser.	00:00:40	00:00:00-00:00:40

⁶ Miguel Ángel Ortiz Sobrino, *Técnicas de comunicación en radio...* Op. Cit., pp. 151.

2. Rúbrica.	00:00:20	00:00:40-00:01:00
3. Bienvenida y comentarios iniciales.	00:01:00	00:01:00-00:02:00
4. Comentario locutores y pie a cartelera cultural.	00:00:30	00:02:00-00:02:30
5. Cartelera cultural.	00:01:30	00:02:30-00:04:00
6. Comentario locutores y pie a "Efemérides".	00:01:00	00:04:00-00:05:00
7. Cortinilla de entrada a "Efemérides".	00:00:20	00:05:00-00:05:20
8. Comentarios de "Efemérides".	00:00:30	00:05:20-00:05:50
9. Cápsula "Efemérides".	00:01:30	00:05:50-00:07:20
10. Comentarios locutores y palabra de la semana 1.	00:01:30	00:07:20-00:08:50
TIEMPO TOTAL DEL BLOQUE		00:08:50
SEGUNDO BLOQUE		
11. Identificación del programa.	00:00:20	00:08:50-00:09:10
12. Comentarios locutores y pie a "Noticias".	00:01:00	00:09:10-00:10:10
13 Cortinilla de entrada "Noticias".	00:00:20	00:10:10-00:10:30
14. Sección "Noticias".	00:02:30	00:10:30-00:13:00
15. Cortinilla de salida "Noticias".	00:00:20	00:13:00-00:13:20
16. Comentarios locutores.	00:01:00	00:13:20-00:14:20
17. Cortinilla de entrada "Busca tu chamba".	00:00:20	00:14:20-00:14:40
18. Comentario locutor de sección y pie a cápsula "La chamba de la semana".	00:00:30	00:14:40-00:15:10
19. Cápsula "La chamba de la semana".	00:01:30	00:15:10-00:16:40
20. Comentarios locutor de sección.	00:00:30	00:16:40-00:17:10
21. Cortinilla de salida "Busca tu chamba".	00:00:20	00:17:10-00:17:30
22. Comentarios locutores y la palabra de la semana 2.	00:01:30	00:17:30-00:19:00
TIEMPO TOTAL DEL BLOQUE		00:10:10
TERCER BLOQUE		
23. Identificación.	00:00:20	00:19:00-00:19:20

24. Cometarios locutores y pie a “Consejos prácticos”.	00:01:30	00:19:20-00:20:50
25. Cápsula “Consejos prácticos”.	00:01:30	00:20:50-00:22:20
26. Comentarios locutores y pie a “El significado de los nombres”.	00:01:00	00:22:20-00:23:20
27. Cortinilla “El significado de los nombres”.	00:00:20	00:23:20-00:23:40
28. Cometarios locutor de sección y pie a cápsula “El nombre de la semana”.	00:00:30	00:23:40-00:24:10
29. Cápsula “El nombre de la semana”.	00:02:00	00:24:10-00:26:10
30. Comentarios locutor de sección.	00:00:30	00:26:10-00:26:40
31. Cortinilla de salida “El significado de los nombres”.	00:00:20	00:26:40-00:27:00
32. Comentarios locutores y la palabra de la semana.	00:01:00	00:27:00-00:28:00
33. Despedida.	00:01:30	00:28:00-00:29:30
34. Créditos.	00:00:30	00:29:30-00:30:00
TIEMPO TOTAL DEL BLOQUE		00:11:00
TIEMPO TOTAL DE PROGRAMA		00:30:00⁷

3.3.2. GUIÓN

A continuación se agrega el guión correspondiente a la primera emisión del programa. En éste se encuentran especificadas las participaciones de locutores y operador con el fin de hacer más sencilla la realización del mismo.

Dentro de este apartado también se encuentran los textos correspondientes a la cápsula y el reportaje que se sugieren como complementos para el desarrollo de la emisión.

⁷ Cuadro realizado por la autor con el fin de ejemplificar la escaleta como recurso organizacional de la preproducción de un programa radiofónico. El anterior aplica únicamente para la transmisión que se presenta.

1	<u>OPERADOR</u>	<u>ENTRA MÚSICA INSTITUCIONAL, SE</u>
2		<u>MANTIENE EN PP 5 SEGUNDOS Y BAJA A</u>
3		<u>FONDO.</u>
4		
5	JONATHAN BAYLÓN	Hoy para ti en “Sexto grado”...
6		
7	<u>OPERADOR</u>	<u>PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA</u>
8		<u>RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.</u>
9		
10	YUNUE MANCERA	¿Estás buscando el trabajo ideal? ¡No te
11		muevas! Aquí te vamos a decir dónde
12		encontrarlo.
13		
14	<u>OPERADOR</u>	<u>PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA</u>
15		<u>RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.</u>
16		
17	JONATHAN BAYLÓN	Además... En el significado de los nombres,
18		la historia de Adela...
19		
20	<u>OPERADOR</u>	<u>PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA</u>
21		<u>RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.</u>
22		
23	YUNUE MANCERA	Y por supuesto la palabra del día de hoy...,
24		¡No te lo puedes perder!
25		
26	<u>OPERADOR</u>	<u>PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA</u>
27		<u>RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.</u>
28		

CONTINÚA...

1 JONATHAN BAYLÓN

Quédate con nosotros, hoy tendremos los beneficios de la manzanilla, esto es "Sexto grado". ¡Comenzamos!

2

3

4

5 OPERADOR

SALE EN FADE MÚSICA INSTITUCIONAL,
ENTRA RÚBRICA DE PROGRAMA.

6

7

8

ENTRA MÚSICA INSTITUCIONAL EN PP. Y
SE MANTIENE 10 SEGUNDOS PARA
BAJAR A FONDO.

9

10

11

12 YUNUE MANCERA

Bienvenidos a "Sexto Grado", yo soy Yune Mancera y conmigo se encuentra mi compañero Jonathan Baylón, ojalá estés listo para pasar con nosotros unos minutos de cultura y entretenimiento.

13

14

15

16

17

18 JONATHAN BAYLÓN

Así es Yunue, buenos días para todos ustedes que nos escuchan el día de hoy, estamos transmitiendo desde nuestras instalaciones ubicadas en Montes Urales, número 35, aquí en la colonia Espartaco.

19

20

21

22

23

24 YUNUE MANCERA

Recuerda que si quieres comunicarte con nosotros, lo único que tienes que hacer es tomar el teléfono y marcar al 55 34 20 32. Con gusto nuestros compañeros nos harán llegar tus comentarios.

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 JONATHAN BAYLÓN

Hoy en día también son grandes comerciantes, lo cual se refleja en todas las cosas que vemos en las tiendas con la leyenda “Hecho en China”.

2

3

4

5

6 YUNUE MANCERA

Pero también hay que decir que los chinos son fervientes adoradores de una de las religiones más conocidas en el mundo: el budismo.

7

8

9

10

11 JONATHAN BAYLÓN

Si quieres conocer un poco más sobre esta milenaria religión ve al Museo de Historia Nacional a visitar la exposición “Buda Guanyin. Tesoros de la compasión”.

12

13

14

15

16 YUNUE MANCERA

En este lugar podrás conocer un poco más del arte de este culto fundado por Sidharta Gautama, y que aún hoy en nuestros días es una de las más controversiales.

17

18

19

20

21 JONATHAN BAYLÓN

Pero si prefieres la música, podemos decirte que algunos de los más grandes músicos clásicos fueron Johan Sebastian Bach, Ludwing Van Beethoven, o el joven prodigio Wolfgang Amadeus Mozart .

22

23

24

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 YUNE MANCERA

Seguramente han escuchado alguna de las composiciones de este gran músico austriaco.

2

3

4

5 JONATHAN BAYLÓN

Según los expertos la música creada por este compositor tiene virtudes terapéuticas. De hecho, dicen que es bueno que los niños la escuchen para estimular su inteligencia.

6

7

8

9

10 YUNUE MANCERA

Si quieres compartir un poco de música con los niños, te invitamos que asistas a la segunda sección del bosque de Chapultepec, donde la fantasía y la diversión se hacen uno en “Historias y cuentos de la música”, para que lo pequeños se diviertan como grandes.

11

12

13

14

15

16

17 JONATHAN BAYLÓN

Un espectáculo hecho para descubrir un mundo de música e imaginación en la compañía de trenes que hablan y leones con dolores de muelas.

18

19

20

21

22 YUNUE MANCERA

¡No te lo puedes perder! Otra buena sugerencia para el fin de semana.

23

24

25 JONATHAN BAYLÓN

Éstas son nuestras recomendaciones para que pases con tus hijos, novio o familia este fin de semana, mientras lo piensas bien, vamos a escuchar las efemérides de la semana.

26

27

28

CONTINÚA...

Emisión: 1

1 OPERADOR

SUBE MÚSICA 5 SEGUNDOS Y SALE.

2

3

ENTRA CÁPSULA “EFEMERIDES”

4

5

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDOS Y

6

BAJA A FONDO.

7

8 YUNUE MANCERA

Pues muy interesante estos datos que nos brinda nuestro compañero Jesús Mendoza, ya escucharemos lo que nos tendrá preparado para la próxima semana.

9

10

11

12

13 JONATHAN BAYLÓN

Recuerde que éste es tu programa, así que si tienes algún comentario para esta sección comunícate con nosotros y con gusto trataremos de incluirla.

14

15

16

17

18 YUNUE MANCERA

No olvides que si estás en busca de trabajo, nosotros tenemos algunas recomendaciones, así que no te despegues de tu radio.

19

20

21

22 JONATHAN BAYLÓN

Además si conoces a alguna Adela, hoy nuestro amigo Rubén Ortega tiene el significado de este peculiar nombre.

23

24

25

26 YUNUE MANCERA

Pero mientras eso sucede, te tengo otra pista con respecto a la palabra del día.

27

28

CONTINÚA...

1 JONATHAN BAYLÓN

Por el momento, podemos decir que es sinónimo de “Fiesta”, empieza con la letra “K” y originalmente servía para recaudar fondos para las parroquias.

2

3

4

5

6 YUNUE MANCERA

Si ya sabes de que se trata, márcanos al 55 34 20 32 y si eres el primero en llamar obtendrás el premio sorpresa. Recuerda que esto es “Sexto grado”, continuamos con más.

7

8

9

10

11 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE.

12

13

ENTRA IDENTIFICACIÓN.

14

15

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDOS Y

16

BAJA A FONDO.

17

18 JONATHAN BAYLÓN

Seguimos en “Sexto grado” por el 100.5 de Frecuencia Modulada.

19

20

21 YUNUE MANCERA

Si quieres comunicarte con nosotros puedes hacerlo al teléfono 55 34 20 32, tus sugerencias son importantes para nosotros.

22

23

24

25 JONATHAN BAYLÓN

Alma Ruiz ya está lista con la información más importante de la semana. Entérate con nosotros de lo que ocurrió en México y el mundo.

26

27

28

CONTINÚA...

Emisión:1

1 OPERADOR

SALE MÚSICA DE FONDO.

2

3

ENTRA CORTINILLA DE “NOTICIAS”.

4

5 OPERADOR

ENTRA MÚSICA DE SECCIÓN EN PP, 10
SEGUNDOS Y BAJA A FONDO.

6

7

8 ALMA RUIZ

Gracias Jonathan, a continuación te presento la información más interesante generada esta semana.

9

10

11

12 OPERADOR

PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA
RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

13

14

15 ALMA RUIZ

La Comisión Federal de Telecomunicaciones, (COFETEL) investiga las fallas registradas el miércoles pasado en el servicio de Telcel.

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25 OPERADOR

PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA
RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

26

27

28

CONTINÚA...

1 ALMA RUIZ

La Secretaría de Seguridad Pública local aplicará 28 mil exámenes toxicológicos a personal operativo y a mandos medios y superiores, para cumplir con la normatividad en los cuerpos de seguridad.

2

3

4

5

6

7

Para este fin se aplicarán evaluaciones psicométricas, estudios de entorno social e incluso la prueba del polígrafo para estar en condiciones de asignar funciones.

8

9

10

11

12 OPERADOR

PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

13

14

15 ALMA RUIZ

La información deportiva... En la jornada 15 del fútbol mexicano el Cruz azul venció a los Tecos tres-uno, mientras que el América se mantiene en último lugar de la tabla general al ser derrotado por el Atlante 1-0, por su lado Pumas y Toluca empataron a cero en C.U. y el Puebla goleó cinco a dos al Pachuca con lo que se acerca a su salvación evitando el descenso.

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25 OPERADOR

PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

26

27

28 ALMA RUIZ

Hasta aquí la información, en "Sexto grado".

CONTINÚA...

1 OPERADOR

SALE MÚSICA DE FONDO. ENTRA
CORTINILLA DE SALIDA "NOTICIAS"

2

3

4

ENTRA MÚSICA EN PP, PERMANECE 5
SEGUNDOS Y BAJA A FONDO.

5

6

7 YUNUE MANCERA

Muchas gracias Alma por tu información, te esperamos la próxima semana con las noticias más interesantes generadas durante la semana.

8

9

10

11

12 JONATHAN BAYLÓN

Esperemos que la Secretaría de Seguridad Pública pueda lograr un cambio en el cuerpo de policía.

13

14

15

16 YUNUE MANCERA

Ojalá este sea el principio para que la delincuencia ceda y logremos tener una ciudad sin miedo.

17

18

19

20 JONATHAN BAYLÓN

Pues ya veremos que sucederá una vez terminado el plazo impuesto a las autoridades para dar cuentas a la sociedad.

21

22

23

24 YUNUE MANCERA

En otro tema, si estás en busca de trabajo o quieres cambiar el que ya tienes, escucha a Alejandro Contreras con esto que se llama: "Encuentra tu chamba".

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP Y SALE.

2

3

ENTRA CORTINILLA “ENCUENTRA TU
CHAMBA”.

4

5

6

ENTRA MÚSICA DE SECCIÓN EN PP. SE
MANTIENE 10 SEG. Y BAJA A FONDO.

7

8

9 ALEJANDRO CONTRERAS

Hola, yo soy Alejandro Contreras y esto es
“Encuentra tu chamba”. El día de hoy
tenemos interesantes chambas para quienes
nos escuchan, pero en lo que buscas papel y
lápiz para anotar los datos que tengo vamos
a escuchar cual es la “Chamba de la
semana”.

10

11

12

13

14

15

16

17 OPERADOR

SUBE MÚSICA DE FONDO 5 SEGUNDOS Y
SALE.

18

19

20

ENTRA CORTINILLA “LA CHAMBA DE LA
SEMANA”.

21

22

23

ENTRA CÁPSULA “LA CHAMBA DE LA
SEMANA”

24

25

26

ENTRA MÚSICA DE EN PP 5 SEGUNDOS Y
BAJA A FONDO

27

28

CONTINÚA...

1 ALEJANDRO CONTRERAS Pues así tenemos que el sastre es uno de los
2 trabajos más antiguos y es una verdadera
3 fortuna que sigamos contando con ellos en
4 nuestros tiempos.

5
6 ALEJANDRO CONTRERAS Así que si quieres un vestido para un evento
7 especial o lucir una nueva prenda, puedes
8 acudir con uno de estos maestros de la aguja
9 e hilo, seguramente te ayudarán y te darán
10 gusto.

11
12 Pero vamos a lo que nos interesa. Estas son
13 las chambas para el día de hoy.

14
15 OPERADOR PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA
16 RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

17
18 ALEJANDRO CONTRERAS Para todos los amigos que se dedican a la
19 construcción, la compañía EMSI busca 30
20 albañiles y 3 maestros de obra para la
21 remodelación de la Torre de Humanidades en
22 Ciudad Universitaria. Para mayor información
23 pueden llamar al 56 58 20 74.

24
25 OPERADOR PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA
26 RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

27
28

CONTINÚA...

1 ALEJANDRO CONTRERAS Además “El Rincón del sastre” solicita dos
2 costureras con experiencia para hacer
3 vestidos de novia. Así que amiga si estás
4 interesada acude a Alambra 722, en la
5 colonia Portales.

6
7 OPERADOR PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA
8 RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

9
10 ALEJANDRO CONTRERAS Si vives cerca de Reforma o te gustaría
11 trabajar en la zona, pues esta es tú
12 oportunidad. Servicios de entretenimiento
13 solicita gente de entre 23 y 30 años de edad.
14 Sólo tiene que presentarse en Constituyentes
15 732, en la Delegación Álvaro Obregón.

16
17 OPERADOR PERMANECE MÚSICA DE FONDO, ENTRA
18 RÁFAGA EN PP Y DA PASO A LOCUTOR.

19
20 ALEJANDRO CONTRERAS Si necesitas más información sobre los
21 trabajos que aquí te presentamos llámanos al
22 55 34 20 32 para proporcionarte los datos.

23
24 OPERADOR SALE MÚSICA DE FONDO. ENTRA
25 CORTINILLA DE SALIDA “ENCUENTRE SU
26 CHAMBA”.

27
28

CONTINÚA...

1 OPERADOR

ENTRA MÚSICA INSTITUCIONAL EN PP,
2 PERMANECE 5 SEGUNDOS Y BAJA A
3 FONDO.

4

5 JONATHAN BAYLÓN

Muchas gracias Alejandro hasta la próxima semana. Recuerda que si se te pasaron los datos puedes comunicarte con nosotros y con gusto te los confirmamos.

6

7

8

9

10 YUNUE MANCERA

Algunas veces la gente no encuentra trabajo, porque no sabe dónde buscarlos, pero aquí, cada semana Alejandro Contreras tiene las mejores chambas de la ciudad.

11

12

13

14

15 JONATHAN BAYLÓN

Por cierto, la Secretaría de Educación Pública invita a todos los que concluyan la secundaria y requieran una beca para continuar sus estudios a inscribirse al proceso de selección de beneficiarios de los programas de becas de retención de apoyo y de excelencia; si estás interesado comunícate al 55 29 32 08.

16

17

18

19

20

21

22

23

24 YUNUE MANCERA

Así es Jonathan pero es hora de la tercera pista de nuestra palabra de la semana. Además de usarse como modo de recaudación para las parroquias procede del francés y es usada actualmente.

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 JONATHAN BAYLÓN

Si ya sabes cuál es la palabra comunícate con nosotros. Y si tu nombre es Adela no te despegues del radio, porque ya está aquí Rubén Ortega con el significado de los nombres. Seguimos en “Sexto grado”.

2

3

4

5

6

7 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE.

8

9

ENTRA IDENTIFICACIÓN

10

11

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDOS Y

12

BAJA A FONDO.

13

14 YUNUE MANCERA

Continuamos con “Sexto grado”, recuerda que puedes comunicarte con nosotros al 55 34 20 32.

15

16

17

18 JONATHAN BAYLÓN

Muchas personas ocupan diferentes hierbas para curar ciertas enfermedades o dolencias.

19

20

21 YUNUE MANCERA

Pero ¿sabes cuáles son las principales propiedades de la manzanilla?.

22

23

24

Presta atención al siguiente consejo práctico sobre esta multifacético planta.

25

26

27

28

CONTINÚA...

Emisión: 1

1 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE

2

3

ENTRA CÁPSULA “CONSEJOS
PRÁCTICOS”

4

5

6

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDOS Y
BAJA A FONDO

7

8

9 YUNUE MANCERA

Ahora ya sabes que la próxima vez que te tomes un “tesito” de manzanilla es más que agua caliente con sabor.

10

11

12

13 JONATHAN BAYLÓN

Así es Yunue, pero si tú que nos escuchas conoces a alguna Adela lo que sigue te interesa porque Rubén Ortega está listo para darnos “El significado de los nombres”.

14

15

16

17

18 OPERADOR

ENTRA CORTINILLA DE EL SIGNIFICADO
DE LOS NOMBRES.

19

20

21

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDO Y
BAJA A FONDO.

22

23

24 RUBÉN ORTEGA

Hola que bueno que nos escuchas el día de hoy en “Sexto grado”, y sobre todo en la sección “El nombre de la semana”

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 RUBÉN ORTEGA

Cada vez que un nuevo individuo llega a este mundo, es necesario pensar detenidamente una manera de llamar a ese pequeño ser.

2

3

4

5

Pero ¿sabes que tan trascendente puede llegar a ser un simple nombre? Pues aquí te lo diremos.

6

7

8

9

El día de hoy sabremos el significado de Adel, Adela o Adelaida, ¿conoce usted a alguien con ese nombre? Éste es el momento averiguar cuál es su significado.

10

11

12

13

14 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE.

15

16

ENTRA CÁPSULA “EL SIGNIFICADO DE LOS NOMBRES”.

17

18

19

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDOS Y BAJA A FONDO.

20

21

22 RUBÉN ORTEGA

Nuestras adoradas “Adelitas” son parte de una gran tradición de mujeres honorables y valientes que han trascendido en la historia.

23

24

25

26

Si quieres que tu nombre aparezca en esta sección, debe comunicarte al 55 34 20 32, haznos la sugerencia, por mi parte es todo. Muchas gracias.

27

28

CONTINÚA...

Emisión: 1

1 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE.

2

3

ENTRA CORTINILLA DE SALIDA DE “EL SIGNIFICADO DE LOS NOMBRES”.

4

5

6

ENTRA MÚSICA EN PP 5 SEGUNDOS Y BAJA A FONDO.

7

8

9 JONATHAN BAYLÓN

Muchas gracias, ya veremos que nos preparará la próxima semana Rubén Ortega en “El significado de los nombres”

10

11

12

13 YUNUE MANCERA

Así es Jonathan, seguro que Rubén nos sorprenderá con la historia oculta de algún nombre singular.

14

15

16

17 JONATHAN BAYLÓN

Bueno, lamentablemente, esto es todo por hoy, agradecemos a todos nuestros colaboradores y a ustedes por escucharnos.

18

19

20

21 YUNUE MANCERA

Pero antes le vamos a dar la palabra del día de hoy. Haciendo memoria, las pistas fueron: Es sinónimo de “Fiesta”, empieza con “K”, era usada para recaudar fondos para la iglesia y actualmente se usa.

22

23

24

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 JONATHAN BAYLÓN

Y la respuesta es: Kermés, palabra de origen francés que se usaba para designar a una fiesta popular, por cierto si tiene tiempo, hay una película llamada la "Kermés heroica" sobre la llegada del ejército español a un pequeño pueblo, donde las mujeres hacen lo necesario para salvar a su gente.

2

3

4

5

6

7

8

9 YUNUE MANCERA

Los esperamos la próxima semana en 100.5 FM con más música, noticias, nuestra bolsa de trabajo, y por supuesto, la palabra del día.

10

11

12

13 JONATHAN BAYLÓN

Yo soy Jonathan Baylón, conmigo estuvo mi compañera Yunue Mancera en la transmisión de su programa "Sexto grado". Nos escuchamos en nuestra próxima emisión.

14

15

16

17

17 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 10 SEG Y SALE

18

ENTRA RÚBRICA DE SALIDA

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

FIN

Cápsula “Efemérides”

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: Efemérides

Página 1/2

1 OPERADOR

ENTRA MÚSICA MUPPETS EN PP Y BAJA
A FONDO.

2

3

4 LOCUTOR

Un día como hoy, pero de 1990, muere a los 53 años de edad Jim Henson, quien es mejor conocido como el creador de los Muppets.

5

6

7

8

Así es que la rana René, Gonzo, Fozi y Peggy quienes se encargaron de entretener a los niños por tanto tiempo.

9

10

11

12

13 OPERADOR

SUBE LA MÚSICA A PP Y SALE

14

15

ENTRA MÚSICA STARS WARS EN PP Y
BAJA A FONDO.

16

17

18 LOCUTOR

El 14 de mayo de 1944, el creador de la fuerza vio por primera vez la luz George Lucas, creador de la Guerra de las Galaxias nace en Modesto California.

19

20

21

22

23

Desarrollado en un mundo mítico, el protagonista Luke Skywalker, se enfrenta a la tiranía del emperador para liberar al pueblo del terror de su poder.

24

25

26

27

28

CONTINÚA...

1 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP Y SALE

2

3

ENTRA MÚSICA DE FRANK SINATRA EN

4

PP Y BAJA A FONDO.

5

6 LOCUTOR

Apodado como “La voz” el actor y cantante Frank Sinatra muere el 14 de mayo de 1998.

7

8

9

Este artista estadounidense, fue famoso en las décadas de los 40s y 50s debido a sus éxitos en el jazz.

10

11

12

13 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP Y SALE.

14

15

ENTRA MÚSICA SACRA EN PP Y BAJA A FONDO.

16

17

18 LOCUTOR

Karol Wojtyla (Voytila), mejor conocido como el Papa Juan Pablo segundo, sufre un intento de asesinato el 13 de mayo de 1981 en la explanada de San Pedro.

19

20

21

22

23

Cabe destacar que él fue el mandatario del país más pequeño del mundo, es decir, “El vaticano”, que se encuentra dentro de Italia.

24

25

26

27 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP Y SALE.

28

FIN

Cápsula “La chamba de la semana”

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: La chamba de la semana

Página 1/2

1 OPERADOR

ENTRA MÚSICA MEDIEVAL CD 3- TR-1 EN

2

PP 5 SEGUNDOS Y BAJA A FONDO

3

4 ALEJANDRO CONTRERAS

El sastre es un oficio que ha trascendido a lo largo de los años pasando de una generación a otra.

5

6

7

8

En la antigüedad eran los encargados de procurar la ropa de los habitantes de una comunidad, pero sobre todo de los grandes señores, como reyes, duques y gente de la nobleza.

9

10

11

12

13

14

Este servicio era muy caro y se media en piezas de oro, ya que, hacer vestidos, trajes y sobre todo conseguir telas adecuadas era una tarea difícil de llevar a cabo.

15

16

17

18

19 OPERADOR

SALE MÚSICA MEDIEVAL

20

21

ENTRA FX MAQUINA DE COSER CD-3 TR-3.

22

23

24

ENTRA MUSICA MODERNA CD-3 TR-2 EN PP 5 SEGUNDOS A BAJA A FONDO.

25

26

27

28

CONTINÚA...

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: La chamba de la semana

Página 2/2

1 ALEJANDRO CONTRERAS El día de hoy, es mucho más sencillo tener
2 acceso a las materias primas, pero no por
3 eso el oficio del sastre se ha desvalorado.

4

5 A pesar de encontrar prendas de vestir en
6 cualquier supermercado nunca habrá como
7 aquel que puede hacer ropa a la medida,
8 hecha para un solo cliente a su gusto y
9 criterio.

10

11 Así un buen sastre puede ganar de 100
12 pesos por una blusa o una falda, 700 por un
13 vestido y más por un traje para caballero o un
14 atuendo de novia.

15

16 Por ser una ocupación sobreviviente a los
17 siglos, y uno de los más productivos en la
18 actualidad, el sastre se ha convertido en “La
19 chamba de la semana”.

20

21 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE.

22

23

24

25

26

FIN

27

28

Cápsula “Consejos prácticos”

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: Consejos prácticos

Página 1/2

1 OPERADOR

ENTRA MÚSCIA EN PRIMER PLANO 10

2

SEGUNDOS Y BAJA A FONDO. D-1, TR-1.

3

4 LOCUTOR 1

La manzanilla es una planta originaria de Europa pero gracias a que no requiere de muchos cuidados puede conseguirse en cualquier mercado.

8

9

En México se usaba desde la época prehispánica, los mayas la usaban para curar enfermedades en la piel e intestinales por su característica diurética.

10

11

12

13

14

Por sus propiedades terapéuticas sirve como desinflamante, por lo que se usa mucho para aliviar los cólicos tanto en mujeres como en niños a quienes su propiedad sedante les hará pasar una buena y larga noche.

15

16

17

18

19

20

Ahora que, si nos referimos a la infusión de las flores, ésta puede ayudar a aclarar el cabello o a quitar los tintes aplicados.

21

22

23

24

Pero hay que tener cuidado, el consumo excesivo de este té puede provocar problemas en las vías urinarias, así que todo con moderación.

25

26

27

28

CONTINÚA...

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: Consejos prácticos

Página 1/2

1

También puede utilizarse para desinfectar
heridas y ayudar a la cicatrización de las
mismas.

4

5

Así que la próxima vez que veas esta plantita
en algún puesto del mercado ya sabes que
tiene más de un uso que beneficiará a todos
los integrantes de tu familia.

6

7

8

9

10 OPERADOR

SUBE MÚSICA A PP 5 SEGUNDOS Y SALE.

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

FIN

Cápsula “El significado de los nombres”

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: El significado de los nombres

Página 1/2

1 OPERADOR

ENTRA MÚSCIA EN PRIMER PLANO 10

2

SEGUNDOS Y BAJA A FONDO. D-1, TR-1.

3

4 LOCUTOR 1

Originalmente, Adel es una palabra proveniente de la lengua germana para designar a la nobleza.

5

6

7

8

Su equivalente en el español es Adela, con una “a” al final, sin embargo, su significado continúa como el de justicia o equidad.

9

10

11

12

A lo largo de los años se han variado a Abelardo, Adelvina, Adelaida o incluso se dice que Alicia es una de sus derivaciones.

13

14

15

16 OPERADOR

CROSSFADE DE LA MÚSICA DE FONDO

17

CON MÚSICA SACRA. D-1, TR-2.

18

19 LOCUTOR 1

Las Adelas celebran su onomástico el 24 de diciembre y a lo largo de los años el nombre ha sido designado a varias mujeres en la historia.

20

21

22

23

24

Un ejemplo de eso es Santa Adelaida, quien fue reina de Italia y emperatriz de Alemania en el año 900. Ella después de ser encerrada, escapó para pedir ayuda al rey Othon primero y liberar a su pueblo.

25

26

27

28

CONTINÚA...

Sexto grado

Emisión: 1

Cápsula: El significado de los nombres

Página 2/2

1 LOCUTORA 2

Mi señor, te entrego mi cuerpo, mi mano y mi reino a cambio de la libertad de sus pobladores...

2

3

4

5 OPERADOR

CROSSFADE DE LA MÚSICA DE FONDO CON LA RIELERA D-1, TR-3.

6

7

8

En México, se les llama “Adelitas” a las mujeres soldado que participaron en la Revolución de 1910.

9

10

11

12

Estas mujeres se caracterizaban por ir al lado de sus esposos y usar trenzas, carabinas y carrilleras.

13

14

15

16

A pesar de haber existido, la verdadera Adelita, bautizada así por el general Pancho Villa, se ha convertido en un misterio, ya que se dice que su nombre verdadero pudo pertenecer a Altagracia Martínez, Marieta Martínez o a la enfermera Adela Velarde.

17

18

19

20

21

22

23

Verdad o mentira, el nombre de Adela ha respaldado a mujeres fuertes, aguerridas y nobles que hacen honor a su nombre.

24

25

26

27 OPERADOR

SALE MÚSICA Y ENTRA CORRIDO DE ADELITA D-1, TR-4, EN PP, SE MANTIENE 10 SEGUNDOS Y SALE.

28

29

FIN

CONCLUSIONES

La educación en México es un tema que ha adquirido importancia en los últimos meses. Políticos, maestros, periodistas, estudiantes, entre otros, han volteado la mirada a un tópico que nos ha costado críticas internacionales debido a la falta de logros.

Según el Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI) en el país existen más de 33 millones de personas que por diferentes motivos no terminaron sus estudios básicos en el sistema escolarizado (primaria y secundaria), cifra que también incluye a aquellas que ni siquiera la empezaron.

En la actualidad, esta situación no sólo se debe a la falta de recursos económicos por parte de los futuros estudiantes, en varios estados de la República Mexicana pueden observarse problemas magisteriales en los que las instituciones educativas regionales están envueltas.

Aunado a lo anterior, también existe un grave problema observado en los centros de enseñanza, por sí mismos la falta de lugares, materiales y personal adecuado para educar es una amenaza para el deseo de aprender.

Los escenarios nombrados anteriormente logran que muchas de las jóvenes mentes que estarán al frente del país en los próximos años abandonen el sistema educativo formal, ya sea por conseguir una manera de subsistir, como de sentir que ellas mismas no pierden el tiempo en una actividad que para ellos puede no dar frutos.

A pesar de abandonar las escuelas, estas personas buscan la superación personal y la adquisición de conocimientos nuevos, aunque éstos no estén basados en la instrucción sino en poder usarlos en la vida diaria.

Para ellos la idea de conseguir una buena nota o un certificado que avale los conocimientos obtenidos estará fuera de contexto y se verá reemplazado por los conocimientos prácticos.

El alfabeto se hará anulado por saber cómo reparar un motor; la ubicación de la sierra madre no será tan importante como aprender a manejar un problema de drogadicción; saber quién es Benito Juárez no tendrá la misma relevancia que conocer a Don Benito, quien paga la quincena.

Esta investigación es para ellos, quienes han dejado a un lado la esperanza de las instituciones educativas y buscan conocimientos generales por cualquier vía autodidacta, aprenden a escribir y sumar por sus propios medios o se acercan a los lugares donde saben que podrán obtener resultados de acuerdo con sus necesidades.

Dentro de las cuartillas anteriormente presentadas se encuentran sintetizadas desde los conceptos generales concernientes al tema hasta la elaboración de una herramienta de apoyo para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Como ya se ha mencionado, el resultado de este trabajo no es un implemento alfabetizador sino orientador, ya que no se hace presente ni un maestro ni material para el reforzamiento de los conocimientos proporcionados en cada una de las emisiones; más bien se trata de proporcionar información disfrazada de entretenimiento, información que si bien puede parecerles irrelevante a primera vista, puede ser parte del bagaje cultural de los individuos interesados en un tema determinado.

Lo anterior se refiere a dejar a un lado el estigma de “los programas aburridos” y tratar de interesar a un público que prefiere el entretenimiento por excelencia, en lugar de digerir los mensajes que les son proporcionados.

Los escuchas podrán interesarse en nuevos temas, investigar, preguntar o indagar en diversas fuentes aquello que hasta el momento para ellos era desconocido pero ahora ha picado parte de su curiosidad.

La educación es uno de los principales pilares de cualquier sociedad, con ella al gente se vuelve más sensible a su entorno y las naciones se fortalecen, por lo tanto el analfabetismo y el rezago educativo deben ser eliminados. Terminar los estudios no debería ser un obstáculo para el crecimiento integral de los individuos.

Los medios de comunicación, son difusores de entretenimiento, información y educación, por tal motivo ¿por qué no hacer uso de ellos para el bien social?

Usar la radio como un medio de servicio es una materia relevada sólo para aquellas instituciones pertenecientes al gobierno federal, estatal o instancias educativas.

El proyecto presentado en las cuartillas anteriores es sólo un intento de aportar un grano de arena, de fortalecer a estos medios difusores de conocimientos con una propuesta edificada para hacer de la información algo atractivo.

Así, se consideró que el formato de revista es el más apropiado, debido a la diversidad de géneros y tratamientos de los diferentes temas expuestos, tanto de cultura general como aquellos que abren la puerta laboral a los receptores del producto desarrollado en las páginas anteriores.

Cada una de las secciones que se forman dentro de la producción final no tiene nada más que mostrar a un público que la exposición de datos puede ser llevadera, aprender y entretener no son conceptos peleados.

Al final, éste es sólo un proyecto encaminado a proporcionar un servicio social a aquellos quienes están ávidos de conocimientos, quienes en una población de 33 millones y contando, no deberán ser pocos.

ANEXOS

TABLA 1

Población en edad escolar de 3 a 24 años por sexo y grupo de edad, 1950 a 2000, según el Instituto de Estadística, Geografía e Informática¹.

Sexo Grupos de edad	1950	1960	1970	1990	2000	2005
Total	13 354 848	18 559 022	26 571 276	42 801 821	45 460 324	44 898 388
3 a 5 años	2 421 079	3 559 869	5 052 664	6 472 877	6 696 125	6 506 759
6 a 12 años	4 844 511	6 894 013	10 038 284	14 701 697	15 494 206	14 968 088
13 a 15 años	1 728 160	2 376 545	3 494 653	6 157 413	6 296 758	6 537 062
16 a 19 años	2 061 764	2 781 523	3 953 334	7 640 671	7 902 101	7 921 850
20 a 24 años	2 299 334	2 947 072	4 032 341	7 829 163	9 071 134	8 964 629
Hombres	6 602 218	9 297 774	13 338 423	21 267 386	22 579 345	22 346 374
3 a 5 años	1 222 050	1 806 145	2 575 476	3 275 045	3 394 484	3 302 950

¹ Instituto Nacional De Estadística, Geografía e Informática, *Población en edad escolar de 3 a 24 años por sexo y grupos de edad, 1950 a 2005*, (en línea), México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, <http://inegi.gob.mx>, (Consulta 25 de abril de 2008).

6 a 12 años	2 476 949	3 527 874	5 135 323	7 441 058	7 857 769	7 602 066
13 a 15 años	862 452	1 192 208	1 755 447	3 059 399	3 157 403	3 290 541
16 a 19 años	974 003	1 366 678	1 941 877	3 753 756	3 866 089	3 897 377
20 a 24 años	1 066 764	1 404 869	1 930 300	3 738 128	4 303 600	4 253 440
Mujeres	6 752 630	9 261 248	13 232 853	21 534 435	22 880 979	22 552 014
3 a 5 años	1 199 029	1 753 724	2 477 188	3 197 832	3 301 641	3 203 809
6 a 12 años	2 367 562	3 366 139	4 902 961	7 260 639	7 636 437	7 366 022
13 a 15 años	865 708	1 184 337	1 739 206	3 098 014	3 139 355	3 246 521
16 a 19 años	1 087 761	1 414 845	2 011 457	3 886 915	4 036 012	4 024 473
20 a 24 años	1 232 570	1 542 203	2 102 041	4 091 035	4 767 534	4 711 189
NOTA:	Cifras correspondientes a las siguientes fechas censales: 6 de junio (1950); 8 de junio (1960); 28 de enero (1970); 12 de marzo (1990); 14 de febrero (2000); y 17 de octubre (2005)					
FUENTE:	INEGI. Censos de Población y Vivienda, 1950 – 2000					
	INEGI.II Conteo de Población y Vivienda 2005.					

Tabla 2

Población de 6 a 14 años que no sabe leer y escribir al año 2005, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática².

² Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Población de 6 a 14 años que no saben leer y escribir al año 2005 (en línea), México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, <http://cuentame.inegi.gob.mx/> (Consulta 29 de abril de 2008)

Edad (años)	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
6	694 276	663 566	1 357 842	66%
7	242 240	211 129	453 369	22%
8	100 566	82 128	182 694	9%
9	48 805	38 282	87 087	4%
10	34 349	25 668	60 017	3%
11	20 421	15 339	35 760	2%
12	20 207	15 430	35 637	2%
13	17 531	14 258	31 789	1%
14	17 945	14 909	32 854	2%
Nacional	1 196 340	1 080 709	2 277 049	12%

TABLA 3

Total de estaciones radiofónicas permisionadas y concesionadas en el 2004, según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes³.

³ Secretaría De Comunicaciones y Transportes, *Estaciones de radio y televisión concesionadas, permisionadas y complementarias por entidad*, (en línea), México, Secretaria de Comunicaciones y Transportes, 2006, <http://www.portal.sct.gob.mx>, (Consulta, 17 de agosto de 2006).

ESTACIONES RADIODIFUSORAS POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN TIPO DE BANDA EN QUE OPERAN 2004				
	Total	Amplitud Modulada	Frecuencia modulada	Onda corta
Entidad Federativa	1 416	851	562	10
Aguascalientes	20	13	7	0
Baja California	68	34	34	0
Baja California Sur	23	13	10	0
Campeche	16	14	2	0
Coahuila de Zaragoza	81	39	42	0
Colima	17	11	6	0
Chiapas	50	36	13	1
Chihuahua	83	54	29	0
Distrito Federal	62	29	28	4
Durango	23	19	4	0
Guanajuato	55	38	17	0
Guerrero	42	30	12	0
Hidalgo	22	13	9	0
Jalisco	84	46	38	0
México	23	15	8	0
Michoacán de Ocampo	53	40	13	0
Morelos	23	5	18	0
Nayarit	21	18	3	0
Nuevo León	69	29	39	1
Oaxaca	50	34	16	0
Puebla	30	22	16	0
Querétaro Arteaga	19	11	8	0
Quintana Roo	21	14	7	0
San Luis Potosí	31	21	9	1
Sinaloa	49	37	12	0
Sonora	110	53	57	0
Tabasco	25	17	8	0
Tamaulipas	88	44	44	0
Tlaxcala	6	2	4	0
Veracruz de Ignacio de la Llave	101	70	29	1
Yucatán	33	17	15	1
Zacatecas	18	13	5	0

TABLA 4

Total de canales televisivos permisionados y concesionados en el 2004, según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes⁴.

CANALES DE TELEVISIÓN POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN TIPO DE BANDA EN QUE OPERAN 2004	
	Total
Entidad Federativa	658
Aguascalientes	6
Baja California	27
Baja California Sur	19
Campeche	11
Coahuila de Zaragoza	34
Colima	13
Chiapas	32
Chihuahua	38
Distrito Federal	11
Durango	10
Guanajuato	12
Guerrero	22
Hidalgo	10
Jalisco	19
México	11
Michoacán de Ocampo	32
Morelos	6
Nayarit	9
Nuevo León	26
Oaxaca	60
Puebla	8
Querétaro Arteaga	5
Quintana Roo	16
San Luis Potosí	18
Sinaloa	15
Sonora	87

⁴ Secretaría De Comunicaciones y Transportes, *Estaciones de radio y televisión concesionadas, permisionadas y complementarias por entidad*, (en línea), México, Secretaria de Comunicaciones y Transportes, 2006, <http://www.portal.sct.gob.mx>, (Consulta, 17 de agosto de 2006).

Tabasco	13
Tamaulipas	36
Tlaxcala	5
Veracruz de Ignacio de la Llave	22
Yucatán	9
Zacatecas	16

ENTREVISTA 1

Entrevista realizada a **Ricardo González**, productor y realizador en el estudio de grabación del INEA a nivel nacional, llevada a cabo el 17 de Diciembre de 2007 en las instalaciones centrales del Instituto en México, Distrito Federal.

1.- ¿Cómo defines los materiales audiovisuales educativos?

RICARDO GONZÁLEZ: Bueno, en primer instancia sabemos o pensaríamos que definitivamente el material educativo tiene que ir a cumplir su objetivo, que es el de educar.

Regularmente los vemos aburridos, los vemos tediosos, pero son muchas normas que maneja hacia la pedagogía o cuestiones didácticas.

Yo los defino fríos, los defino aburridos, los defino, en muchos casos con mucha falta de atención a quien lo va a recibir; los alumnos como que pierden el interés con ese tipo de materiales educativos ya sea en video o algo de radio.

2.- ¿Hay algún medio ideal para transmitir este tipo de programas? ¿Sería más práctica la televisión o la radio?

RICARDO GONZÁLEZ: Bueno, yo creo que los dos cumplen su objetivo y debe de ser así porque hay muchas zonas en lo que lo único a lo que podrías tener acceso es a la radio, hay zonas que en verdad son muy marginadas.

A pesar de que por cuestiones de gobierno se piensa que tiene que llegar la educación a todos los puntos, hay muchas partes donde ni siquiera tienen acceso si no es por los profesores rurales o ese tipo de cosas; yo creo que los dos tienen que cumplir su objetivo.

La radio se me hace un poco más rica porque hacen al alumno imaginar y crear y viajar, y ponerse en los personajes tal y cual los están escuchando. La televisión pues obviamente llega por la cuestión tecnológica, en cuanto a los recursos de los cuales tenemos la televisión siempre ha tratado de abarcar por medio audiovisual la cultura. Tenemos el caso de lo que es tele-secundaria, la red EDUSAT, enciclomedia y ese tipo de cosas, hay videos grabados donde pueden acercarse y ver, obviamente hay mucho más formas de llegar a los alumnos.

La televisión, simplemente sí ha mejorado un poco para llegar con los alumnos, para llegar con la gente que tiene que llegar pero creo que todavía hay falta de interés para los alumnos y los programas no son atractivos para ellos.

3.- ¿Qué propondrías para hacerlos dinámicos, para hacerlos atractivos?

RICARDO GONZÁLEZ: Fíjate que en la experiencia, por ejemplo, que a lo largo de la televisión educativa yo he podido experimentar, siempre hemos tratado de no hacer el programa para directivos, de no hacer el programa para empresas o funcionarios simplemente porque muchas veces las instituciones o el director y los subdirectores tiene su estilo, su forma de ser y creen o piensan que, por ejemplo, meter esa visión que ellos tienen acerca de esto para hacer lineamientos de programas y eso no me parece muy bien, yo siempre he hecho programas para quien me estoy dirigiendo y no hacer programas para

directivos o para instituciones sino para jóvenes o para niños según sea el caso.

Obviamente tiene que ser con una visión muy actual, muy fresca, tenemos que estar intentando en base a elementos, es decir, los elementos son muy importantes, los lineamientos son muy importantes.

Nosotros hicimos en una ocasión un programa para la media superior, se llama EDUSAT, Educación Media Superior a Distancia, en la cual siempre planteamos ejemplos no tradicionales.

Como tradicionalmente se supone, por ejemplo, si se hablaba de algunas vías sanguíneas o torrente sanguíneo, nosotros lo enfocábamos con un viaducto, con algo con tránsito, es algo que transita, pues todo ese tipo de clases debíamos aterrizarlas con elementos más atractivos para los jóvenes.

Yo por ejemplo puedo ver que hay chicas que sacan diez, que las ves estudiando con su walkman, con su Ipod y sin embargo son chicas de diez, de excelencia, entonces es un poco como eso: atacar un poco la cuestión de la creatividad de la gente, de producción, para poder brindarles a los chavos algo muy atractivo para ellos; lo aburrido, es decir los libros, las imágenes que duran diez, quince segundos, se me hacen muy viejas.

4.- ¿Qué tipo de temas son los que se enfocarían para tratar a las personas con rezago educativo?

RICARDO GONZÁLEZ: Pues es que son por zonas porque hay muchas zonas en las cuales, por ejemplo, el idioma, el español, sería un tema; hay otros en que la cuestión de los números también entran; obviamente la cuestión de la naturaleza. Éstos creo que son los temas que se preocupa más el Estado por atacarlos.

Yo creo que sobre esos temas podemos abordar un poco hacia lo que es la lengua, porque hay muchos grupos étnicos que hacen bilingües o trilingües entre varios profesores que llegan allá; la cuestión de los números, yo creo que a cualquiera que le preguntes tiene problemas con los números; y la cuestión de la naturaleza, parece mentira, pero todas esas cuestiones que tienen que ver con el mantener el planeta, el invernadero, la capa de ozono y esas cosas todos esos son los temas que podrían ser.

5.- ¿Qué importancia tienen ese tipo de materiales en el INEA?

RICARDO GONZÁLEZ: Son muy relevantes, son pero súper importantes, aquí el área que se dedica a hacer todos los materiales son súper importantes, como te decía hay materiales bilingües y trilingües los cuales están enfocados a llegar a las personas.

Los materiales del INEA son la base para poder arrancar, porque desde el inicio hay un programa para alfabetización empezado por las vocales, entonces todo eso lo desarrollan con base a los materiales, es muy importante porque son el principio de los libros, audio-libros, todo esto va de la mano con los profesores que dan esas clases, pero los materiales van a la vanguardia y están muy bien enfocados.

6.- ¿Crees que es posible crear un material audiovisual sin la necesidad de tener un profesor que guíe a los estudiantes?

RICARDO GONZÁLEZ: Siempre es importante un asesoramiento, siempre tiene que haber alguien que despeje las dudas, no creo que alguien solo pueda hacer las cosas y creo que siempre se necesita de alguien, siempre hay libros o dvds interactivos en los cuales pueden desarrollar las clases individualmente, pero siempre es fresca la variedad de dudas o de comentarios que puede dar un grupo pues es mucho más importante.

Yo creo que solo es muy difícil, para estudiar no hay ningún problema, los mismos libros te van guiando para encontrar las respuestas que necesitas pero yo creo que siempre es importante tener al lado al asesor, al maestro, al amigo con quien puedas aclarar tus dudas.

7.- ¿Qué tan importantes o esenciales son este tipo de materiales en el proceso de enseñanza-aprendizaje? ¿Qué beneficios hay para los estudiantes?

RICARDO GONZÁLEZ: Es la base, yo creo que partimos de lo que te comentaba, como siempre lo que existe en la comunicación: el emisor y el receptor es igual el material en el cual vas a trabajar.

Yo creo que siempre se necesita a alguien que nos oriente y alguien que escuche, la guía del material es definitivamente muy importante, los cuadernos de trabajo o los libros que te aclaran las dudas o donde vas estudiando, yo creo que es básico tener los materiales.

8.- En general, ¿qué características deberían tener un programa educativo?

RICARDO GONZÁLEZ: Pues como igualmente se ha ido estructurando, yo creo que la televisión educativa ha evolucionado mucho, a pesar de que también puede ser un poco tediosa, un poco cuadrada en algunos casos o en algunas instituciones muy rudimentarias.

Las características de la televisión han evolucionado también: hay unos conceptos que se manejan también en cuestión de creatividad, sobre todo hay mucha creatividad; hay mucha cuestión de la tecnología que te va brindando tantas cosas para hacer una televisión atractiva.

Yo al inicio de esta charla, vuelvo a repetir, debemos enfocarnos en la gente que nos corresponde hacer la producción de algunas cuestiones educativas. Cuando defendamos el concepto de hacer los programas para

quien van dirigidos la cosas cambiarían, cuando se nos olvide hacer programas para nuestros jefes, para las instituciones y no se nos olvide a quien va dirigido vamos a salir del hoyo en el que la televisión educativa se ha mantenido siempre.

El medio ha avanzado a pasos muy lentos porque llegan administraciones nuevas que quieren poner su sello, su línea de trabajo y lo único que hacemos con los chavos es confundirlos día a día; yo creo en que hagamos la televisión educativa para quienes la ven, yo creo que con eso podemos encontrar un buen resultado.

9.- ¿Crees que aplicaría lo mismo en cuanto a la radio educativa?

RICARDO GONZÁLEZ: Sí, yo creo que sería lo mismo, sería amalgamar lo que es la televisión como la radio

10.- Radio UNAM y Radio Educación tienen diferentes programaciones para diferentes tipos de público, pero aquí mi pregunta sería: ¿cuál es la diferencia entre programa educativo y programa cultural?

RICARDO GONZÁLEZ: Bueno, pues obviamente es muy claro: podemos encontrar cuestiones culturales, podemos encontrar cuestiones musicales, podemos encontrar pues todo ese tipo de funciones, pero en la cuestión educativa pues tenemos que educar, tenemos que dar, que ofrecer la educación.

En la televisión cultural podemos escuchar cuerdas, el fragmento de un libro, pero la televisión educativa, tenemos que llegar a alguien para que ese alguien escuche y aprenda, esa es la diferencia principal.

Muchas gracias Ricardo.

ENTREVISTA 2

Entrevista realizada a **Arturo Hernández**, productor y realizador en el estudio de grabación del INEA a nivel nacional, llevada a cabo el 16 de Diciembre de 2007 en las instalaciones centrales del Instituto en México, Distrito Federal.

1.- ¿Cómo definiría usted los programas o los materiales educativos?

ARTURO HERNÁNDEZ: Educativos, en general... en la actualidad son ya especiales. Tiene que haber una especialidad en la producción de materiales educativos, como hay materiales o programas musicales, deportivos, noticiosos; en la actualidad ya hay una especialización o se está dando una especialización hacia los programas educativos.

2.- ¿En qué consistiría esta especialización?

ARTURO HERNÁNDEZ: En quien los hace, la persona encargada debe haberse empapado en los procesos educativos, en la institución que los elabora, en conocer exactamente a la institución a la que se le está trabajando y con base a ese conocimiento saber cuáles son sus elementos, saber cuáles son sus necesidades, sus requerimientos y los procesos de educación que está llevando para poder realizar bien este trabajo.

3.- En el caso del INEA, ¿cuáles son esos lineamientos?

ARTURO HERNÁNDEZ: Conocer la institución y sus características que son: la población a la que atiende, el método, la metodología con la que da sus servicios educativos; en el caso de el Modelo de la Educación para la Vida y el Trabajo conocer bien esos métodos, esos materiales, esos lineamientos para nosotros también dar opinión o volcarnos sobre eso que yo le llamo "la terapia", o sea la información, porque alguien que no conozca el INEA, va a decir o le

pueden sugerir, “oye tu puedes tener tu primaria y secundaria en el INEA” y la persona en primer lugar va a decir “¿terminar mi primaria o mi secundaria? a lo mejor me van a enseñar lo mismo que mi hijo en la primaria o en la secundaria” y no es así, entonces ahí empezamos, si nosotros no conocemos las características de estos materiales pues nos vamos a equivocar y los materiales que tiene el método para la vida y el trabajo son muy diferentes a los que van a acreditar la primaria y la secundaria.

4.- ¿Cuáles son las especificaciones del Modelo de Educación para la Vida y el Trabajo (MEVIT)?

ARTURO HERNÁNDEZ: El MEVIT se enfoca, como su nombre lo dice, para la vida y el trabajo; como se refería uno de los directores aquí del INEA: “bueno, si un adulto que está en rezago educativo que tiene 40, 50, 60 años, ¿cómo es que ha sobrevivido en la vida sin aprender lo de primaria y lo de secundaria? ¿Cómo ha sobrevivido? Pues muy sencillo, hace sus cuentas a su manera”. Es muy sencillo, él con el pasar de su vida cotidiana ha aprendido las cosas de diferente manera, él sabe hacer las cuentas a su manera, te va a sacar casi los mismos resultados de otra manera y él se ha quedado con los conocimientos que le han servido para desarrollarse en su vida y su trabajo, entonces en eso reside el método de la vida y el trabajo, en avocarse a las habilidades que le van a ayudar para desarrollarse en su trabajo y en la vida

5.- ¿Cuáles son los principales temas que toca el MEVIT?

ARTURO HERNÁNDEZ: Hay módulos, hay un módulo de los diversificados, que son como los opcionales, o sea, llevas unos que tienes que acreditar obligatoriamente y los opcionales. Si tienes que acreditar diez módulos en primaria, de esos diez módulos nueve son obligatorios y uno es opcional, o sea, uno lo puedes escoger de cinco temas.

Hay uno donde se dan tips o datos u orientaciones a una empleada domestica, de cómo trabajar, cómo tratar con su patrón, cómo contratarse con su patrón, cómo debe cobrarle a su patrón; por ejemplo, si va a planchar ropa,

pues debe cobrar por docena la ropa, si es ropa chica o es ropa grande y bueno, eso de dónde se tomó, bueno de la experiencia de cómo una empleada doméstica trabaja.

Entonces el INEA retoma estos datos para decirle a una persona que a lo mejor apenas va a entrarle a ese ámbito de lavar ropa ajena y esa persona no sabe ni cómo se cobra ni nada, pues ahí le dan tips, también habla de cómo es que tienen un día de descanso por obligación, si son empleadas de entrada por salida y casos ya muy específicos de este oficio y así hay de otros oficios.

Por ahí también encontré otro material de donde uno de sus ejercicios es el de medir el terreno de su casa, no recuerdo si es de matemáticas, bueno una persona en un pueblo que no sabe leer y escribir pero sí ha medido el terreno de su casa, sí sabe cuantos metros cuadrados mide su terreno por auxilio de algún pariente, de algún compadre o de algo así, le ayudó a medir y le enseñó a medir.

Yo me he encontrado con albañiles que saben trazar una escalera y eso lo saben con la práctica porque otros albañiles se lo enseñaron y te traza una escaleras en el espacio que les dejaron y entonces van ser tres escalones de 18 centímetros y los distribuye y si le dio bien y si no empieza a distribuirlos, bueno entonces con 14 centímetros, ó 15 centímetros, pero no pueden pasar de 18 centímetros porque si no ya empleamos otro escalón; entonces son cosas así, como reglas que les enseñaron en la práctica y sin embargo los arquitectos o los ingenieros se los enseñaron en el pizarrón y a ellos se los están enseñando en la práctica

6.- ¿Considera un mejor vehículo la televisión o la radio?

ARTURO HERNÁNDEZ: Depende de la necesidad del cliente y eso uno lo visualiza cuando el cliente o la persona te dice “oye pues necesito hacer algo” y tú como experto o como ya sabedora del negocio le dices “¿cuáles son tus necesidades?” y te das cuenta de lo que necesita no es un programa de televisión, es un programa de radio, o viceversa, pero él te está diciendo

“quiero un programa de radio” y al entrevistarlo y ver sus necesidades dices “lo que usted necesita no es un programa de radio, es un programa de televisión”, entonces dependiendo de las necesidades es de que uno debe sugerir que es lo que se necesita.

7.- ¿Cuál es la relevancia de los programas audiovisuales en el INEA?

ARTURO HERNÁNDEZ: Por lo que yo he visto, te dividiría como en dos rubros: materiales de difusión y materiales del área académica.

Vamos a desahogar primero los materiales de difusión que te servirían para darle salida, darle luz, darle discusión a lo que se está elaborando en el INEA, ya sea aquí en oficina central o en otras delegaciones, ya sea entre ellos o fuera de ellos; por ejemplo te pongo un caso, aquí se hizo un material donde se fueron a grabar dos ceremonias de certificación en San Luís Potosí y se hizo un video y yo no sabía hasta que por allá en San Luís Potosí nos dijeron el uso que les dieron.

Nos dijeron que ellos habían asistido a unas juntas para revisar convenios de colaboración y todo eso y la otra parte, la parte de oportunidades, se negaban a firmar ese convenio porque faltaba concretar algunos requisitos o datos por lo que estaban renuentes a firmar ese convenio, entonces nos cuentan los del INEA de San Luís Potosí que les presentaron el video que habíamos hecho nosotros, se los proyectaron y ese video era muy emotivo y que a la hora que terminó dijeron los de San Luís Potosí “pásenos el convenio ¿dónde firmamos?” y eso no lo hicimos con esa intención sino ya la intención y el uso se lo dieron los del instituto de San Luís Potosí, fue una herramienta de convencimiento y en dos reuniones diferentes lo proyectaron y firmaron los convenios.

Eso es un resultado de éxito de una herramienta de difusión y también están los spots donde la gente ve esa campaña y piensa “sí vamos a entrarle” o “yo estoy en rezago educativo voy a buscar el INEA para terminar mi primaria o secundaria ahí” y hay que convencer o difundir una idea, difundir un producto, difundir un servicio que conocen las personas de esa institución que ofrece ese servicio.

Fíjate que yo iba apenas en el pesero y escuché a alguien, te lo voy a narrar: venían platicando conocidas de una colonia, yo creo que hasta vecinas, y una le dice “oye, ¿cómo estás?”, “bueno y ¿vas a chambear?”, “ah qué bien”, una de ellas trabajaba lavando ajeno y le dice: ¿y pues cuánto ganas?”, “pues bien pero en otras partes pagan más”, “oye pero tu hermana trabaja de enfermera en el hospital de cardiología ¿qué no hay chanza ahí de que te metas a trabajar?”, “sí pero como no he terminado mi primaria no puedo y ella ya se va a jubilar”.

Al jubilar, la hermana de una de ellas, dejaba su plaza en primera opción a un familiar, pero si ese familiar no tenía la primaria no se la podían dar, entonces a la vecina le dieron de plazo dos años para terminar la primaria o secundaría, y entonces la otra le sugirió “yo pasaba por ahí por el paradero de Huipulco y había una manta donde ahí puedes terminar tu primara o secundaría, ¿por qué no vas y preguntas?” y la chava le responde “no tengo tiempo para ir a estudiar”, “pues ve y pregunta”.

¿Cuál fue la carencia de la persona?, pues la falta de información en que el INEA pude adaptarse a los horarios de la persona y que va a ser más fácil porque ya no va a estudiar química, no le van a pedir que se aprenda las tablas o las capitales de los estados o los países, ya va a ir a algo más concreto y lo va a hacer mucho más rápido, por que la gente piensa: “no, ¿cuánto me voy a tardar en hacer la primaria o la secundaria?”. Puede ser que a lo mejor comparándola con la primaria nocturna o la secundaria nocturna donde sí tienen que ir diario dos horas pues la pensaban en un año, dos años, depende, y ahora el INEA acredita más rápido y son las funciones que debería difundir

del INEA de que certifica más rápido y con otros materiales mas cercanos a la vivencia de las personas.

8.- ¿Y en el ámbito académico?

ARTURO HERNÁNDEZ: También aquí en el INEA hacemos materiales para el área académica, en realidad nada más nos piden elaborar una idea porque ellos ya hicieron el guión, la investigación, ya nada más es realizar un trabajo.

Entonces no hay tanto problema, ya está elaborada la idea, ya nada más la realizamos bien, ya no hacemos tanto la preproducción o la producción, ya nada más la realizas, llevas a cabo algo que ya esta maquinado, algo que ya esta diseñado pensado, ya no lo diseñas tú, ya no lo coqueas, ya está pensado y principalmente son los materiales para la vida y el trabajo.

9.- ¿Qué diferencia habría entre un programa de educación como estos que me menciona y uno de enfoque cultural?

ARTURO HERNÁNDEZ: Uno de enfoque cultural se define porque vas a difundir cosas del quehacer cultural, vas a tocar las disciplinas de las artes, la pintura, el teatro, literatura, las artes.

Un material educativo es un material instruccional, vas a dar instrucción, instrucción e instrucciones específicas para desarrollar un contenido, entonces tienes que ser más puntual en las instrucciones.

10.- ¿Debe forzosamente llevar un material escrito?

ARTURO HERNÁNDEZ: En el material educativo sí, yo creo que sí, y más que todo porque facilita la experiencia, a pesar de que ahora y todo el mundo lo busca, a pesar de que está la computadora, todo termina en cosas escritas; si uno termina en material escrito uno puede con más detenimiento leer o corregir o transcribir.

En la computadora como que te agarran más las prisas y lo tienes que leer así, más rápido, es más conveniente tener el material escrito.

11.- Desde su punto de vista, ¿cuáles son los principales beneficios que los materiales educativos dan a los educandos?

ARTURO HERNÁNDEZ: Siempre es conveniente tenerlos ahí porque vas a regresar a ellos, tenerlos es uno de los beneficios, también puede ser el de comparar esos materiales con otros de sus similares, por ejemplo compara los materiales del INEA con los del CONAFE o con los de la primaria o la secundaria.

Pero déjame te contesto otra cosa, de los formatos, de los materiales, que puedes tener, pues sí es realidad, sí son muy aburridos los materiales educativos y culturales pero no es que los contenidos sean aburridos sino el formato en el que están hechos o el formato en el que está estructurado porque los guionistas que han estado haciendo ese programa o ese guión no son muy duchos o muy creativos, por lo tanto no te sale un programa o una cápsula tan atractiva, tan vistoso, que le pongas tú mucha atención porque no se están desarrollando bien esos materiales con una buena estructura que es el vehículo con el que tú vas a llegar.

12.- En cuestión de formatos usted consideraría que es mejor una revista, un noticiero, una radionovela...

ARTURO HERNÁNDEZ: Pero yo no me iría a ese tipo de formatos, yo estoy diciendo del formato que a un tema puedas darle, el formato de una dramatización o a un tema darle el formato de un reportaje o a otro tema darle el formato de una entrevista y dentro de la dramatización hay otras variantes así como de cuento.

Ya con la práctica del guionista, con la práctica y todo lo que haya recorrido y todo lo que haya pulido él podría decir que un tema como el de la violación, es un tema dramático, es un tema delicado que no vas a plantear con chascarrillos o chistes, entonces tendría que buscarles un formato más adecuado que le quede para que ese contenido que tú quieres difundir. A eso me refiero con formato.

13.- ¿Usted qué haría para que fueran más dinámicos o menos aburridos los programas de este tipo?

ARTURO HERNÁNDEZ: Visualizar con qué formato pueden tocarse los temas. Cuando yo estaba en Canal 11 teníamos un programa que se llamaba “Reflexiones” era una mesa de discusión y era de reflexión, no era de debate, no era entrar en confrontación porque había otro programa en otro día que se llamaba “Confrontación” donde eran dos o tres personas chocando.

Este programa “Reflexiones” era uno donde cada quien ponía sus puntos de vista y casi nunca entraban en confrontación, ese es otro formato donde cada quien va a estar poniendo su opinión para sacar una conclusión, y en el otro era confrontar, y ese era un formatito. Cuando yo estaba ahí, en ese programa (“Reflexiones”) se sacaba una cápsula a lo que iba al tema y siempre el guionista, dependiendo del tema, le daba el formato más adecuado; casi nunca nos repitió un formato o una estructura de ese reportaje, había reportajes donde sólo había material de stock o dramatizaciones.

Un día muy cercano al día de muertos, nos escribió un diálogo que tenía la Catrina con un mortal, donde ellos nos hablarían del día de muertos, darían un diálogo y debería grabarse en el cementerio a la media noche, entonces conseguimos el traje de la Catrina, la vestimos, la maquillamos y todo.

No fue el clásico la voz en off ilustrada del día de muertos, lo más fácil para él fue haber hecho un texto y que lo ilustraran como fuera y ya. A eso me refiero con los formatos: la creatividad.

Si te fijas en los programas de comedia, en los seriales, donde salen los Mascabrothers ese formatito de parodiar (porque la parodia es otro formato), a la gente le atrae mucho, entonces esa parodia sería otro formatito. Claro que el sistema tiene que estar *ad hoc* para usar esa parodia y por lo regular es la parodia política, es lo que el noticiero de Joaquín López Doriga usa con las “Mangas del chaleco”.

Yo creo que el guionista es el que tiene que tener la creatividad y son pocos y menos en la televisión educativa casi siempre hay guionistas que van a dar un texto, una voz en off para ilustrar y a lo mucho le meterá algunos *inserts* de entrevistas y de discursos.

Eso de lo que adolece mucho la tele educativa si la tele comercial se quiebra la cabeza para tener buenos guionistas imagínate la educativa, de dónde va a sacar buenos guionistas.

14.- ¿Sería este el principal defecto de la televisión educativa?

ARTURO HERNÁNDEZ: Carencia, no defecto.

Muchas gracias.

ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar datos que serán utilizados para enriquecer información estadística sobre las preferencias radiofónicas de las personas con rezago educativo.

Los datos recabados son confidenciales y su uso será exclusivamente con fines académicos. Le agradecemos su colaboración y sinceridad al contestar las siguientes preguntas.

DATOS GENERALES

Sexo:

A) Masculino

B) Femenino

Escolaridad: A) Primaria

C) Secundaria

Edad: _____

B) Preparatoria

Estado civil:

A) Soltero

B) Casado

C) Divorciado

D) Otro: _____

Ocupación: A) Empleado

C) Hogar

B) Estudiante

D) Otro: _____

DATOS SOCIOECONÓMICOS

1.- ¿Cuáles son sus ingresos familiares mensuales?

A) De 4,000 a 10,000 pesos

B) De 10,001 a 20,000 pesos

C) De 20,001 a 25,000 pesos

D) De 25,001 a 30,000 pesos

E) De 30,001 a 35,000 pesos

F) Más de 35,000 pesos

2.- ¿Con cuáles de los siguientes bienes o servicios cuenta usted? (Puede marcar más de una opción)

A) Automóvil modelo anterior a 1995

B) Automóvil modelos de 1996 a 2000

C) Automóvil modelo de 2001 a 2005

D) Automóvil modelo de 2006 en adelante

E) Televisión por cable

F) Televisión con servicio satelital

G) Internet de prepago

H) Internet con conexión telefónica

I) Internet de banda ancha

J) Casa propia

K) Casa rentada

3.- ¿Con cuántas personas vive usted?

A) Ninguna

B) De 1 a 3 personas

C) De 4 a 5 personas

D) Más de cinco personas

INFORMACIÓN DEL TEMA

1.- ¿Usted escucha radio?

A) Sí (Pasa a la pregunta 3)

B) No

2.- Mencione por qué no le gusta escuchar radio (Marque sólo una opción)

- A) Le parece aburrido B) No le gusta
C) No tiene tiempo D) Otro: _____

3.- ¿Cuál es la principal razón por la que escucha radio? (Marque sólo una opción)

- A) Le acompaña B) Le entretiene
C) Le gustan los programas D) Le gustan los locutores
E) Le gusta la música F) Le gusta sentirse informado
G) Otro: _____

4.- ¿Cuánto tiempo dedica a escuchar la radio diariamente? (Marque sólo una respuesta)

- A) Menos de una hora B) Una Hora
C) Hora y media D) Dos horas
E) Más de dos horas

5.- ¿Dónde diría que escucha más tiempo la radio? (Marque sólo una respuesta)

- A) Transporte público B) Auto particular
C) En casa D) Trabajo
E) Otro: _____

6.- ¿A qué hora del día frecuenta escuchar radio?

- A) Mañana B) Tarde
C) Noche

7.- ¿Le gustan los noticieros?

- A) Sí (Pase a la pregunta 10) B) No

8.- Mencione el por qué no le gustan los noticieros (Marque sólo una opción y pase a la pregunta 13)

- A) Son aburridos B) No le agradan los reporteros
C) No le agradan los locutores D) No tienen notas que le interesen
E) No tiene tiempo F) Prefiere la TV
G) Otro: _____

9.- Mencione el por qué le gustan los noticieros (Marque sólo una opción)

- A) Son dinámicos B) Le gusta sentirse informado
C) Le agradan los locutores D) Prefiere la TV
E) Otro: _____

10.- ¿Qué sección le gusta más en un noticiero de radio? (Marca sólo una respuesta)

- A) Deportes B) Política
C) Nacionales D) Internacionales
E) Espectáculos F) Sociales
G) Cultura H) Tránsito

l) Otro: _____

11.- ¿Le gustan los programas musicales?

- A) Sí (Pasa a la pregunta 14) B) No

12.- Mencione el por qué no le gustan los programas musicales (Marque sólo una opción y pase a la pregunta 16)

- A) Son aburridos B) No le agradan los locutores
C) No le agrada la música D) Son muy estridentes
E) No tiene tiempo F) Son rutinarios/repetitivos
G) Otro: _____

13.- Mencione el por qué le gustan los programas musicales (Marque sólo una opción)

- A) Son dinámicos B) Le gusta la música
C) Le agradan los locutores D) Le interesan los temas que
tratan
E) Por entretenimiento F) Otro: _____

14.- ¿Qué tipo de música le gusta más en un programa de radio? (Marque sólo una respuesta)

- A) Pop B) Rock
C) Rock pesado D) Instrumental
E) De los 70s y 80s F) Cumbias
G) Salsa H) Gruperas
I) Baladas J) Tropical
K) Ranchera L) Alternativa
M) Banda N) Otro: _____

15.- ¿Le gustan los programas radiofónicos de opinión (aquellos que se basan en comentarios y entrevistas)?

- A) Sí (Pasa a la pregunta 18) B) No

16.- Mencione el por qué no le gustan los programas de opinión (Marque sólo una opción y pase a la pregunta 20)

- A) Son aburridos B) No le agradan los locutores
C) No tratan temas de su interés D) No tiene tiempo
E) Otro: _____

17.- Mencione el por qué le gustan las transmisiones basadas en comentarios y entrevistas (Marque sólo una opción)

- A) Son dinámicos B) Le gusta la música
C) Le agradan los locutores D) Le interesan los temas que tratan
E) Por las opiniones F) Otro: _____

18.- ¿Qué tipo de temas le gustaría escuchar más en un programa de radio de comentarios? (Marca sólo una respuesta)

- A) Espectáculos B) Salud

- C) Política
- E) Deportes
- G) Noticias

- D) Cultura
- F) Familiar
- H) Otro: _____

19.- ¿Le gustaría escuchar un programa educativo?

- A) Sí
- B) No

20.- ¿Qué tipo de temas le gustaría escuchar más en un programa de radio? (Marque sólo una respuesta)

- A) Información sobre centros de enseñanza
- B) Información sobre salud
- C) Información cultural
- D) Información sobre centros de trabajo
- E) Tecnologías domésticas (Cómo hacer cosas en casa)
- F) Otro: _____

21.- ¿Qué tipo de voz le agrada más escuchar en un programa de radio educativo? (Marque sólo una opción)

- A) Voces masculinas
- B) Voces femeninas
- C) Ambos

22.- ¿Qué edad considera ideal para un conductor de programas educativos? (Marque sólo una opción)

- A) Voces de jóvenes
- B) Voces de adultos
- C) Voces de adultos mayores

23.- ¿En qué horario le gustaría escuchar un programa educativo? (Marque sólo una opción)

- A) En la mañana
- B) En las tardes
- C) En las noches
- D) Horario flexible

GRACIAS

FUENTES DE INFORMACIÓN

Real Academia De La Lengua Española, *Diccionario de la lengua española*, Espasa-Calpe, España, 1956.

Venus Armenta, *El papel de la comunicación educativa dentro de la sociedad compleja*, Razón y Palabra, México, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n13/comedu13.html>, (Consulta: 28 de agosto de 2007).

Carolina Arteaga, Et. Al., *Un paso por la historia de la radio*, (en línea), Número 36, México, Razón y Palabra, <http://razonypalabra.org.mx/antecedentes/n36/carteaga.html>, (Consulta 29 de abril de 2007).

Armand Balsebre, *El lenguaje radiofónico*, Catedra, Madrid, España, 1994.

M. L. Bigge y M. P. Hunt, *Bases Psicológicas de la educación*, Trillas, vigésimo segunda reimpresión, México, 2001.

Enrico Carotini, *Elementos de semiótica general*, Gustavo Gill, Barcelona, España, 1979.

Comisión Federal de Telecomunicaciones, *Infraestructura*, (en línea), México, Comisión Federal de Telecomunicaciones, 2008, http://www.cofetel.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_infraestructura, (Consulta, 8 de septiembre de 2008)

Ángeles Cruz Martínez, *La depresión, enfermedad del siglo XXI*, (en línea), México, Desarrollo de Medios, <http://www.jornada.unam.mx>, (Consulta 2 de abril de 2008).

M. L. De Fleur, S. J. Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, México, 1996.

Juan Deval, *Los fines de la educación*, Siglo XXI, Segunda edición, México, 1991.

Raúl D'Victorica, *Producción: procesos y elementos que integran la producción en televisión*, Trillas, México, 2002.

Enciclopedia Cultural, *Radiocomunicación*, Volumen 13, UTHEA, España, 1958.

Enciclopedia Hispánica, Comunicación, Volumen 4, Enciclopedia Britanica Publishers, Estados Unidos, 1993.

Rafael Fragoso Sandoval, *Comunicación y educación*, Editado por el autor, México, 1990.

John Fiske, *Introducción al estudio de la comunicación*, Norma, Colombia, 1982.

Paul Foulquié, *Diccionario de pedagogía*, segunda reimpresión, México, 1981.

Ernesto César Galeano, *Modelos de comunicación. Desde los esquemas de "estímulo-respuesta" a la comunicación "contingente"*, Macchi, Argentina, 1997.

Ángel Gómez Moreno, *Una teoría contemporánea de la educación*, Primera edición, Mira editores, España, 2002.

José González, *La comunicación como elemento relevante en los procesos de enseñanza-aprendizaje en la educación no formal*, El autor, México, 1998.

Mónica Gutiérrez, *Manual de producción para T.V. Géneros, lenguaje, equipo, técnicas*, Primera edición, Trillas, México, México, 1997.

Amparo Huertas, *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*, Bosh comunicación, España, 1999.

Instituto Nacional de Educación para los Adultos, *¿Quiénes somos?*, (en línea), México, INEA, <http://www.inea.gob.mx>, (Consulta: 8 de mayo de 2007).

Instituto Nacional De Estadística, Geografía e Informática, *Población en edad escolar de 3 a 24 años por sexo y grupos de edad, 1950 a 2005*, (en línea), México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, <http://inegi.gob.mx>, (Consulta 25 de abril de 2008).

Instituto Nacional De Estadística, Geografía e Informática, *Población de 6 a 14 años que no saben leer y escribir al año 2005*, (en línea), México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, <http://cuentame.inegi.gob.mx> (Consulta 29 de abril de 2008).

Instituto Mexicano De La Radio, *Radiodifusoras*, (en línea), México, Instituto Mexicano de la Radio, <http://www.imer.gob.mx>, (Consulta, 22 de mayo de 2006).

Instituto Para La Educación De Las Personas Jóvenes Y Adultas, *Información estadística*, (en línea), México, Gobierno del Estado de Aguascalientes, <http://www.aguascalientes.gob.mx/INEPJA/MEVyT/inicio.aspx>, (Consulta 17 de agosto de 2006).

Mario Kaplun, *Producción de programas de radio. El guión – la realización*, Cromocolor, Quito, 1994.

Héctor Daniel Lerma, *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*, ECOE Ediciones, segunda edición, Colombia, 2001.

Felipe López Veneroni, *La ciencia de la comunicación. Método y objeto de estudio*, segunda edición, Trillas, 1997.

Javier Muñoz y César Gil, *La radio: Teoría y práctica*, Instituto Oficial de Radio y Televisión, México, México.

Guillermo Orozco, *La comunicación desde las prácticas sociales: Reflexiones en torno a su investigación*, Universidad Iberoamericana, México, 1990.

Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo, *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*, Piados, Barcelona, España, 1994.

Ana María Pepino, *Radiodifusión educativa*, Gernika, México, 1991.

Ana María Pepino, *Radio popular en América Latina. Inventario de organizaciones*, Gernika, México, 1993.

César Pérez, *Técnicas de muestreo estadístico. Teoría, práctica y aplicaciones informáticas*, Alfaomega, México, 2000.

Radio Educación, *Una historia hecha sonidos. Radio Educación: La innovación del cuadrante*, Secretaría de Educación Pública, México, 2004.

Radio Educación, *El oasis del cuadrante, programación*, (en línea), México, Secretaría de Educación Pública, 2006, <http://www.radioeducación.edu.mx>, (Consulta, 22 de mayo de 2006).

Red Satelital de Televisión Educativa, *¿Qué es EDUSAT?*, (en línea), México, E-México, 2007, http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Programacion_de_la_Red_Edusat, (Consulta: 16 de julio de 2007).

Marisela Ruiz, Massieu, *Foro CONEVyT-INEA 2007, Educación continua para la vida y el trabajo*. *Alfabetización y educación básica*, (en línea), México, Instituto Nacional de Educación para los Adultos, <http://www.inea.gob.mx/foros/mesa2.htm>, (Consulta 23 abril de 2008).

Secretaría De Comunicaciones y Transportes, *Estaciones de radio y televisión concesionadas, permisionadas y complementarias por entidad*, (en línea), México, Secretaria de Comunicaciones y Transportes, 2006, <http://www.portal.sct.gob.mx>, (Consulta, 17 de agosto de 2006).

Gabriel Sosa Plata, *Innovaciones tecnológicas de la radio en México*, Fundación Manuel Buen Día, México, 2004.

Pilar Vitoria, *Producción radiofónica. Técnicas básicas*, Trillas, México, 1998.

Mauro Wolf, trad., Carmen Artal, *La investigación de la comunicación en masas: crítica y perspectivas*, primera reimpresión, Instrumentos Paidós, México, México, 1999.