



---

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**EL PROCESO DE LA REALIZACIÓN Y CONDUCCIÓN  
DEL PROGRAMA *CAMBIO DE TEMA* TRANSMITIDO  
EN REPORTE 98.5 FM**

**TESINA  
QUE PARA OBTENER LA LICENCIATURA  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA  
ELIZABETH BOBADILLA VALLE**

**ASESORA  
FRANCISCA ROBLES  
CIUDAD UNIVERSITARIA  
DICIEMBRE, 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.

## **AGRADECIMIENTOS**

Creo que me faltarían páginas para agradecer a todos aquellos que han sido parte de esta aventura, que después de muchos años se ve concluida.

Realizar este trabajo, me hizo regresar en el tiempo, recordar la emoción y orgullo de pertenecer a la Universidad Nacional Autónoma de México y este escrito, es una pequeña retribución a mi Universidad y un tributo a mis profesores, a quienes agradezco, ya que sin ellos no sería la mujer profesional que soy.

A mi asesora la Dra Francisca Robles, mujer admirable, quien logró entusiasmarme nuevamente por lo académico y logró que en unos meses realizara lo que postergué por tantos años.

Tu que siempre has estado ahí, la mujer más maravillosa del mundo y que sin ti, nada de esto sería posible, gracias por la confianza, el amor, el apoyo incondicional, gracias por todo MAMÁ.

A mi padre que aunque lejos, su espíritu siempre está conmigo, mis hermanos, a mi Sebastián, a mi tía Cecilia Valle, que ha sido como una mamá también en mucho sentidos, mi abuela, a mis amigos, a todos ellos que han confiado en mi, creído y apoyado en todo momento.

Como lo mencioné al principio, me faltaría espacio para agradecer a todos aquellos que durante este tiempo fueron mis cómplices, mis soporte, de corazón a todos y cada uno de ellos, gracias!.

**INDICE:**

**Introducción.....5**

**CAPÍTULO 1: Planeación del programa *Cambio de tema* ¿De qué hablamos?.....7**

1.1. Sobre las cenizas de Radioactivo.....9

1.2. Los jefes, la línea editorial, la comercialización y el raiting.....14

1.3. Revisión de información: Juntas y lluvia de ideas, tiempo de crear.....19

1.4. Selección de temas y elaboración del guión: A trabajar se ha dicho....22

**CAPÍTULO 2: Realización: Después de la lluvia de ideas es momento de la creación.....42**

2.1. Grabación del programa de una hora de duración.....42

2.2. Grabación de reportajes.....45

2.3. Grabación de entrevistas.....47

2.4. Transmisiones en vivo.....48

**CAPÍTULO 3: Transmisión: ¿Qué le llega al radioescucha?.....51**

3.1. La competencia en el cuadrante.....52

3.2. La retroalimentación.....54

3.3. Los patrocinios.....58

3.4. Las decisiones y el raiting.....61

**Conclusiones.....64**

**Fuentes.....68**

## **Introducción**

Esta tesina tiene por objetivo mostrar mi experiencia en la realización y conducción de un programa de radio, compartir mi trabajo en una estación de radio comercial durante varios años, pasando por las áreas de promoción, publicidad, redacción, reportera, conducción y producción. En esta ocasión sólo abordaremos el proceso de la realización y conducción.

El programa se titulaba *Cambio de tema* y se transmitía en Reporte 98.5 FM, los sábados y domingos a las 11:00 pm y media noche respectivamente.

El formato era de una revista de entretenimiento y cultura, es decir, hablábamos de diferentes temas que tenían que ver no sólo con la actividad cultural que se estaba gestando en nuestro país y de manera específica en la ciudad de México, la diversidad de temas iba desde la música, hasta alguna nota chusca, pasando por el cine, los luchadores, el café, tecnología, reportajes, recomendaciones y mucha información para los momentos de ocio, (como decía una de nuestras identificaciones) todo esto se podía escuchar en una hora, que era lo que duraba el programa.

Así, este documento pretende acercar al lector a la realización de un programa de radio tal y como sucede en la práctica, el cual será de utilidad sobre todo a los lectores jóvenes que aún están en las aulas y pretenden desarrollarse en el campo de la radio.

La forma de abordarlo será por capítulos, en los cuales describiremos parte de las funciones de cada una de las personas que conformábamos el equipo de trabajo, las herramientas que requerimos, así como los elementos que componen un programa de radio de este tipo.

Iremos recorriendo desde la planeación de los programas, la selección de información, la producción y grabación de los mismos, hasta su transmisión al aire. A la par conoceremos las opiniones de los involucrados, para conocer de propia voz la experiencia al desarrollar este programa.

Las conclusiones serán el último punto, las cuales nos llevarán a plantearnos la importancia que tiene el apoyo a la cultura en nuestro país, desde el pequeño o gran espacio con el que contemos, para con esto dar una visión más amplia de lo que sucede en la radio en México.

Ya que como lo abordamos de manera más amplia en uno de los capítulos, son pocos los espacios que se prestan para la realización de estos programas, hay algunas estaciones estatales que difunden la cultura, sin embargo, es más complicado para la radio comercial, ya que están enfocados más a los espectáculos, noticias y deportes, ya que si revisamos las barras programáticas de las estaciones del cuadrante, nos daremos cuenta de que así están compuestas y el espacio para la cultura está reservado para alguna cápsula o como hay sus excepciones sólo uno o dos programas en las noches.

Entonces no me queda más que agradecerles que sean parte de este recorrido por un programa de radio que tuvo poco más de dos años de vida al aire y que mientras duró nos brindó muchas satisfacciones, conocimiento y nos permitió llegar a los hogares de muchas personas que gustaban de los temas que ahí tratábamos y que no sólo se quedaron como radioescuchas, sino que participaban con nosotros opinando y proponiendo.

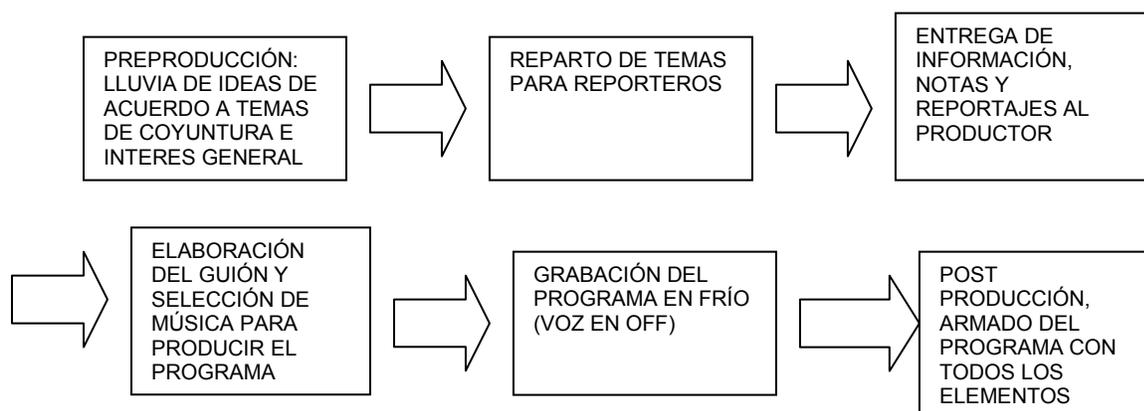
Así que si no tienen inconveniente, los invito a Cambiar de tema...

## CAPÍTULO 1.- Planeación del programa *Cambio de tema*: ¿De qué hablamos?

### PROCESO DE LA COMUNICACIÓN



### PROCESO DE PLANEACIÓN DEL PROGRAMA



Este capítulo pretende explicar cómo se realizaba la planeación del programa de radio llamado *Cambio de tema*, en el cual abordaremos la manera en que seleccionábamos y desarrollábamos los temas para la realización del guión, como nos poníamos de acuerdo el equipo de trabajo, qué ideas teníamos, de qué hablaríamos y qué música iba de acuerdo a los temas tratados en el programa.

*Cambio de tema*, se transmitía por la frecuencia del 98.5 de FM, a partir del mes de mayo de 2004, los sábados y domingos a las 23:00 y 24:00 horas respectivamente. Nuestro objetivo era, rescatar los especiales de *Radioactivo*

98.5, estación en la cual trabajábamos y que sufrió un cambio de formato por las elecciones que venían para 2006.

En ese sentido, comenzamos a pensar qué podría ser parte de una estación que había transformado su formato de musical y dirigida a jóvenes de 15 a 35 años, en una estación prácticamente hablada y dirigida a un público de 25 años en adelante y que en su barra programática contenía: deportes, espectáculos, salud, religión, animales, noticias y más noticias; entonces creímos pertinente dado que nuestro horario era nocturno y en fin de semana, dar recomendaciones de cine, de teatro, danza, intercalado con alguna nota chusca, de interés general y música, que tuviera que ver con los temas abordados, todo esto, en una hora de duración.

Nuestro público iba desde jóvenes hasta personas adultas que gustaban del arte y de la música y de los comentarios o entrevistas que teníamos en *Cambio de Tema*; nos escuchaban desde diseñadores, artistas en general, trabajadores nocturnos, como enfermeras o taxistas, entre otros.

*“...Al ser esencialmente auditivo, muchas de las actividades del hombre se pueden llevar a cabo de manera simultánea a través sin detrimento al escuchar el radio; las imágenes de un obrero, o de un campesino realizando su labor con un radio portátil se han proyectado inclusive para promover el consumo de ciertas marcas de aparatos receptores...”*<sup>1</sup>

La oportunidad de tratar temas que no se manejaban durante toda la semana o el día, la teníamos, así que comenzamos a buscar gente que nos ofreciera la posibilidad de que nuestros radioescuchas logaran conectarse con lo que sucedía en nuestra ciudad en estos ámbitos, no sólo en ella sino en México, y alrededor

---

<sup>1</sup> Marco Julio, *Linares El Guión, elementos, formatos estructuras. Alhambra mexicana, México, 1997, p 40.*

del mundo, esto hizo que lográramos tener nuestro público asiduo cada fin de semana.

Comencemos a explorar cómo es que se realizaba cada semana este programa de radio que nos dio tanta satisfacción.

### **1.1. Sobre las cenizas de Radioactivo**

En este apartado hablaremos sobre lo que fue *Radioactivo 98.5*, ya que de ahí surgimos parte del equipo que se quedó trabajando en *Reporte 98.5*, al sufrir una transformación en el formato y lo que nos permitió realizar una propuesta para dicha estación.

*Radioactivo 98.5 fm*, era una estación cuyo formato iba dirigido a jóvenes entre 15 y 35 años, que gustaba de la música, de la propuesta, de la crítica y de la irreverencia por qué no?.

Duró al aire aproximadamente 11 años entre los cuales podemos contar el cuidado que se tenía al realizar su contenido en cuestión de producción, lenguaje, temas a los que se hacía referencia, así como las grandes fiestas que se realizaban cada aniversario y realización de conciertos de los mejores grupos para agasajar a nuestros radioescuchas, a la par de promociones y premieres de películas.

*Radioactivo 98.5 era* una estación que se colocó más allá de los niveles de audiencia, ofreciendo música que no podríamos escuchar en otros lugares, eventos de calidad y las mejores promociones, aunado a esto sus locutores tenían una postura ante lo que sucedía no sólo en nuestro país sino a nivel internacional y que en cada una de sus emisiones podía expresarse con libertad.

La retroalimentación era un factor importante, ya que el radioescucha se sentía parte de la estación, éramos una comunidad conectada no sólo por medio del teléfono sino también por fax, por correo electrónico y la unidad móvil que tenía un alcance mucho más personal, la *patrulla radioactiva*, camioneta que iba por las calles de la ciudad repartiendo artículos promocionales y la tan esperada tarjeta de descuentos llamada *ACTIVECARD* ( que cabe resaltar, yo llevaba el manejo de la misma, desde buscar los descuentos y patrocinios, hasta mandarlas a hacer, puesto que en ese momento me encontraba en el departamento de promoción, apoyando a realizar los eventos y realizando toda la parte de artículos promocionales como playeras, cilindros, discos, entre muchos otros); lo cual permitía que la gente que nos escuchaba formara parte de una comunidad que se conformaba de todo aquel radioescucha que contaba con ella, ya que ésta, aparte de brindar descuentos, les daba la oportunidad de asistir a las fiestas y eventos que se generaban en dicha estación de radio.

Otro elemento era que el radioescucha se sentía acompañado, escuchar cada uno de los programas era como ser parte del mismo, como si se diera una plática entre amigos, de igual forma mediante las llamadas telefónicas se creaba una interacción directa con los locutores lo cual acercaba al radioescucha aún más.

La percepción del público era que vivíamos de fiesta y es cierto trabajar en una estación como esta, llena de energía, de creatividad, desde sus operadores que en algunos programas o turnos en vivo formaban parte esencial del mismo, un ejemplo claro era Venegas en el turno de Olallo Rubio, locutor creativo e irreverente como él solo, pero que tenía un gran grupo de seguidores, o con Fernanda Tapia quien siempre tenía un comentario ácido o crítica hacia temas de

actualidad en nuestro país, ya fuera de política o de algún suceso que se estaba gestando en aquel momento y así cada uno de los que formábamos parte de *Radioactivo*; el área de promoción, producción, los que llegaban a hacer prácticas profesionales, cada uno aportaba algo nuevo para que la estación fuera lo que llegó a ser, un espacio dedicado a la juventud y todo lo que rodeaba a ésta.

Un elemento que identificó durante todo el tiempo a *Radioactivo* fueron los juguetes radioactivos que formaban parte de nuestra producción, cada año se esperaba su llegada y en cada aniversario formaban parte de un disco promocional que realizábamos para conmemorar lo sucedido durante todo un año de transmisiones al aire y que iba acompañado de promos (*promocionales que se realizan y que forman parte de la programación diaria de una estación*) que tenían su muy peculiar forma de ser realizados, tanto por el contenido como por la producción auditiva.

Los invitados también era otra de las características de esta extinta estación, ya que al realizar conciertos de talla internacional, teníamos en cabina a los grupos del momento, así como bandas mexicanas, directores de cine, actores, escritores, especialistas, en fin, una gama de personajes que pisaron la cabina para compartirnos experiencias, su música, su conocimiento y un largo etcétera.

El lenguaje, la forma de expresarse, daba pauta a que los jóvenes se sintieran más en confianza y más cercano de su locutor favorito, lo cual genera una pertenencia, una identificación.

*Radioactivo* desarrolló una identidad propia, ya que no sólo era la música y los eventos sino que también había una preocupación por el contexto que nos acontecía, se tocaban temas de interés y se realizaban especiales, hablábamos

sobre sexualidad, la guerra, el SIDA, las drogas, el alcohol y hubo un evento importante cuando en enero del 97 fue tomada durante cuatro horas por supuestos zapatistas encapuchados con el argumento de dar un mensaje a la juventud.

*“...radioactivo cuenta en si con un espíritu atrevido como estación, ya que ha tenido el ánimo de programar emisiones que podría parecer que ya no funcionan, como el caso de Kalimán, famosa radionovela mexicana que tenía poca vigencia entre la juventud y programas como “Después de todo”, “Perímetro” o “Acetatos” que se caracterizan por ser transmitidos a la medianoche...”<sup>2</sup>*

El trabajo en equipo de esta estación era muy claro, ya que a pesar de que siempre supimos que el jefe era José Álvarez (director de la estación), también sabíamos que teníamos la oportunidad de expresarnos y proponer, sin rebasar los límites establecidos claro está, trabajando con plena libertad.

*Radioactivo* era una estación que a pesar de que se transmitía sólo por la frecuencia del 98.5 de FM, era reconocida en toda la república, ya que se podía escuchar por Internet en tiempo real, con ello tuvo un alcance sin precedentes.

La estación se fue transformando conforme pasaron los años, es decir, hubo cambio de locutores y de programación, pero nunca dejó de lado su objetivo primordial, que era el que la juventud gozara de buena música, buenos programas, con contenido interesante y vigente, así como una producción auditiva cuidada y peculiar.

El logro de esta estación de radio fue que representó un fenómeno en el cuadrante y que supo entender e incorporar el estilo de vida de la juventud mexicana.

---

<sup>2</sup> Nacho Vargas, *“Qué onda con las hertzianas?”, Revista Clap, Año I, Vol II, México, 1999, pp 46- 47.*

A principios de 2004 Radioactivo fue vendida por sus primeros dueños y nos quedamos trabajando como tal hasta abril del mismo año, ya en 2000 habían querido desaparecer la estación cuando se fusionó Grupo Imagen con *MVS RADIO*, sin embargo, no lo lograron y quedó libre otra de las frecuencias que formaban parte del grupo, *Pulsar FM* ubicada en la frecuencia del 90.5, la cual se transformó en *Imagen 90.5* dejando la música en español y dirigida a jóvenes entre los 12 y 20 años, dando paso a las noticias, esto se logró mediante la votación de la gente, así la libramos en aquella ocasión, cosa que no sucedería esta vez, ya que se acercaban las elecciones de 2006 y una estación dirigida a jóvenes no era conveniente en ese momento por cuestiones económicas y de comercialización.

Finalmente después de huelgas, enfrente de Prado sur donde se encontraban las instalaciones en aquel momento, cerrando las puertas y no permitiéndonos salir, los fieles radioescuchas se oponían a que esto sucediera, realizaron una caminata pacífica o marcha, del Auditorio Nacional a las instalaciones de Imagen, pero nada de esto detuvo lo que todos ya sabíamos que sucedería.

El día llegó y en abril de 2004, fuimos parte del fin de toda una época y un fenómeno que aún permea entre aquellos que gustaban de escuchar día a día que teníamos que decir, ahora sólo queda el recuerdo, actualmente existen páginas y blogs dedicados a hablar sobre *Radioactivo* y en *you tube* se pueden escuchar varios de los promocionales o juguetes radioactivos que formaron parte de aquella estación que dejó de estar en el cuadrante, pero que sigue en las mentes y corazones de aquellos que formaron parte de este gran proyecto.

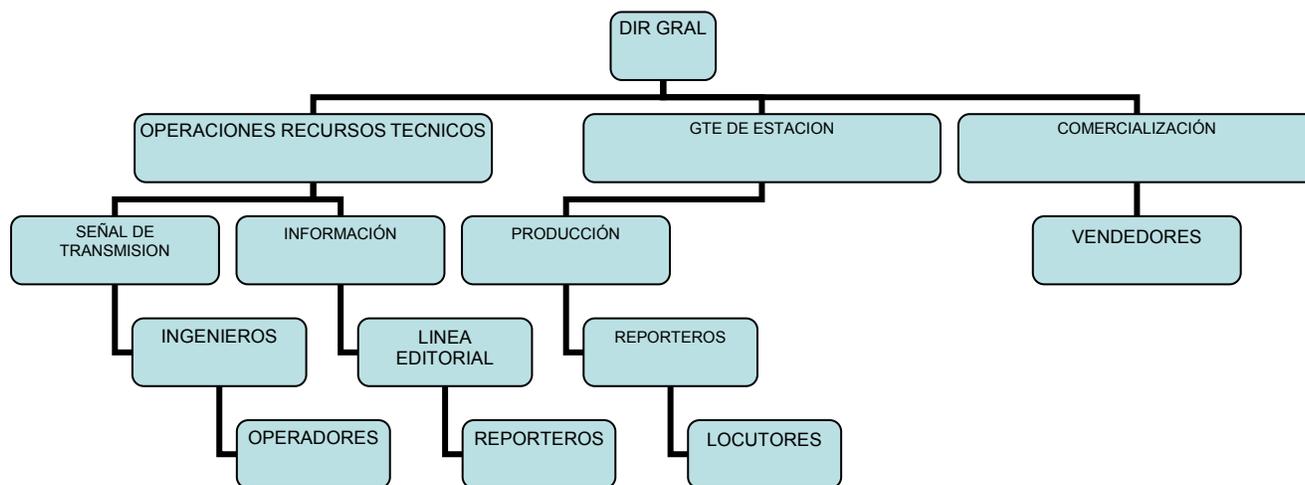
Y así es como damos paso a la transición de lo que fue *Radioactivo*, para ahora ser *Reporte 98.5 FM*.

La mayor parte del equipo *Radioactivo* emigró a otras estaciones de radio, revistas, canales de videos o de televisión, o a realizar cine y otros proyectos personales que traían en mente, a pesar de que a todos nos ofrecieron trabajar para el nuevo proyecto, sólo nos quedamos unos cuantos, entre los que encontramos dos productores, un diseñador y yo como locutora.

Y aquí es donde comienza nuestro andar por *Reporte 98.5 FM* y la propuesta para este nuevo proyecto que estaba en puerta: *Cambio de tema*, el cual es lo que nos trajo a realizar esta revisión, por la extinta *Radioactivo* para entender el estilo, forma de abordar temas y la manera de producir el programa, lo que tocaremos en los capítulos y apartados siguientes.

## 1.2. Los jefes, la línea editorial, la comercialización, y el raiting en Reporte 98.5 FM

### ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA:



Este apartado está dedicado a describir el organigrama de la estación, enfocado en la parte que nos concierne, conocer su línea editorial, es decir, por dónde teníamos que movernos o enfocarnos al momento de elaborar la temática del programa, la comercialización y finalmente el rating.

Al término de *Radioactivo* cambió todo el personal, comenzando por el director general de la empresa quien se encarga desde asuntos administrativos hasta operativos, después tenemos al gerente de estación o la persona que se encarga de revisión de contenidos, promociones y aprobación de qué es lo que va a al aire y qué no.

De ahí nos vamos con al parte de producción en donde hay una coordinadora y su función es revisar los tiempos de estudio para que las fechas y tiempos no se encimen, coordinar las grabaciones, contactar a los locutores externos e internos para realizar vestidos de estación (promocionales, identificaciones, etc), voces institucionales, grabar promocionales, comerciales y todo lo que se requiera para que la estación se escuche bien al aire, tenga coherencia y sentido. Organiza a los productores para las grabaciones y audios de los reporteros (en este caso, para las transmisiones en vivo dentro de los noticiarios).

Luego tenemos a los productores en vivo y de los programas grabados, así como los de fin de semana; existe una redacción que se dedica a redactar las notas que se leerán dentro de los noticiarios, sin embargo, también existen los programas unitarios, que se transmiten uno o dos días dependiendo de la barra programática de la estación y que como el nuestro cuentan con un productor, un guionista, reporteros, conductor y post productor.

En los programas en vivo hay un operador de cabina que sigue al pie de la letra lo que el productor de cada emisión le va indicando como: cuando entrar al aire, cuando hay llamadas de los radioescuchas, cuando entran comerciales, cuando entra audio de reportero, o intervención de algún especialista o entrevistado, en fin, le van marcando la pauta al conductor para que la transmisión se realice de manera adecuada y conforme a una escaleta o guión.

Para ello detrás de cada nota existe un reportero que cubre la fuente ya sea de cultura, política, policíaca, deportiva, vial, espectáculos, economía o finanzas.

De igual manera existe un área de ventas que se rige por un director y por sus vendedores, quien se supone deben conocer bien el producto, en este caso la programación para realizar sus presentaciones y propuestas de acuerdo al cliente y así lograr vender menciones, banners para la página de Internet, patrocinios, realizar intercambios y lo más importante comercializar los programas y noticiarios.

Esta área es de las más importantes, ya que ellos serán quienes logran que mediante los patrocinadores los programas se mantengan al aire, ya que con el dinero que entra de sus ventas, se mantiene una estación comercial.

En cuanto a la línea editorial, estaba marcada preferentemente por el lado de la noticia, esto porque *Reporte 98.5* surgió como competencia directa de *Monitor* dirigida por *José Gutiérrez Vivó*, una estación que se había mantenido durante muchos años en el gusto del público, ahora *Reporte* se disponía a atrapar a todo ese público que con los cambios de frecuencia que había sufrido *Monitor*, se habían perdido y estaban en la búsqueda de algo nuevo. Entonces se proponía una nueva frecuencia, que ofrecía noticias, espectáculos, vialidad, deportes,

programas dedicados a la religión, cultura, cine, finanzas, política, autos, animales y otros temas que iban dirigidos a un público completamente diferente al que escuchaba *Radioactivo*, pero que ahora con las elecciones que venían para 2006, era importante retomar y hacerse presente dentro del dial.

Y ya que hacemos mención de las elecciones que estaban por venir, este fue un punto crucial, ya que la comercialización en esa época crece de manera impresionante por el foro noticioso, da pauta a que los candidatos y sus partidos se anunciaran, lo cual representaba un ingreso mucho mayor en comercialización, esto antes de que hubiera modificaciones a la ley sobre este tema.

El rating no siempre tiene que ver con el contenido del programa, este puede ser muy bueno, sin embargo, si no tienes patrocinadores, estás destinado a que el proyecto desaparezca y ahí es donde menciono la importancia de que los vendedores conozca el contenido de cada programa a la perfección, para saber acercarse al cliente adecuado, esto porque en ocasiones se trata de vender sin conocer al 100% de que estamos hablando y el objetivo final no se logra.

En estaciones comerciales como ésta y que está compuesta por un equipo de conductores que llevan mucho tiempo en los medios y como es común en la actualidad que trabajen para la televisión, periódicos o revistas, ejemplos claros son Adela Micha, Javier Alarcón, Javier Alatorre o Pedro Ferríz, se venden solos y todos o la mayoría de los patrocinadores quieren estar con ellos, en el caso de programas muy específicos como uno de automóviles, es más sencillo que se acerquen la mayoría de las compañías automotrices y todo el que tenga que ver con el tema, por ejemplo hablando de cine, tenemos a las distribuidoras de

películas, las salas cinematográficas, revistas especializadas, entre muchas otras posibilidades.

El horario es un factor a resaltar, ya que mediante éste también existe la posibilidad de lograr contactar un mejor patrocinio, sin embargo en el caso específico de *Cambio de tema*, era un horario nocturno los fines de semana, un programa cultural y de entretenimiento que si no sabes como venderlo, es lógico que no podrá mantenerse al aire.

En varias ocasiones intenté explicarles de qué se trataba y cómo venderlo, pero no funcionó, ya que se tiene la consigna de que la cultura no vende y el horario no nos ayudaba, intentamos un cambio de horario, pero no se logró por la temática que tratábamos. El intento se hizo, un ejemplo de ello fueron los nuevos equipos que Samsung traía, reproductores de MP3, para hacer ejercicio y varios gadgets para el cuál realizamos un reportaje muy completo, pero que nadie supo sacarle provecho.

El rating lo medíamos a través de correos electrónicos que recibíamos y teníamos aceptación del público que a pesar del horario, logramos captar la atención de radioescuchas noctámbulos que nos seguían cada fin de semana, pero insisto, este no fue factor para que lográramos mantenerlo al aire.

La propuesta puede ser excelente, pero con lo antes descrito nos podemos dar cuenta que si no tienes el respaldo de un patrocinio, sobre todo en una estación comercial, el programa está destinado a morir, como sucedió con *Cambio de tema* en julio de 2006.

Pero ahora retomemos la forma en que realizábamos nuestro programa de radio y que nos compete en esta tesina, sólo que es necesario abordar estos asuntos

para saber cual es la realidad de que programas de esta temática no existan o duren en el cuadrante.

### **1.3. Revisión de información: Juntas y lluvia de ideas, tiempo de crear.**

El equipo de trabajo lo conformábamos tres individuos, Roberto Muñoz “ El Warpig”, productor y guionista, así como Marcos Guzmán “ El negro” quien se encargaba de la post producción y finalmente, yo Elizabeth Bobadilla (quien no tenía apodo), pero que conducía, era reportera y hacía la otra parte del guión; el programa lo dividíamos para que media hora la preparara Roberto Muñoz “El Warpig” y la otra media hora la armara yo.

El programa se componía de varias partes: notas, reportaje con entrevistas y música.

Antes de todo se realiza una junta de producción en donde se definen y escogen los fondos musicales, que se convertirán en parte del programa, el conductor o conductora, así como la voz institucional para crear el vestido del programa, que en lenguaje radiofónico significa la entrada (presentación del programa) y salida (cierre del programa), id's (identificaciones que se sueltan cada vez que se va a corte comercial, o que se insertan dentro del programa para saber qué programa estamos escuchando), esto porque en ocasiones hay quien enciende su aparato receptor y sintoniza un programa que empezó o va a la mitad.

Se grabarán aproximadamente entre 4 y 5 id's o identificaciones, así como la entrada y la salida del programa y lo que llamaremos el vestido del mismo.

A la par y aprovechando el tiempo de estudio y al locutor, se le pide que grabe un promo, previamente realizado el guión por el productor, el cual se rotará durante la

programación semanal de la estación de radio, en este caso en *Reporte 98.5 FM* y que como su nombre lo indica nos promocionará durante toda la semana, dentro de la barra de programación de la estación y permitirá que los radioescuchas, ubiquen el horario en el que nos pueden escuchar, así como el contenido del programa semanal.

Definido esto, pasemos a la parte de lo que sería nuestro programa *Cambio de tema*.

El proceso era el siguiente, diariamente leíamos el periódico, revistas, Internet y comentábamos lo sucedido, revisaba mi correo todos los días para saber que agencias me mandaban sus eventos y cuáles eran posibles de cubrir, de igual forma también hacía mi parte como reportera, ya que cubría, conferencias de prensa, así como eventos y entrevistaba cuando se requería (que era la mayor parte del tiempo). Parte del objetivo de hacer este programa era darle difusión a los eventos independientes o que tenían poco presupuesto para anunciarse, apoyábamos a los que surgían, siempre y cuando también hubiera propuesta y calidad. No era solamente rellenar el programa con lo que cayera, no, había una revisión de cada uno de los temas abordados.

Entonces, realizábamos una junta de preproducción en la cual tocamos puntos como la coyuntura, la vigencia, la música que tenía que ver con el tema tratado, la fecha, horario de grabación en estudio y día en la que se entregaría la información para el armado del guión, y finalmente para la realización del programa.

Como éste era grabado, lo hacíamos los miércoles en la tarde, a veces por tiempos y coordinación de toda la estación el horario y fecha podían variar, sin embargo, era casi seguro que grabaríamos ese día.

De aquí salía una escaleta en donde nos basaríamos para realizar el guión, enlistaba una serie de preguntas, las cuales nos guiarían, un ejemplo de ello para la entrevista era: Primero hacía una serie de preguntas referentes al tema a tratar, a quien íbamos a entrevistar y de que hablaríamos con nuestros entrevistados:

Tema el Centro de la Imagen: Entrevista al director del mismo.

- 1.- ¿Qué es el Centro del Imagen?
- 2.- ¿Cuál es su objetivo?
- 3.- ¿Cómo está conformado este centro cultural?
- 4.- ¿Qué actividades se realizan en él?
- 5.- ¿Qué nos ofrece?
- 6.- Sólo trabajan en el D.F, o también colaboran con otros puntos de la República Mexicana?
- 7.- ¿Cuál es su importancia en nuestro país?

Y de aquí se van derivando más preguntas que surgen al momento de ir entrevistando, ya que comenzamos con una serie de cuestionamientos acerca del lugar o de la persona y poco a poco se descubren muchos más puntos que se pueden abordar.

Ya que teníamos las preguntas, se realiza la entrevista y más o menos nos damos una idea hacia donde iba el reportaje que se realizaría del lugar o persona.

Así jerarquizábamos la información y de acuerdo al tiempo también, ya que sólo teníamos una hora para tratar toda la información que se había generado, hasta conformar todo el programa.

Contábamos el tiempo que duraba la entrevista, cuántas notas y recomendaciones teníamos y a partir de ahí se comienza a realizar el guión.

#### **1.4. Selección de temas y elaboración del guión: A trabajar se ha dicho!**

Como lo mencioné en los párrafos anteriores, para comenzar a desarrollar el esquema del programa, iniciábamos con la presentación del mismo, seguido de una introducción, haciendo una pequeña invitación, una descripción breve de lo que sería nuestro *Cambio de Tema* de esa semana; id (que en lenguaje radiofónico significa identificación del programa) y entonces entramos de lleno a lo que sería el programa con formato de revista de entretenimiento y cultura.

Comenzamos con una nota o con una recomendación, la estructura cambiaba dependiendo de la información que tuviéramos, presentaba una canción que tuviera que ver con el tema tratado, un ejemplo de ello era una subasta de objetos de Jimmy Hendrix en Sotheby's *la casa de subastas internacional más antigua del mundo, ofreciendo sus servicios desde 1744*; entonces al terminar de comentar la nota entraba "Purple Haze" *canción grabada por The Jimmy Hendrix Experience en 1967 y muy representativa de este artista :*

Contextualizando un poco diremos que *Jimmy Hendrix, es considerado uno de los más grandes y mejores guitarristas de todos los tiempos, cantante y compositor a la par. James Marshall (nacido como Johnny Allen Hendrix; en Seattle, Washington, el 27 de noviembre de 1942 y muerto en Londres el 18 de septiembre de 1970), fue uno de los mayores innovadores y más influyentes artistas en una gran cantidad de géneros. Hendrix fue introducido en 1992 al Salón de la Fama del Rock and Roll, reconocimiento que sólo se brinda a los grandes de la música y en 2003 la revista Rolling Stone lo eligió como el mejor guitarrista de toda la historia musical. La revista Time lo situó como el mejor guitarrista de guitarra eléctrica de toda la historia, sobre B.B. King, Jimmy Page entre otros.*

*"...Su exhibición durante el cierre del festival de Woodstock en 1969 se transformó en un verdadero y propio símbolo: la imagen del guitarrista que con una irónica y desafiante visión del arte, toca el himno nacional estadounidense con una distorsión visiblemente provocada, y sin embargo brillante. Ésta entró prepotentemente en el imaginario colectivo musical como uno de los puntos de inflexión en la historia del rock."*<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Wikipedia, Dirección URL :[http://es.wikipedia.org/wiki/jimi\\_Hendrix](http://es.wikipedia.org/wiki/jimi_Hendrix) [consulta:29 de octubre de 2009].

Retomando, nuevamente cómo se conformaba el programa, entraba un id y continuábamos con el reportaje, que llevaba entrevistas, seguido nuevamente por una canción que tuviera relación con el tema tratado.

El guión, es la base para la realización del programa de radio, ya que de acuerdo a éste es como iremos desarrollando los temas. Es la estructura que seguiremos paso a paso tanto el locutor como el que realizará la post producción (quien corta, limpia el audio del locutor (voz en off), así como todos los audios que se le entreguen, inserta las entrevistas en el momento adecuado, al igual que los cortes musicales) es decir, como escucharemos finalmente el programa al momento de su transmisión al aire.

El lenguaje debe ser claro, el formato debe llevar todas las indicaciones necesarias, tanto para el post productor como para el locutor, ya que de esto depende que el producto final tenga coherencia, ritmo y sea interesante para el radioescucha.

El profesor y escritor Marco Julio Linares en su libro *El Guión*, nos ofrece 10 puntos de cómo debe escribirse un guión de radio<sup>4</sup>:

- 1.- *El guión de radio se mecanografía a doble espacio, en el espacio comprendido entre los golpes 15 (3.7 cm) y 78 (20 cm) por un solo lado de las hojas.*
- 2.- *La numeración de las páginas queda en el espacio correspondiente al golpe 78 (20 cm) en el renglón 3.*
- 3.- *El primer renglón de la primera página (después de las hojas de la cubierta y reparto) se inicia en la línea 10 todas las referencias de los renglones se hacen a partir del borde superior de la hoja). Cuando se trata de una serie, el título se*

<sup>4</sup> Marco Julio Linares *Ob. cit.* p. 46

coloca en el centro de la hoja, en el renglón 6, el nombre del programa en el renglón 8. Las páginas subsecuentes llevan el título en el mismo renglón de la numeración de las páginas y se inician, en el renglón 6.

4.- Los renglones correspondientes a *PERSONAJES, EFECTOS, CUES, TEMAS MUSICALES*, se numeran consecutivamente a lo largo de todo el guión, en el espacio correspondiente 'al golpe' 10 (2.5 cm), (en México existe la práctica común de numerar todos los renglones).

5.- El nombre de los personajes se escribe con mayúsculas, a partir del golpe 18 (4.5 cm), (en máquinas se escriben 10 letras por pulgada).

6.- Las instrucciones (*CUES*) de efectos de sonido y música se escriben con mayúsculas, se subrayan y se inician en el espacio correspondiente al golpe 21 (5.2 cm) (algunos guionistas inician esas instrucciones el golpe 18 -4.5 cm-, por la facilidad que representa la coincidencia de margen de los personajes y cues).

7.- Los *PARLAMENTOS* se escriben en el espacio comprendido entre los golpes 28 (7cm) y 72 (18 cm). El primer renglón de estos parlamentos coincide con el renglón del personaje correspondiente

8.- Las acotaciones de interpretación e intención en los parlamentos se escriben inmediatamente después del personaje entre paréntesis y con mayúsculas.

9.- Todas las páginas se terminan en el renglón 60. Es recomendable que a cada cambio de renglón y a cada cambio de página no se corten las palabras.

10.- La referencia en la media de los 'golpes' es el borde izquierdo de la hoja.

Estos pasos o indicaciones nos sirven para la realización de un guión, pero como el mismo Marco Julio Linares lo dice en cada lugar se trabaja de manera distinta,

cada quien se acomoda a elaborar un gui3n con caracteristicas propias y el nuestro no era la excepci3n:

Este es un ejemplo de c3mo elabor3bamos nuestro gui3n para *Cambio de Tema*:

<p>Cambio 71 -id cambio de tema -fondo inicial</p>	<p><b>CAMBIO DE TEMA INICIA</b> transmisiones una vez mas agradeci3ndole que nos deje entrar a su casa y entretenerlo unos minutos con m3sica, entrevistas y sugerencias para que esos momentos de ocio sean de alguna forma: productivos. Muchas gracias por sus correos electr3nicos y las sugerencias que nos envían a la siguiente direcci3n electr3nica: <a href="mailto:cambio@reporte.com.mx">cambio@reporte.com.mx</a> Si usted no dispone de otra cosa, comencemos a cambiar de temas:</p>
<p>-id cambio de tema -fondo ambient  -cambio de fondo</p>	<p><b>EL DR. JEKYLL Y MR HYDE.</b></p> <p>Continuando con la tendencia de la semana anterior en donde hablamos del cine de terror, ahora vamos a invitarlos a ver una puesta en escena que tiene que ver con este g3nero. Basada en la novela de "El extraño caso del Dr. Jekyll y Mr. Hyde", de las oscuras zonas del inconsciente, llega a la escena una alegoría mortal: YO ES OTRO (Sinceramente suyo, Henry Jekyll).</p>
<p>-fuera fondo -segmento entrevista <b>TRACK 12:</b> -----INSERT 1----- 00:00 / 00:20 MI NOMBRE ES PAULO ROBERTO CORIA...Termina en : 9 DE OCTUBRE DE ESTE AÑO.  -reanudar fondo</p>	<p>Dirigida por Eduardo Ruiz Saviñ3n, esta obra escrita por Roberto Coria y Vicente Quirarte, se presenta en el Teatro El Granero del Centro Cultural del Bosque desde el 5 de agosto de 2005. Continuemos escuchando a Roberto Coria, y que nos dice sobre la obra y su propuesta:</p>
<p>-fuera fondo -segmento entrevista</p>	

-----INSERT 2 -----00: 21 / 01:24 ESTA PUESTA EN ESCENA...Termina en NUESTRA PROPUESTA.

-reanudar fondo

Escuchemos que nos ofrece esta obra de teatro:

-Fuera fondo  
-segmento entrevista

-----INSERT 3----- 01:25 / 02:53 TOMAMOS EL EXTRAÑO...Y UNA PROSTITUTA.

-reanudar fondo

Dejemos que Roberto Coria, nos hable de la aportación que hacen al texto y las razones:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

-----INSERT 4-----02:54 / 03:46 A DIFERENCIA....Termina en: ESTAS CHICAS.

-reanudar fondo

Por qué buscar un texto de este género y llevarlo al teatro:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

-----INSERT 5-----04:17 / 05:10 EDUARDO RUIZ....Termina en: DE METÁFORAS.

-reanudar fondo

Continuemos escuchando las razones por las cuales se lleva este género al teatro:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

-----INSERT 6-----05:11 / 06:32 NOSOTROS DESDE...Termina en: GÉNERO FANTÁSTICO.

-cambio de fondo

Cuales son las razones (según Roberto Coria) por las cuales no se realizan ni películas, ni teatro, ni televisión que tenga que ver con el género de horror:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

**----INSERT 7----06:40 / 07:35 HA TENIDO MIEDO DE EXPERIMENTAR...Termina en: DE RELATOS.**

-reanudar fondo

Cual es la relevancia de la obra:

-fuera fondo

-segmento entrevista

**-----INSERT 8-----07:37 / 08:45 LA NOVELA ORIGINAL...Termina en: PATROCINADORES.**

-reanudar fondo

Cuéntanos quien participa en la obra y como ha sido recibida:

-fuera fondo

-segmento entrevista

**-----INSERT 9 -----08:48 / 09:54 PUES DADA LA PROBLEMÁTICA...Termina en: EL QUE TIENE LA MEJOR OPINIÓN.**

-cambio de fondo

Esta puesta en escena es el primer fruto del colectivo Cadáver Exquisito. Se trata de una nueva versión de una obra y un tema inagotables. El Londres de los victorianos, ése por donde caminaron Jack el Destripador, Sherlock Holmes y el Hombre Elefante, y es en muchos sentidos el México de Ciudad Juárez, con su doble moral, sus graves diferencias sociales, sus crímenes ante los cuales es imposible guardar silencio. Más de un siglo después de su primera aparición, la parábola de Stevenson es un espejo donde todos, de una u otra forma, nos vemos reflejados.

-fuera fondo

-segmento entrevista

**-----INSERT 10 ----- 09:57 / 11:06 ES UNA PROPUESTA....MUCHO ENTUSIASMO.**

-reanudar fondo

A continuación escuchemos a Roberto Coria, quien nos da toda la información referente a esta obra:

-fuera fondo

-segmento entrevista

**-----INSERT 11-----11:09 / 11:39 PUES ESTAMOS...Termina en : 30 PESOS LA ENTRADA.**

-reanudar fondo	Finalmente escuchemos al co-escritor de la obra YO ES OTRO (Sinceramente suyo, Henry Jekyll), Paulo Roberto Coria:
-fuera fondo -segmento entrevista	----INSERT 12-----12:20 / 13:03 LA OBLIGACIÓN DEL ARTE....Termina en: MERECE SEGUIR ADELANTE.
-cambio de fondo	YO ES OTRO (Sinceramente suyo, Henry Jekyll), se presenta en el teatro El granero ubicado en el centro cultural del bosque, Reforma y Campo Marte, cerca del metro auditorio; hasta el 9 de octubre, los Jueves y viernes a las 20:00, sábados a las 19:00 y domingos a las 18:00 horas. Entrada \$150.00 (con descuento a estudiantes, maestros e INAPAM).
-id cambio de tema musical -entra track sekta core	Entremos todavía mas a “la zona del terror” con la banda mexicana Sekta Core, aquí en cambio de tema.
-se queda rola -acaba rola -id cambio de tema -fondo ambient	<b>ASPECTOS DE INTERACTIVIDAD EN EL ARTE DIGITAL.</b>
-cambio de fondo	Esta semana en cambio de tema hablaremos sobre un taller que se realizará en el Centro de la imagen ubicado en la plaza de la ciudadela no. 2 Centro histórico:
-cambio de fondo	<b>ASPECTOS DE INTERACTIVIDAD EN EL ARTE DIGITAL</b> será un taller Impartido por Blanca Estela Rodríguez. El arte interactivo es una de las formas actuales más exploradas por artistas que investigan nuevas posibilidades de expresión usando la tecnología como medio. ¿Pero qué posibilidades son viables al emplear la interactividad como elemento expresivo en el arte digital? ¿De qué manera se puede crear un diálogo entre espectador y objeto artístico?
	Este taller está dirigido a artistas y/o personas con interés de crear obra que involucre interacción a partir de una

	<p>computadora. El objetivo principal es el de generar un espacio abierto de reflexión, discusión y ejecución acerca del uso y generación de interactividad en la producción de arte digital, especialmente aquel enfocado a la instalación. El participante aprenderá a construir sensores simples de tacto, con el reciclaje de piezas de computadora, así como también se revisará el trabajo de distintos artistas que usan la interacción como parte medular de su obra.</p>
-cambio de fondo	
	<p>El taller dará inicio el 22 de septiembre y termina el 25 de octubre. Los días: Martes y jueves de 4:00 a 8:00 de la noche. Los requisitos son: conocimientos básicos de plataforma MAC y PC, propuesta de proyecto a realizar. Anotarse en la lista de interesados. La cuota de recuperaciones de: \$800. 00</p>
	<p>Así que ya tienen todos los datos:</p>
	<p>Informes e inscripciones: En el CENTRO DE LA IMAGEN ubicado en la Plaza de la Ciudadela no. 2, Centro Histórico. El Teléfono es: 91 72 47 24 al 29, ext. 117 .El correo electrónico es: <a href="mailto:talleres_ci@correo.conaculta.gob.mx">talleres_ci@correo.conaculta.gob.mx</a> La página <a href="http://www.conaculta.gob.mx/cimagen">www.conaculta.gob.mx/cimagen</a></p>
-id cambio de tema -fondo ambient	
	<p>Y hablando de imágenes y computadoras: Amazon.com ofrecerá servicio de fotos por Internet con Shutterfly</p>
-cambio de fondo	
	<p>Amazon.com (ese portal donde uno puede encargar y comprar vía Internet desde un libro hasta instrumentos musicales) dijo que ofrecería servicios de revelado de fotos en Internet a través de una asociación con el líder de servicios de fotos en Internet Shutterfly, con el objetivo de atacar un mercado de rápido crecimiento.</p> <p>Los términos del acuerdo no fueron difundidos, pero Amazon dijo que el servicio permitiría a los clientes diseñar tarjetas fotográficas, calendarios, libros de fotos y presentes tales como jarros, camisetas y otros productos personalizados.</p> <p>Shutterfly, de propiedad privada, compite en el mercado de revelado de fotos en Internet con sitios operados por Eastman Kodak, Hewlett-Packard y una serie de otras empresas, incluidos minoristas como Wal-Mart, Best Buy y Ritz.</p> <p>El acuerdo llega cuando Amazon, que empezó como un vendedor de libros en Internet, ha puesto interés en expandir su presencia en los medios digitales. El mes pasado, la empresa compró el sitio para descargas de DVD a solicitud Custom Flix, y se informó que considera la posibilidad de ingresar en el negocio de descargas de música por Internet.</p>

La empresa, con sede en Seattle, también comenzó a ofrecer recientemente su servicio Amazon Shorts, el cual permite a los consumidores descargar de Internet historias cortas de autores exitosos en ventas como Danielle Steel.

-id cambio de tema musical  
-entra track blink 182

Y para todos aquellos que sienten que la tecnología los rebasa a grandes pasos: les dedicamos el siguiente tema: "what's my age again?". Blink 182.

-se queda rola  
-acaba rola  
-id cambio de tema  
-fondo ambient

**Cambiando de tema, hablemos del Museo Mexicano del Diseño:**

-cambio de fondo

Hace algunos meses caminando por el Centro Histórico ubicamos un lugar muy interesante: el marco es un edificio antiguo con todas las características pertenecientes a los edificios que rodean el zócalo capitalino, sin embargo, al entrar nos llevamos una grata sorpresa pues está decorado y ha sido remodelado para dar vida al MUMEDI, Museo Mexicano del Diseño, y como tal, por dentro es un espacio recreativo para nuestros ojos no sólo por el lugar, sino también por los objetos que ahí encontramos, como carteles, libros, revistas, joyería, entre muchos otros.

Pero mejor escuchemos que nos dice el dueño y director del lugar:

-fuera fondo

-segmento entrevista

**----INSERT 1----00:01/ 00:40 MI NOMBRE ES ALVARO LEGO...Termina en: DISEÑADOR.**

-reanudar fondo

Cuánto tiempo lleva el Museo Mexicano del diseño:

-fuera fondo

-segmento entrevista

**---INSERT 2---00:55 / 01:18 LLEVAMOS CASI TRES AÑOS...Termina en: DEL PROPIO MUSEO.**

-reanudar fondo	
	Sigamos escuchando a Álvaro Lego quien nos habla del inmueble que cobija al Museo Mexicano del Diseño:
<p>----INSERT 3-----01:19 / 02:49 ESTA ES UNA PROPIEDAD...Termina en: REMODELACIONES DE LA CASA.</p>	
-reanudar fondo	
	Dejemos que Álvaro nos cuente que sucede durante este proceso de restauración:
<p>-fuera fondo -segmento entrevista</p> <p>---INSERT 4---02:50 / 03:04 TAMBIÉN LO VUELVE INTERESANTE EL PROYECTO...Termina en : HACE 130 AÑOS NO?.</p>	
-cambio de fondo	
	Esta restauración ha sido costosa y tardada, ya que dentro de sus muros han encontrado marcos y frescos pertenecientes a una capilla, sin embargo como ha sido habitada durante varios años por distintas personas, nunca se le dio el valor real que tenía el inmueble, se construyó sobre estos frescos y finalmente ya no se pudo hacer nada para rescatarlos.
<p>-fuera fondo -segmento entrevista</p> <p>---INSERT 5-----04:57 / 06:14 BASÁNDONOS EN UN...Termina en: DE LARGA DURACIÓN.</p>	
-reanudar fondo	
	Como ha sido la transformación del Museo desde sus inicios a la fecha:
<p>-fuera fondo -segmento entrevista</p> <p>---INSERT 6 ----- 06:23 / 08:07 HACE TRES AÑOS LO QUE SE ABRIÓ ...Termina en: DE LOS MÁS IMPORTANTES.</p>	
-reanudar fondo	
	Es un proyecto a largo plazo. Sigamos escuchando al director del Museo, quien nos habla de lo que sucede con la gente que visita el inmueble:
<p>-fuera fondo -segmento entrevista</p>	

**---INSERT 7 ----08:11 / 09:41 EL PROYECTO EMPIEZA...Termina en: ES PRECIOSO ESO.**

-cambio de fondo

De acuerdo con su experiencia en este lugar, ha visto a estudiantes que se acercan llevando a sus papás para explicarles que es a lo que se quieren dedicar, enseñarles de que se trata, para que así obtengan la aprobación, dejemos que Álvaro nos platique lo que a él le sucedió con respecto a este tema:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

**---INSERT 8 ---- 10:12 / 11:38 CUANDO LE DIJE...Termina en: Y ME ENCANTA.**

-reanudar fondo

En este lugar podemos encontrar una gran variedad de libros en cuanto a diseño se refiere, de la misma forma encontramos objetos los cuales tienen cierta utilidad, así como accesorios y también revistas, podemos disfrutar ya sea de una ensalada o de un café, es un lugar agradable para beber algo, platicar, y observar lo que ahí se vende y se exhibe.  
Continuemos escuchando a Álvaro Lego quien nos dice que el MUMEDI se ha convertido en un proyecto de vida:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

**----INSERT 9 -----11:55 / 13:34 ESTO SE HA CONVERTIDO...Termina en: CONSEGUIRLOS EN MÉXICO.**

-reanudar fondo

Ya escuchamos que es un proyecto bastante amplio, el cual puede llevar varios años en concluirse; sin embargo es una gran propuesta que ya está funcionando y como el director nos comentaba, hay artículos, libros y revistas, que sólo podrán encontrar aquí.

Sigamos escuchando que es lo que falta por hacer:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

**---INSERT 10---- 13:37 / 14:34 SON, BUENO ES...Termina en: LUGAR MÁS SEGURO.**

-reanudar fondo	Como todos los lugares que existen en el Centro Histórico, se trata de dar la bienvenida a los turistas con espacios más tranquilos, mejor iluminados haciéndolos sentir más cómodos y sobre todo más seguros:
-fuera fondo -segmento entrevista	---
---INSERT 11---15:07 / 15:41 AL PRINCIPIO...Termina en: SU TAZA DE CHOCOLATE.	
-reanudar fondo	Sigamos escuchando más información acerca de las remodelaciones que está experimentando este Museo:
-fuera fondo -segmento entrevista	---
---INSERT 12---15:49 / 16:22 LA LIBRERÍA SE VA A AMPLIAR...Termina en: QUE NOS SEPARA.	
-reanudar fondo	¿Qué más tiene pensado Álvaro, para hacer de este un lugar más completo?:
-fuera fondo -segmento entrevista	---
---INSERT 13 -----16:24 / 17:51 EN LA PLANTA BAJA...Termina en: E INTERNACIONALES.	
-reanudar fondo	¿Qué más podremos ver en esta sala?:
-fuera fondo -segmento entrevista	---
---INSERT 14--- 17:54 / 18:19 POR EJEMPLO...Termina en: DE ESOS PROYECTOS.	
-cambio de fondo	En cuanto a exposiciones que más podremos ver bajo el cobijo del Museo Mexicano del Diseño:
-fuera fondo -segmento entrevista	

**---INSERT 15 ----19:42 / 20:51 OTRA DE LAS EXPOSICIONES...Termina en: MUY BUENOS DISEÑADORES.**

-reanudar fondo

Otro plus del Museo son sus cursos y talleres, en donde el objetivo es utilizar todos los salones del lugar para dar clases. Otra oferta que tendrá para nosotros será la del hospedaje ya que también será hotel. Como se realizará esto:

-fuera fondo

-segmento entrevista

**---INSERT 16 -----21:28 / 22:20 ALGO QUE TERMINA...Termina en: MÁS A CONOCER Y TODO.**

-reanudar fondo

Para darles apoyo en este gran proyecto, tienen ofrecimientos de los demás hoteles de la zona y los auditorios, para hospedar a los ponentes, a los expositores y utilizar los foros que se tienen ya.

De acuerdo con Álvaro Lego el director, este Museo está para ofrecer apoyo a todos lo eventos de diseño que se realizan no sólo en el Distrito Federal sino en toda la República.

-fuera fondo

-segmento entrevista

**---INSERT 17---- 22:54 / 23:37 TAMBIÉN ESTAMOS.... Termina en: AYUDEMOS A COMERCIALIZARLOS.**

-reanudar fondo

Todos los objetos que aquí se exponen cuentan con una gran calidad en cuanto a diseño y materiales, encontramos objetos de cerámica, de acero inoxidable, joyería en plata inspirada en la lucha libre, bolsas de cierres, de plumas, de distintos materiales, lo que se busca es que sean objetos con características especiales.

-fuera fondo

-segmento entrevista

**-----INSERT 18 ----23:51 / 25:26 MIRA EL CRITERIO...Termina en: COMERCIALIZARLA.**

-reanudar fondo

¿Qué pasa con los diseñadores jóvenes?:

-fuera fondo

-segmento entrevista

-----INSERT 19-----25:44 / 26: 41 VIENEN MUCHOS DISEÑADORES.... Termina en: ESTÁ ESTUDIANDO.

-reanudar fondo

Exponer en este lugar puede traerle ventajas a los nuevos diseñadores, ya que se da cabida a nuevas ideas y así la gente puede reconocer tu trabajo, pero sobre todo darlos a conocer:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

---INSERT 20-----27:03 / 28:11 JUSTAMENTE ELLA...Termina en: 5 REVISTAS DE ESO.

-cambio de fondo

Como ya habíamos mencionado, hay objetos o en el caso de revistas o libros, que para los extranjeros es mejor comprar en el Museo que en su país, ya que el costo es mucho más bajo aquí que en otro lugar, esto de acuerdo con Álvaro Lego, a quien le sucedió con unos Australianos, quienes compraron varios libros japoneses especializados en diseño. Escuchemos como ha sido esta experiencia para Álvaro Lego director del museo Mexicano del Diseño en donde todos somos bienvenidos, seamos o no diseñadores:

-fuera fondo  
-segmento entrevista

---INSERT 21---28:47 / 29:03 PERO ASÍ HA SIDO...Termina en: ENTRE NOSOTROS.

-reanudar fondo

Entonces ya lo saben: si tienen algún diseño original, con materiales especiales, pueden asistir al Museo en donde les dan asesoría para mejorar la calidad del producto:

-fuera fndo  
-segmento entrevista

-----INSERT 22-----29:51 / 31:04 EL LUGAR ESTA ABIERTO...Termina en: AQUÍ LOS ESPERAMOS.

-reanudar fondo

Ya tienen todos los datos de un proyecto que suena tan interesante como se ve, todavía falta mucho por hacer, sin embargo se está trabajando arduamente para alcanzar las metas deseadas. Les repetimos los datos por si no los anotaron: Museo Mexicano del Diseño, ubicado en Francisco I. Madero no. 74 Colonia Centro Histórico. El teléfono es: 55 10 87 71. La página es: [www.mumedi.org](http://www.mumedi.org)

-id cambio de tema  
-fondo ambient

Cambiando totalmente de tema, los amantes del rock progresivo podrán ver a Steve Hackett, el ex guitarrista de Genesis.

-cambio de fondo

Uno de los íconos del Rock Progresivo y que fuera uno de los grupos de mayor trascendencia a nivel mundial durante la década de los 70`s fue sin duda alguna GENESIS.  
Su ex-guitarrista STEVE HACKETT, quien vivió los mejores años con Genesis (de 1971 a 1978), se presenta en México con su grupo acústico el próximo domingo 30 de octubre en la sala Ollin Yoliztli como parte de su gira llamada " AN EVENING WITH STEVE HACKETT ACOUSTIC TRIO"; "Un recorrido por los años maravillosos del Genesis de los 70`s y lo mejor de su carrera como solista",  
Los boletos estarán a la venta por el sistema Ticketmaster a partir del 7 de Septiembre del año en curso. Más informes en la siguiente página web: [www.soldeneb.com](http://www.soldeneb.com)

-id cambio de tema  
-fondo ambient

Y para los fanáticos de los videojuegos. Ya tenemos los precios de la nueva x-box.

-cambio de fondo

La agencia **Reuters** informa que **Microsoft** ha anunciado que su próxima consola **Xbox 360** saldrá a la venta con un precio base de \$399 dólares. Con esto, la esperada consola se convierte en la más cara del mercado. Previendo esto, Microsoft ofrecerá la consola en otra presentación más austera de \$299 dólares. La versión de \$399 incluirá la consola, sus componentes de conexión, un control inalámbrico, una diadema de control y un hard drive desmontable que facilitará la compatibilidad con juegos previos producidos para la primer consola Xbox. El paquete austero, incluirá sólo la consola, sus componentes y un control alámbrico. La nueva consola se lanzará a la venta de manera simultánea en E.U.A., Japón y Europa para la próxima temporada navideña.

-id cambio de tema

-entra track green day	
	Así que no nos queda más que esperar: "Waiting". Green day.
-se queda rola -acaba rola -id cambio de tema -fondo final	
	Así llegamos al final de este cambio de tema en el cual fuimos surfeando auditivamente del diseño mexicano, a los juegos de video, el teatro de horror y el arte por computadora. Muchas gracias por permitirnos acompañarle y cualquier sugerencia y recomendación que usted tenga, comuníquela por favor al siguiente buzón electrónico: <a href="mailto:cambio@reporte.com.mx">cambio@reporte.com.mx</a>
-créditos	
	Este es un programa producido por Roberto Muñoz, Elizabeth Bobadilla y Marcos Guzmán el negro Muchas gracias.
-id cambio de tema	

Este es el guión de un programa transmitido el 15 y 16 de octubre de 2005, con el que trabajamos durante los años que duró el programa.

Con información retomada de algunas páginas de Internet como [www.amazon.com](http://www.amazon.com), de las entrevistas realizadas a Paulo Roberto Coria quien nos habló sobre la puesta en escena *YO ES OTRO, SINCERAMENTE MR JEKYLL*, *Álvaro Lego para hablar sobre el MUMEDI Museo Mexicano del Diseño*, boletín de prensa que nos hizo llegar el Centro de la Imagen y la Agencia Noticiosa, Rueters.

Esta es una de las muchas formas en las que se acomoda a trabajar el locutor, el guionista, el productor y el post productor, recordemos que también mucha de la gente que trabaja en los medios de comunicación en ocasiones se ha hecho en la práctica y no tienen las bases de una carrera de comunicación, sin embargo, no por ello están mal sus propuestas, ya que a fin de cuentas son funcionales y el

producto final sale al aire realizado de la mejor manera, ya que quienes lo elaboran son profesionales. Como ya lo mencioné quizás no egresados de universidades, pero que con los años han aprendido nuevas formas de realizar estas tareas. Cuando hablo de que las personas que trabajan en los medios no tienen una carrera universitaria, no estoy menospreciando su habilidad y capacidad de estar en el lugar que tienen.

Aunque es una base, no se siguen las reglas al pie de la letra y así como este guión, he visto una infinidad de ellos realizados de manera distinta.

Esto no afecta al producto final, ya que las indicaciones al operador o post productor las tiene, el lenguaje claro y sencillo está, las indicaciones para el locutor son claras; lo que permite a los involucrados desarrollarlo sin ningún problema. Los guiones pueden ser diferentes, entre sí, sin embargo, si cubren parte de los contenidos básicos, al momento de llegar a la práctica, cambia todo el panorama, lo que me parece bien, ya que aún mejor si llevamos las bases de una carrera universitaria, esto nos permitirá aportar, discernir, refutar y nuestra propuesta siempre será enriquecedora para los que colaboran en el equipo.

Ahora presento un ejemplo de un guión particular, es decir el guión o escaleta de un reportaje con insertos de audio (que son los fragmentos de la entrevista que se utilizarán y que previamente han sido calificados por el reportero, para agregarlos al reportaje, tomando sentido y coherencia al momento de ser incluido en el programa); esta escaleta forma parte del guión final del programa:

**REPORTAJE SOBRE YOGA:**

El ritmo de vida en la actualidad es mucho más rápido que el de nuestros padres o nuestros abuelos; la tecnología, el tránsito y la cantidad de gente en las ciudades ha sobrepasado los límites. Para contrarrestar esta situación, muchos buscamos

una actividad catártica, algo que permita quitarnos el estrés y la rapidez con la que se vive en la ciudad.

En nuestro país existen alrededor de 100 escuelas de yoga.

Inclusive ya hay empresas que brindan programas de yoga a sus empleados por los altos niveles de estrés que presentan.

Por otro lado, hay quienes acuden a este arte en busca de solución a sus problemas. Los niños, en cambio, lo convierten en parte de su ser.

Estudios realizados en Europa, India y Australia han demostrado que los niños se vuelven brillantes. Tienen mayor capacidad para manejar su propio estrés, sus tensiones, y son mejores en sus estudios y en su vida en general.

En Europa está en furor la organización de niños que practican el yoga y hay 70 mil profesores que les enseñan en los colegios. Los profesores son niños entre los 8 y 14 años de edad, que no sólo dominan las técnicas sino que han adoptado este arte como su estilo de vida. En Canadá y Estados Unidos recién se comienza a aplicar este modelo.

El yoga se originó hace más de 5 mil años en la India, pero sigue vigente y ayuda a curar males como la depresión, la obesidad y la tensión nerviosa.

Etimológicamente yoga significa unión, ya que la meta de esta disciplina es la unión de la conciencia con el principio absoluto.

Escuchemos mejor a una especialista en esta disciplina:

### **TRACK 9 MINI DISC 1:**

**-----INSERT 1-----00:03 / 00:48 SOY ANA PAULA DOMÍNGUEZ... Termina en: AÑO CON AÑO.**

La palabra yoga significa "unión" y se deriva del sánscrito yug, que significa unir y lo que une es la conciencia individual con la conciencia universal. En términos prácticos, lo que hace es que armoniza el cuerpo, la mente y las emociones. Permite que las diferentes funciones del cuerpo se coordinen para que trabajen por el bienestar integral del cuerpo.

Nació como una ciencia empírica, en donde ciertas personas han tratado de sondear los misterios de la mente, del intelecto, de las emociones, del sufrimiento y de la vida. Estas personas han sido verdaderamente laboratorios vivientes que se han aventurado en las profundas aguas del Ser.

Continuemos escuchando a Ana Paula Domínguez sobre lo que ofrece el Instituto Mexicano de yoga:

**-----INSERT 2----- 01:01 / 02:16 BÁSICAMENTE LO QUE OFRECE... Termina: BIENESTAR.**

El yoga ha nacido no de la especulación, sino de miles de años de experiencias que han sido replicadas por muchos yoguis a lo largo de la historia. Posee sus propios métodos y fundamentos por lo que es un amplio y completo sistema de desarrollo interior.

El sistema clásico del yoga, fue compilado por Patanjali en lo que se conoce como los yoga Sutras, basados en las tradiciones antiguas de los Vedas, hace 5000 años en India.

Este es El significado del yoga, en palabras de la directora del Instituto Mexicano de yoga:

**-----INSERT 3---02:21 / 03:35 LA PALABRA YOGA...Termina en: ATRAVÉS DE LA RESPIRACIÓN.**

Llamada "Raja Yoga" o el Yoga de la Realeza, el yoga clásico cubre las prácticas completas, desde asana (que son las posturas físicas) y pranayama (que son los ejercicios de respiración), hasta el mantra (que es el yoga del sonido) y las distintas variaciones de la meditación.

Este yoga integral tiene que ver con todos los aspectos de nuestra naturaleza, desde el cuerpo hasta el alma y muchos métodos de sanación, desde alimentación hasta meditación.

De acuerdo a Patanjali: "Yoga es el control total de las operaciones de la mente". Estas operaciones de la mente, constituyen todas nuestras actividades mentales, desde las más profundas grabadas en nuestra memoria subconsciente, hasta las actividades más altas supraconscientes.

El control al que se refiere Patanjali, tiene que ver con una maestría de todos los niveles de conciencia, incluso los más sutiles aún no conocidos por la psicología moderna.

Sólo a través de ese control de la mente puede emerger nuestro ser verdadero que es el último objetivo de la práctica yoguica.

La mente silenciosa se convierte en un espejo que revela nuestro verdadero ser, cuya naturaleza es conciencia pura. Este es el estado de liberación en donde trascendemos el tiempo y el espacio para entrar en la existencia eterna e infinita. Sin embargo, para poder tener este control de la mente es necesario tener una maestría sobre el cuerpo, los sentidos, el prana (la energía vital), así como de los aspectos de nuestra vida social y personal. Por esta razón, el Yoga no rechaza factores comunes de alimentación y enfatiza la importancia del Ayurveda (Sistema

de Medicina Tradicional de la India, basado en la alimentación, rutina diaria y herbolaria).

**-----INSERT 4-----03:41 / 04:30 TODO MUNDO PUEDE PRACTICAR...Termina en: PARA TODOS.**

Como dijo Ana Paula, cualquier persona puede aproximarse al Yoga, ya que posee un tipo especial de técnica para cada tipo de personalidad y temperamento.

Mucho se puede beneficiar la llamada cultura occidental del yoga, puesto que es un compilado de conocimientos del Ser que ahonda sus raíces en los anales del tiempo, ya que hay pruebas arqueológicas que datan de al menos 5000 años. Enterémonos de los beneficios de la práctica de yoga:

**-----INSERT 5-----04:48 / 07:00 EL YOGA TIENE GRANDES BENEFICIOS...Termina en: DE LA MEDITACIÓN EN EL YOGA.**

Como ya escuchamos esta práctica tiene enormes beneficios para mejorar nuestra salud y prevenir enfermedades, relajando el cuerpo y permitiendo el mejor funcionamiento del sistema nervioso, glandular, cardiovascular y digestivo.

Ahora conozcamos los tipos de yoga:

**-----INSERT 6-----07:46 / 10:48 EXISTEN VARIOS TIPOS DE YOGA...Termina en: ENTRAR A LAS POSTURAS.**

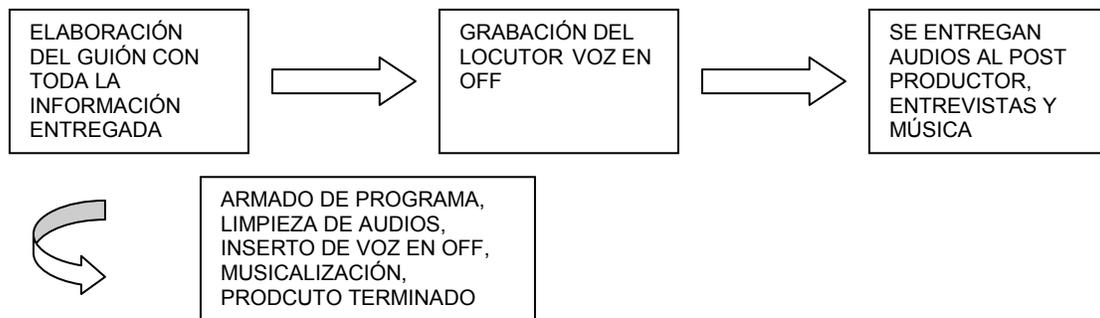
Esta práctica ancestral proveniente de la India busca integrar el cuerpo, la mente y el espíritu.

El yoga es de valor inapreciable para las ciencias del hombre como la Psicología, la Filosofía, la Antropología y la Medicina, aportando claves para el equilibrio físico, emocional y mental; abriendo las puertas de los mundos subterráneos de los noúmenos (que significa lo inteligible, la cosa en sí) y de las profundidades del Ser.

**-----INSERT 7 ----- 10:57 / 12:32 ME GUSTARÍA...Termina en: ESTE PROGRAMA.**

Este ejemplo nos sirve para conocer cómo vamos armando cada una de las partes del guión, hasta reunir toda la información y finalmente agregar las indicaciones correspondientes y grabarlo, lo cual se abordará en el siguiente capítulo.

## **CAPÍTULO 2: Realización: Después de la lluvia de ideas: Es momento de la creación**



En este capítulo abordaremos la forma en que se realiza un programa de radio grabado, los elementos que lo componen y el proceso que se sigue para después de grabarlo, se lleve a cabo la edición y post producción del mismo.

El objetivo de lo antes mencionado es para que entendamos la forma en que se realiza de manera profesional o ya en la práctica un programa de radio de una hora de duración.

### **2.1. Grabación del programa de una hora de duración**

Comencemos por la parte técnica y lo que necesitamos para poder grabar el audio de lo que al final será nuestro programa de radio.

Primero que nada, requerimos de una cabina de audio y una de locución separadas, que se conectan por los audífonos y el micrófono, los cuales ubicaremos dentro de la cabina de locución y el talk back, el cual se encuentra en la cabina de grabación, que nos permitirá, estar en contacto con el productor y el

operador de la cabina, para seguir las indicaciones que nos tengan que dar, para que la grabación quede como debe ser.

La cabina de grabación debe estar aislada de todo ruido ajeno, ésta cuenta con bocinas, mezcladora de audio, audífonos y un programa de computadora, ya sea pro tools, vegas o dalet, dependiendo del estudio o cabina, en el cual se realizará la grabación y posteriormente se trabajará en la post producción del programa.

Esta sería la mejor forma de grabar, ya que hay ocasiones dependiendo del lugar en que se trabaja, nos tenemos que acostumbrar a todo y sucede que en ocasiones están en el mismo lugar el micrófono y el operador de cabina, lo cual aumenta el riesgo de que se metan ruidos extraños a la grabación, por ello es importante contar con un micrófono unidireccional. Hay estudios que cuentan con una gran mesa para el conductor y sus invitados y otros en donde tienes que grabar parado o sentado depende de como te acomodes mejor a trabajar, o como ya lo describía en un pequeño estudio en donde sólo cabe el conductor y el operador.

Volviendo a los elementos técnicos, ésta es la razón por la que se recomienda utilizar un micrófono senhaiser unidireccional, para evitar la entrada de ruidos de fuera y dentro del estudio, con este se realizará la grabación en frío, esto significa que única y exclusivamente tendremos la voz del locutor, se podrán realizar varias tomas para escoger la mejor, esa es la ventaja que nos da un programa grabado.

Aproximadamente el guión para un programa de radio de una hora es de 15 cuartillas de acuerdo al formato realizado.

Una vez entregado el guión en papel, es necesario revisarlo, para hacer las aclaraciones pertinentes y ajustes antes de iniciar la grabación.

Entonces es momento de entrar a la cabina o estudio de grabación y darle tono, coherencia y ritmo a las palabras que tenemos en papel.

Una recomendación importante, es leer el guión varias veces antes de grabarlo para entender de qué vamos a hablar, aclarar dudas si las tenemos, realizar cambios o ajustes al mismo, ya que es muy tardado ir renglón por renglón aclarando pronunciaciones o entonaciones. Y lo cual también nos retrasa en el tiempo que nos asignaron para grabar, puesto que no seremos los únicos que utilizaremos la cabina, por ello es mejor realizar pruebas, llegar con el guión bien estudiado, no sólo para un programa de radio porque cuando se es locutor, y se van a realizar comerciales, un documental o video corporativo, nos entregan el guión al momento y siempre, siempre es importante revisarlo, leerlo y entender de qué se trata para cometer los menos errores posibles, ya que el tiempo de estudio es muy caro y no podemos hacerle perder tiempo y dinero al cliente.

Como es un guión largo, es recomendable tener agua cerca, para refrescarnos un poco la garganta.

Limpiarnos la boca para no acumular saliva y limpiarla o hacer pausa cada vez que lo necesitemos o creamos pertinente para empezar a grabar y salga lo mejor que se pueda.

Antes de entrar a la cabina, es necesario sacar dos o tres juegos de copias del guión para que entregar una al productor quien te llevará de la mano mientras estás grabando, una te la quedas tú, pues es la que leerás y la otra se la entregarás al post productor, pues es quien te está escuchando y va siguiendo

contigo la grabación en frío y quien finalmente limpiará el audio y armará el programa.

Y comenzamos con las indicaciones, en cuestión de ritmo, puede ser más rápido o más lento de acuerdo a nuestro productor, más alto o más bajo de acuerdo a la entonación que nos indica el guión, retomar, significa que tendrás que leer esa línea nuevamente, ya que no diste la entonación correcta o alguna palabra no se entiende, si te equivocas, es mejor comenzar desde arriba, es decir, donde comienza el párrafo; en ocasiones cuando ya tienes experiencia grabando no necesitas las indicaciones, ya que te das cuenta al escucharte por los audífonos, por ello es importante que se realicen pruebas antes de grabar para que te escuches claro y fuerte. Recuerda que eres quien lleva el ritmo del programa y esto es muy importante para que el radioescucha no se aburra, no entienda de qué hablas y decida que es mejor cambiar de frecuencia, el objetivo es captar su atención y mantenerlo mientras dure el programa.

Después de haber realizado varias tomas o lograr que se haga de corrido la grabación y que el productor y el conductor o locutor quede conforme con la misma, pasamos a la parte de la post producción.

## **2.2. Grabación de reportajes**

En este apartado conoceremos en voz propia del post productor Marcos Guzmán, quien formó parte del equipo de *Cambio de Tema* como se realizaba la grabación y armado de los reportajes.

Una vez que terminamos de grabar la voz en frío del conductor y haber quedado satisfechos con lo trabajado, pasamos a la parte de la post producción.

*“ En Cambio de Tema lo que buscábamos hacer era generar nosotros digamos, nuestra propia identidad sonora, en vez de fondear con una canción que todo mundo conozca, o la pista de una librería, esas normalmente las tienen todas las estaciones de radio, es inevitable, de pronto, escucharla en otra estación o en otro ámbito dentro de la misma frecuencia.”*

*“Entonces aquí lo que se buscaba era tratar de generarlo con otros sonidos, sonidos, propios, sonidos reales; en este caso, por ejemplo, en este aspecto cuando se hizo el reportaje de la lucha libre, se hace la grabación en la arena, con el ambiente del lugar y es como hacer una especie de retrato auditivo, era lo que se buscaba, cuando se hacía en un mercado, dependiendo de donde se grabara, era parte del trabajo del reportero o en este caso también de los productores, ir y hacer la grabación en vivo, para darle más realismo al tema a la producción y también hacerlo mucho más verídico, más envolvente”.*

*“Si uno pone un audio, un inserto, una entrevista, digamos con una cama (fondo musical) ya pre hecha, da la sensación de lejanía, como que algo se está poniendo a fuerza y aquí tratábamos de que la audiencia se sintiera parte del lugar”.<sup>1</sup>*

Ya que le entregamos al post productor su guión y ha guardado el audio de aproximadamente entre 15 y 20 minutos de voz en frío, a esto habrá que agregarle audio de entrevistas, insertar la música correspondiente y el corte comercial que en este caso lo llevaba a la mitad del programa, esto nos da como resultado la hora de duración.

---

<sup>1</sup> Fragmento de entrevista realizada a Marcos Guzmán el 30 de octubre de 2009. Productor de radio, Reporte 98.5 FM.

### **2.3 Grabación de entrevistas**

Este apartado tiene como objetivo describir como se realizará la grabación de la entrevista, lo cual no es muy diferente a la de los reportajes que acabamos de abordar en el apartado 2.2; ya que al momento de grabar en frío, únicamente la voz del locutor, se van marcando los espacios en donde se agregarán los insertos de la persona entrevistada, en ocasiones las entrevistas se tornan muy largas y de ahí hay que discernir que entra y que no, ya que por tiempo tenemos que hacer una revisión previa. En este caso, yo cortaba los audios de entrevistas a insertar, como revisaba la entrevista para agregarla al guión, le indicaba al post productor en que momento comenzaba la frase que tenía que poner y cuando acababa, como se indica en el capítulo 1 en el ejemplo del guión que realizábamos, antes de meterlo al texto final.

Entonces ya es mucho más fácil, porque sólo revisas y bajas el audio, que entregaba en un mini disco y que contenía la entrevista completa, sin embargo, el post productor bajaba sólo las frases que necesitábamos para armar el programa guardándolas en una carpeta para utilizarlos al momento del armado del programa.

Marcos el post productor tenía que escuchar toda la grabación en frío para limpiar la saliva que se escuchaba, los errores y lo guardaba en otra carpeta, con estos programas de computadora, pro tools programa norteamericano para realizar tanto audio como video, dalet programa francés o vegas programa también desarrollado en Norteamérica, es mucho más rápido y sencillo, ya que anteriormente se grababa en cinta de carrete, imaginemos la dificultad para cortar el audio y limpiarlo, ahora que contamos con las computadoras y con estos

programas se nos facilita mucho el trabajo, ya que mediante una gráfica quedan espacios y ahí puedes identificar las respiraciones y los errores, borrándolos de la gráfica, y quedando un texto de corrido, limpio y coherente.

Previamente se hace una selección de temas que se convertirán en los fondos del programa y los cuales se vuelven parte del mismo, ya que los comienzas a ubicar, como parte de éste.

Después de tener la grabación en frío lista, el post productor irá armando parte por parte el programa, es decir, irá separando los fragmentos que llevan entrevistas, música, id's y así comienza con la primera media hora de programa; insertando entrevistas si las hay y la música que acompañará las notas o reportajes que se aborden, así como los id's que llevará el programa de esta semana, grabados previamente por nuestro locutor o voz institucional de la estación y que tiene ya separadas en carpetas, esto porque cada programa tiene su carpeta asignada, sus fondos, sus id's, sus entradas y salidas.

Poco a poco irá pegando cada una de las partes que componen el programa para darle forma y sentido, así es como se realiza la post producción de un programa radiofónico.

#### **2.4. Transmisiones en vivo**

Las transmisiones en vivo, son mucho muy distintas de una producción grabada, para ello daré pauta a que nuevamente Marcos Guzmán nuestro post productor nos hable sobre las diferencias, ventajas y desventajas de los programas grabados y en vivo:

*“El productor de radio, se encarga, en el caso del productor de cabina, lleva a cabo la realización digamos física de un programa de radio, el manejo de las consolas, de las grabadoras, para ensamblar el programa de acuerdo a como se planteó en el guión inicial”.*

*“Principalmente el hacer un programa en vivo te da muchas menos posibilidades creativas y digamos de elementos, quiero decir, estas apegado al tiempo real y tienes que recurrir a los elementos que tienes a la mano y sobre todo también, el hacer un programa en vivo, depende más de la voz o las voces que están al micrófono, al aire, tiene mucho más peso el discurso que los elementos de producción, aunque eventualmente se realizan previos, en una pre producción para ser transmitidos en vivo”.*

*“Cuando es un programa grabado es mucho más interesante y mucho más nutrido en la cuestión de nosotros los productores, ahí tenemos la posibilidad de realizar los armados, la producción como tal de un programa y con muchos más elementos que vamos teniendo a disposición respecto a los temas que se están manejando. En el caso de Cambio de tema, después de realizar la junta de pre producción y tener la información de los reporteros y conductores, los productores empezamos a trabajar en la elaboración de atmósferas acústicas, hay varios elementos a los cuales se puede recurrir normalmente en la producción, pistas de audio, que son extraídas de una librería especializada o realizadas específicamente para un programa o pueden ser canciones ya existentes, también*

*efectos de audio y audios en sí, insertos de entrevistas que traen los reportes y los conductores además de la voz”.*<sup>2</sup>

Actualmente con el equipo que se cuenta nos facilita las cosas de una manera impresionante, ya que mediante librerías, podemos encontrar efectos o audios antiguos que enriquecen la producción de un programa, como lo menciona Marcos en la entrevista, pero depende de la pericia y la habilidad de nuestro post productor, ya que él dará el toque final al programa que escucharemos al aire.

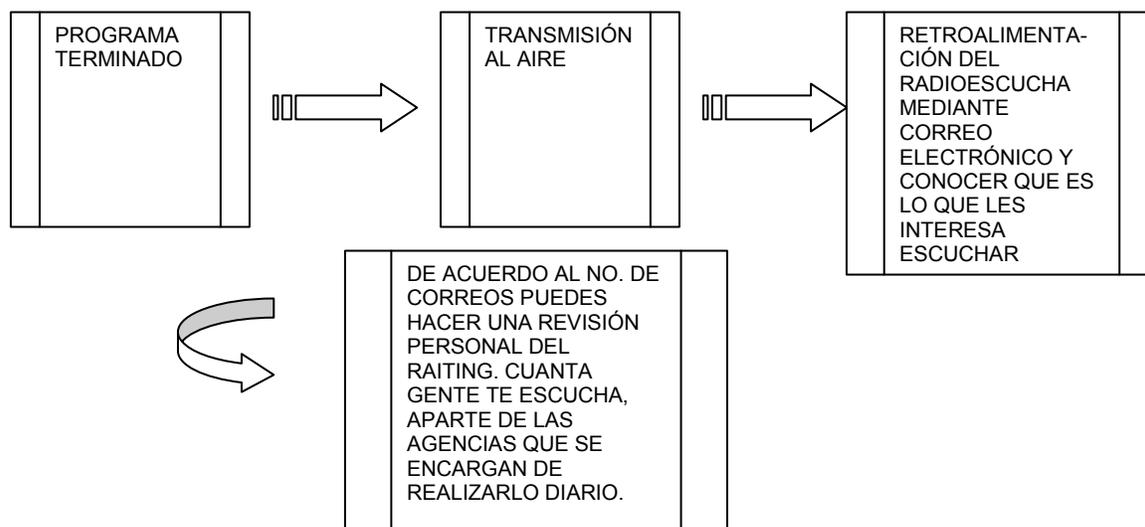
Sólo es cuestión de organizarte y saber como se realiza cada paso, ya que cada uno de los elementos que componen la producción son importantes para que entregemos un programa de calidad y que funcione al aire, que logre captar la atención del radioescucha, no sólo por la producción auditiva, sino con la información que brindes.

Después de todo el trabajo realizado, seremos partícipes de que le llega al radioescucha, como se escucha finalmente el programa ya terminado y al aire.

---

<sup>2</sup> Fragmento de entrevista realizada a Marcos Guzmán el 30 de octubre de 2009. Productor de radio, Reporte 98.5 FM.

### CAPÍTULO 3. Transmisión: ¿Qué le llega al radioescucha?



Después de haber revisado la parte de la planeación, como se realiza la grabación de un programa de radio y finalmente la post producción del mismo. En este capítulo abordaremos qué sucede con el programa ya terminado, cómo se escucha, cuál es el objetivo de su existencia, a quién le llega y que repercusión tiene.

El programa *Cambio de tema*, tenía como objetivo apoyar y difundir los eventos que se estaban realizando en ese momento en el ámbito cultural, principalmente en la ciudad de México, porque la estación es local y pues también se escucha por Internet, así que en ocasiones, también tocábamos temas de otros estados de la República; apoyándonos en reportajes y notas, siempre teníamos las recomendaciones de lo que nos parecía interesante y que se podía aprovechar tanto en familia, como en pareja o porque no, solo también.

El espectro de eventos que nos ofrece esta maravillosa urbe es muy amplia y muy interesante, afortunadamente esta ciudad tiene opciones para todos los gustos y bolsillos, exposiciones, teatros, cines, conciertos, danza y un largo etcétera, estos elementos fueron los que permitieron que surgiera y se realizara *Cambio de Tema*. Otra parte importante que hace que un medio de comunicación funcione es la interacción con el público y en este sentido contábamos con un correo electrónico en donde recibíamos, quejas, sugerencias y comentarios.

Se leían diariamente y se respondían cada uno de ellos, obviamente primero agradeciendo el apoyo y la felicitación que recibíamos y de ahí, pues respondíamos dudas y en el caso de que escribieran para ganar algún pase, les hacíamos llegar toda la información necesaria para que los recogieran.

Así damos paso a la competencia en el cuadrante, el tema de los patrocinios las decisiones, el raiting y la interacción con nuestros radioescuchas.

### **3.1. La competencia en el cuadrante**

En esta parte, abordaremos la competencia en el cuadrante, que para fortuna o des fortuna no existía, ya que por el horario en el que se transmitía el programa, en las otras estaciones de radio se escuchaba música, noticias o algún programa grabado, que no tenía que ver con el contenido que abordábamos en *Cambio de tema*.

Diariamente en *MVS Radio* se transmitía el programa de Ángel Dehesa llamado *FRONTERA NOCTURNA*, que abordaba temas culturales, acompañado de entrevistas y música. La diferencia es que era un programa en vivo y todas las

noches de la semana, siendo un respiro para la cantidad de información noticiosa que recibíamos durante el día.

Para complementar el por qué no teníamos una competencia directa, daré paso a la palabra de Roberto Muñoz productor y creador del programa *Cambio de Tema*:

*“Uno de los promos decía, el mejor programa de la radio en el peor horario de la misma...fijate que cuando salía el programa al aire, y escuchaba las entrevistas que hacías con personas, pintores desde teatreros, ante toda dábamos un buen servicio, por lo menos éramos mucho más amenos que la hora nacional”.*

*“Se llamaba Cambio de tema, porque todo estaba enfocado en esa frecuencia cuando ya fue reporte 98.5, estaba todo muy enfocado a las noticias, desde un punto de vista muy particular, la onda editorial era muy personal, de sus estrellas comunicativas; entonces nosotros sin vernos antagonistas porque teníamos que trabajar y pagar renta, hicimos este concepto: No tienen programas culturales, tienen programas políticos, de fútbol que nunca faltan y hasta de coches; pero la cultura, estaba como con lo que sucede con el gobierno, la cultura al último, y entonces nosotros ofrecimos eso, un programa cultural, con notas culturales, porque pésele a quien le pese, siguen pasando cosas en esta ciudad, hay mucha cultura, hay muchos movimientos culturales. Entonces claro, nos pasó lo mismo que le pasa a la cultura ahora, con el gobierno, nos aventaron hasta el último pero creo que hicimos cosas muy buenas, entrevistamos a personas que no tenían foro y que creo que representaban parte muy importante de la cultura mexicana. No estábamos entrevistando por ejemplo por obvias razones verdad, a un Octavio Paz, pero si a toda esa banda que estaba haciendo cosas a nivel underground e independiente y también de la mano con gente de la Cineteca y galerías etcétera,*

*creo que del abanico de temas que podíamos escoger para hacer algo, la cultura siempre es mas interesante por lo menos para mi, que la política, y ya que no podíamos hablar de música que era lo nuestro pues ahí hablando de cultura podíamos agarrar un poquito de música también, dijeron que si y el programa duró como dos años y cacho...”<sup>1</sup>*

Y por ello concluimos que los programas que han existido en las frecuencias comerciales, han tenido poca duración, no sabemos si es por la comercialización, o porque en verdad creen que no hay radioescuchas ávidos de retomar estas propuestas, actualmente encontramos en la noches diariamente el programa de Fernando Rivera Calderón en W, y que tiene que ver con este impulso, por hablar con escritores, canta autores, directores de cine, entre muchos otros personajes del ámbito cultural y del entretenimiento, lleva dos años al aire y esperemos que continúe como propuesta y como espacio difusor de la cultura en nuestro país.

Entonces, es momento de hablar de la retroalimentación, como elemento importante para un programa, no sólo de radio, sino cualquiera que se realice, y por ello los invitamos a que nos acompañen al siguiente capítulo.

### **3.2. La retroalimentación**

Uno de los elementos de retroalimentación, son las llamadas del público, los correos electrónicos y antes hasta el fax. El tener contacto con el público te permite conocer qué es lo que están buscando escuchar, qué intereses tiene, por ello forma parte fundamental de la realización de un programa, en este caso de radio.

---

<sup>1</sup> Fragmento retomado de la entrevista realizada a Roberto Muñoz, el 30 de octubre de 2009.

Principalmente para nosotros el contacto era el correo electrónico ya que por ser programa grabado no contestábamos llamadas en el momento, es lo que nos mantenía al tanto de lo que les gustaba y no, a nuestros radioescuchas.

Comencemos por definir a nuestro público cautivo, el horario de transmisión y de acuerdo a esto iremos entendiendo como se conformaba el programa *Cambio de tema*.

Como lo he venido mencionando, el programa se transmitía los sábados y domingos, a las 11:00 y media noche, respectivamente, por la frecuencia del 98.5 de FM.

Nuestros radioescuchas eran jóvenes y adultos que se dedicaban a distintas actividades, entre las que encontramos, diseñadores, artistas, enfermeras, estudiantes, taxistas, gente que trabajaba de noche y que acompañaba sus actividades con nuestro programa.

Mediante el correo electrónico nos dimos cuenta de qué es lo que les interesaba escuchar y a partir de eso también lo tomábamos como referencia cuando se planeaba la estructura del programa.

Este correo también nos servía para regalar pases para los eventos que teníamos, un ejemplo era la muestra internacional de cine en la Cineteca Nacional, conciertos, obras de teatro, o premieres de películas.

Esto hace que interactuemos con las personas que nos escuchan y nos permite conocer sus preferencias por su asistencia o solicitud de boletos.

En ocasiones recibimos correos de gente que estaba interesada en conocer más sobre algún tema y nos pedían que lo abordáramos, nos sugerían algún evento y

así retroalimentábamos nuestra información al momento de la planeación de la siguiente semana.

Al principio es difícil colocarte dentro del gusto del público, sin embargo, poco a poco con los temas, la música y la información que se ofrece, te van ubicando en el cuadrante y se va formando un grupo de gente que se interesa por lo que haces convirtiéndose en asiduo radioescucha.

El objetivo de *Cambio de tema*, era dar a conocer lo que se estaba gestando en el ámbito cultural no sólo en la ciudad, sino en nuestro país, brindarle a nuestros radioescuchas una opción más; conocer que existen lugares en nuestra urbe que a veces ni siquiera sabemos que ahí están, ya que la cotidianidad, el estrés y la falta de tiempo, así como el estar inmersos en nuestros problemas, ocupados en nuestros trabajos, hace que mucho de lo que nos rodea lo desconozcamos.

Aunado a esto, otro factor es la programación diaria que escuchamos en la misma estación de radio, la cual se torna en deportes, espectáculos y noticias, por ello nuestra hora de programa, la veíamos como un opción diferente y un respiro ante tanta información o malas noticias que recibimos durante toda la semana.

Mediante nuestro programa pudimos darle apoyo al trabajo de artistas que surgían como pintores, actores y actrices de teatro de cabaret, o cineastas, que tenían una propuesta interesante y su trabajo no era conocido ya que no contaban con algún espacio en donde se pudiera difundir, sin embargo, con el paso del tiempo nos hemos dado cuenta de que se han mantenido y no sólo eso, sino que su mismo trabajo les ha permitido entrar a las estaciones de radio que antes no los conocían.

Por otro lado nos dio grandes satisfacciones, nos permitió conocer y apreciar el trabajo de diversos personajes del ámbito cultural y del entretenimiento, encontramos la forma de explicarle al radioescucha que las galerías de arte existen y se puede entrar a ellas para conocer lo que hay dentro, ya que desafortunadamente no tenemos conocimiento de que esto se puede, pensamos o está entendido que es sólo para un pequeño grupo. La percepción que se tiene es que están, que existen, pero no se sabe que puedes entrar de manera gratuita, ver lo que se expone y ya!, no necesitas ser gran conocedor del arte, ni tampoco llevar miles de pesos para comprar una obra.

Nosotros lo que intentamos hacer fue informar y explicar, invitar a que conocieran estos pequeños espacios para el arte, sin ningún temor, sólo para conocerlos y disfrutarlos, ya que son parte de nuestro paisaje cotidiano.

Y en cierto sentido se logró porque como lo mencionaba en la parte de los correos electrónicos, la gente nos hacía preguntas respecto a estos temas y nos acompañaban en las inauguraciones, y pedían que se hablara de temas que iban en ese sentido.

Entonces para nosotros era muy satisfactorio saber que aportábamos algo aunque en pequeña escala, pero que lo hacíamos ofreciendo un abanico de posibilidades para visitar y hacer durante el fin de semana o entre semana, si era el caso.

Ya pudimos conocer que parte importante de un programa de radio es la interacción con tu público, lo que permite conocer como están reaccionando ante la propuesta que estás ofreciendo, así el correo electrónico o las llamadas telefónicas representan un factor importante para que puedas saber si van en la dirección correcta o hay que hacer algunos ajustes.

Son formas de medir a tu audiencia, de conocer sus preferencias y de estar en contacto con ellos.

El público es muy noble, si le gusta lo que haces, te siguen a donde vayas, sin embargo, es importante darle su lugar como radioescucha, responderle de manera oportuna y agradecer que cada semana esté ahí para recibir tu propuesta.

Ahora conozcamos que sucede con los patrocinios, en las estaciones de radio, quienes van a marcar si tu programa vale la pena que esté en el cuadrante o no.

### **3.3. Los patrocinios**

En este apartado abordaremos el tema de los patrocinios, cual es su papel dentro de una estación de radio y sobre todo en una comercial, como era el caso de Reporte 98.5 FM, del cual en el capítulo 1, apartado 1.2 abordamos de manera breve, sin embargo, veremos qué sucede cuando un programa, no cuenta con ellos y por qué la importancia de conocer el producto y saberlo vender, al patrocinador adecuado, aunque existen también otras teorías, en esta ocasión permitamos, darle voz nuevamente a Roberto Muñoz, productor y creador del programa *Cambio de tema*:

*“También hay mucha política en estos lugares, he sabido tanto en imagen, no lo puedo probar, porque si sería como hacerle al detective y yo soy productor de radio no?, pero también hay radio pasillo y se sabe mucho; no me vendas mucho este programa, porque al final cuando haga yo el resumen final de quien vende, no quiero que destaque éste, porque quiero quemarlo, quiero poder decir, estos güeyes no venden, mejor que entre mi sobrina que hace un programa de coches y seguramente ahí va a entrar más varo porque la cultura no deja, y entonces te*

*bloquean, en ventas, la gente de ventas puede tener muy buena fe, pero siempre hay un superior que dice: a estos no los vendas, mejor échale ganitas al de fútbol, siempre ha sucedido y hay mucha política en las estaciones de radio, entendida como grilla. Pero vamos, nosotros, decía Carlos Santana hay sólo dos tipos de personas en este mundo no? Hay rateros y hay artistas, entonces creo que tu y yo con el programa que hacíamos estábamos mas del lado de los artistas que de los rateros, pero por lo general los que mandan son los rateros”.*<sup>2</sup>

El patrocinio es de lo que se nutren en cuestión monetaria las estaciones de radio, ya que sin éstas no se puede subsistir, por los sueldos que hay que pagar y diré que o se puede ganar muy bien o muy mal, dependiendo de quien seas, sin embargo, gran parte de los medios, se caracterizan por pagar mal.

Obviamente depende mucho del nombre de la persona que conduce, si estás en televisión abierta, escribes en revistas, periódicos, etcétera, eres cada vez más popular, pues mucho mejor podrás cobrar, pero los salarios son muy dispares, desde los operadores de cabina, hasta los productores y conductores, pasando por reporteros y redactores.

Esto tiene que ver con la importancia de que el equipo de ventas debe ser infalible, conozca perfectamente su producto de venta y logre traer día a día más patrocinios. Sino eres una estrella, obviamente va a ser más difícil vender el programa, pero depende de cómo lo hagas también, hay mucha gente que dentro

---

<sup>2</sup> Fragmento de entrevista realizada a Roberto Muñoz, el 30 de octubre de 2009.

de sus presupuestos, por el costo que tienen las menciones, los spots, en ocasiones no alcanzan a cubrirlo y pues no le entran, ya que buscan a las empresas más grandes porque saben que una Adela Micha o un Gustavo Adolfo Infante por dar un ejemplo, se venden solos y esto genera una mejor ganancia tanto al vendedor como a la empresa. En cambio cuando son programas unitarios y pequeños, o en este caso a nivel cultural, a nadie le importa si lo escuchan o no, y la clave está en que los programas que han pasado por el cuadrante con esta temática terminan saliendo, porque no hay este esfuerzo de los comercializadores de hacer su trabajo de manera adecuada y brindarle una oportunidad a estos temas tan necesarios en nuestro país.

Los costos de producción para un programa de este tipo no son muy altos, ya que podría pensarse que a lo mejor se requieren de muchos recursos para su realización, sin embargo, como lo mencioné párrafos arriba se designa un presupuesto anual para cada estación del grupo, en donde ya están incluidos los salarios de los productores, reporteros y conductores, así como del locutor institucional de la estación, pero hablando en el caso particular de *Cambio de tema*, sólo éramos el productor y yo quienes fungíamos como reporteros, guionistas, productores y conductora del programa, en donde no había un costo elevado, ya que al post productor se le paga por lo que realice en el día, puesto que él arma toda la post producción y grabación de reportajes, notas y entrevistas para todos los noticiarios y demás programas que componen la frecuencia.

El costo del programa en aquel entonces estaba conformado por lo siguiente: El salario del productor era de aproximadamente \$15,000.00 al mes y yo percibía \$8,000.00 al mes sólo por hacer el programa semanal, si aunamos tiempo de

estudio que es lo que aproximadamente cobran en un estudio particular por una hora \$1,500.00 con honorarios del grabador y posteriormente el armado del programa otros \$1,500.00, todo esto sólo por un día, el resultado final por cuatro programas al mes, estaríamos hablando de un costo total mensual de \$35,000.00, pero en realidad no es lo que gasta la estación por realización del programa ya que el salario del post productor es mucho más bajo que lo que se paga en un estudio particular. Aunque no sea muy elevado el costo, este también pueden afectar ya que si no es un programa que se vende, es decir que no genera ganancias a la estación y mucho más a una comercial como *Reporte 98.5*, si es factor determinante para que salga del aire y como sucedió con nosotros es preferible poner música en ese espacio que estar pagando salarios y gastando tiempo de estudio en un programa que no está dando beneficios a la frecuencia. Y esto nos lleva al apartado final, en donde abordaremos la importancia del raiting y a partir de aquí se toman las decisiones de que un programa se mantenga o salga del aire.

### **3.4 Las decisiones y el raiting**

En este apartado final describiremos cómo se toman las decisiones para que un programa se mantenga o no al aire.

Empezando, diremos que todos o si no la gran mayoría, tenemos la idea de que un programa se mantiene por el raiting, sin embargo, esto tiene que ver más con la publicidad que se puede colocar en él, que si a la gente le interesa escucharlos o no. A lo largo del desarrollo de esta tesina, hemos abordado de una u otra manera los programas que con relación al nuestro también han dejado de existir y

no es que no tengan radioescuchas, simplemente que no se sabe como se deben vender, o de plano no les interesa, los tienen un rato mientras generan su audiencia, después cuando ya no conviene hay que moverlos porque siempre es más sencillo vender un coche, o programar música, así ya nos ahorramos unos salarios, más.

Y un ejemplo muy claro fue lo que sucedió con *Radioactivo*, vendía mucho se vendía sola y sin embargo, al acercarse las elecciones, era mejor cambiar el formato y se pensó que con ello se generarían más recursos y posicionarse mucho más rápido al desaparecer también *Monitor* pero a la fecha nos damos cuenta de que *Reporte 98.5* es una estación que no genera sus notas, que no ha logrado posicionarse y que es de las que tiene menor credibilidad.

Demos paso nuevamente a Roberto Muñoz productor y creador de *Cambio de tema* quien tiene una opinión respecto a lo ya mencionado:

*“Es una radio comercial, no deja de ser eso, entonces los dueños tiene que ver por sus intereses comerciales si se maneja mucho que el espectro es de la nación y no de las personas que se ostentan como dueños del espectro radiofónico, pero vamos, tienen dueño y esa es la verdad, los dueños tienen que ver por su interés comercial y eso se hace porque se pagan los comerciales, las pautas y los tiempos aire, y hay intercambios comerciales, entonces los nuevos dueños, no creyeron en el proyecto como Radioactivo y prefirieron modificarlo a formato de radio hablada, noticias, por las elecciones de 2006, a los partidos políticos se les da mucho dinero y reparten mucho dinero para publicidad, a los medios de*

*comunicación y entonces se decidió convertirla en radio hablada y noticieros, para que se anuncien los partidos políticos”.*<sup>3</sup>

Y lo mismo sucedió con nuestro programa *Cambio de tema*, no les convenía tenernos ahí, ya que mantuvimos nuestra línea editorial, primero nos limitaron a poner música en español, únicamente y no lo hicimos porque muchas de las notas que abordábamos tenían que ver con músicos, que cantaban en inglés, un ejemplo del cual hice mención en el primer capítulo es la nota sobre Jimmy Hendrix, no íbamos a meter una canción en español que no tuviera que ver con el tema, al final no sucedía nada, era parte del concepto, pero empezaron a avisarnos que teníamos que modificarlo, sin embargo, hasta el último programa lo mantuvimos como al principio, por que era parte de la concepción del mismo. Finalmente, un día nos llamaron para decirnos que tenían el horario destinado a otra programación y que pues muchas gracias, pero que ya no íbamos a seguir realizándolo, esto porque no vendía, a pesar del gusto del público, pues como no se conseguían patrocinios, tuvo que salir del aire, y ahora lo que escuchamos cada fin de semana es música en español de los años 80 y 90, tengo entendido que hasta la fecha no se ha cubierto ese horario.

Después de revisar lo anterior, nos damos cuenta de que el raiting no lo es todo, lo que más pesa es tener una buena cantidad de patrocinadores que te respalden para que puedas mantener un programa al aire, ya que de aquí saldrá tu salario y el pago de muchas otras personas y si no lo hay pues obviamente, el programa tendrá que salir del aire.

---

<sup>3</sup> Fragmento de entrevista realizada a Roberto Muñoz, el 30 de octubre de 2009.

## **Conclusiones**

Después de haber transitado nuevamente por esta experiencia maravillosa que fue trabajar en la radio y al escribir cada una de las páginas que forman parte de esta tesina, me hizo recordar cuan importante es el tener una oportunidad para comunicar lo que realmente nos interesa.

Describir cada uno de los procesos que componen un programa de radio es revivirlo, es vivir cada uno de los pasos que seguíamos para armar el contenido, la producción, la selección de temas y sobre todo la realización.

Tengo que confesar que cuando empecé pensé que sería muy fácil, pues forma parte de tu experiencia laboral, sin embargo, después de los años, me di cuenta de que cuando aprendes algo bien, es difícil dejarlo atrás, a pesar de que tuve que recapitular muchas de las cosas hechas, se complicaba en ocasiones, sin embargo, creo que puede funcionarle a quien lo lea, para darse una idea de cómo se trabaja ya en la práctica.

Valoras desde otra perspectiva todo lo que te brinda el bagaje académico, recuerdas a tus profesores, clases y materias que te ayudaron para que en la práctica ya trabajando de manera profesional, logres discernir entre lo que puedes ofrecer al público, de lo que es relevante abordar, de que forma hacerlo, así como también te da la oportunidad de crear una propuesta que tenga que ver con lo que sucede en ese momento y en el caso particular del programa *Cambio de tema* en cuestión cultural, lo que se estaba gestando y la importancia que tenía que le diéramos difusión, crear un espacio para los artistas que emergían de diferentes lugares, temas que al radioescucha le interesa y no escuchar, resultado del

contacto que teníamos con ellos y darle importancia a sus opiniones, despejar sus dudas y abordar los temas que nos proponían.

El circuito cultural mexicano es muy amplio pero como lo he venido mencionando, el espacio que se le da para difusión es muy reducido.

El realizar este programa me dio la oportunidad de conocer y reconocer el trabajo de cineastas independientes, actores de teatro, músicos, pintores, escritores, escultores, espacios que nos ofrecen un gran abanico de posibilidades de disfrutar, aprender y conocer. Así como gente que lucha día a día por lograr conquistar un espacio ofreciendo su propuesta, sus ideas, su conocimiento, compartiéndolo a veces sin ganar un peso. Pero que su objetivo está puesto en que su trabajo marque la diferencia y nos siembre algo.

A lo largo de la realización de esta tesina, pude darme cuenta de la importancia que tiene guardar los trabajos escritos, ya que forman parte de un acervo personal, son documentos generados por nosotros cada vez que realizamos un guión, una nota, un reportaje y es importante conservarlos, ya que es el trabajo realizado durante los años que colabores en determinado lugar, pero que en general, nadie tiene el cuidado de recuperarlos. Ahora con las computadoras portátiles o con la USB puede ser más sencillo trasportar la información, pero regularmente toda la información se queda en los equipos de las empresas, en las que laboramos y sucede que, pues por el pequeño espacio que se tiene en las estaciones de radio, productoras, periódicos, revistas, etc, sobre todo para estos documentos, se terminan perdiendo, en la basura o siendo hojas recicladas. Esta experiencia me dejó como enseñanza que es parte de nuestra experiencia laboral y del recorrido por el camino creativo, que no debemos perder.

Así que como consejo y recomendación, por favor, guarden todos sus documentos o armen carpetas en sus computadoras de lo que crean que posiblemente les servirá más adelante.

Finalmente, pues lo que comienza tiene que acabar y en este país en donde estamos regidos por el mercantilismo, la comercialización y el compromiso de quedar bien con todo mundo, pues no podía faltar quien dice que la cultura no vende y como se acercaban las elecciones de 2006, nos dijeron que tenían que cancelar el programa ya que tenían otros planes para nosotros y para el horario del programa, así pues dimos por terminado este ciclo, ya que como nosotros nos permitíamos hablar de cualquier tema sin compromiso alguno y dábamos la bienvenida a quien tuviera una propuesta interesante, creo que en este caso no era lo que se buscaba.

Entonces, en julio de 2006, cerramos la puerta a un espacio plural, que no pretendía otra cosa sino dar difusión a todo aquel que tuviera interés en desarrollar su proyecto y ofrecerle a los radioescuchas y a nosotros, eventos y actividades que nos dieran la oportunidad de conocer dentro de nuestra gran ciudad de México, que cuenta con una infinidad de foros y espacios no sólo para la cultura sino también para el entretenimiento y la diversión; que aligeren la carga del día a día, que nos den un respiro y una opción, de esta manera comenzar la semana con un estado de ánimo distinto.

Cuesta trabajo mantener un espacio al aire que convenza a los dueños de las estaciones y sobre todo a los patrocinadores, sin embargo, no es difícil, se puede lograr.

Hay creer firmemente en lo que se hace, crear un compromiso contigo mismo y siempre proponer, crear y desarrollar tus ideas, para que los medios de comunicación en nuestro país cambien, aunque sea un poco. Uno siembra la semilla, habrá que esperar a que pase el tiempo y cosechar algo de lo realizado, esa es la satisfacción, lograr captar la atención del radioescucha y que cada semana te sintonicen, o cada vez que se transmita el programa.

Y así es como damos por terminado este viaje de regreso a una de las actividades más enriquecedoras de lo que he realizado hasta el momento en cuestión laboral, compartir temas y trabajar con un equipo de profesionales que en conjunto permiten lograr un objetivo en común y que aún con las restricciones se pueda trabajar de una manera excepcional y brindar una propuesta a este nicho que está perdido en el cuadrante radiofónico mexicano, la difusión de la cultura.

## **Fuentes**

### **Bibliografía:**

- Asti Vera, Armando. *Metodología de la investigación*. Buenos Aires Kapelusz c 1968.195 p.
- González Alonso, Carlos. *El Guión / Carlos González*, México: Trillas, 1984. 61 p.
- Linares, Marco Julio. *El Guión, elementos, formatos estructuras*. Alahambra mexicana, México, 1997.302 p.
- Mendieta Alatorre, Ángeles. *Como redactar una tesis, examinarse y obtener la cédula profesional, orientaciones psicopedagógicas y técnicas a los pasantes/ Ángeles Mendieta Alatorre*, 9ª edición, revisada y enriquecida con nuevos temas. México: Porrúa 1976. 258 p.
- Sabino Carlos A. *Cómo hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos*. Edición ampliada. Argentina:Lumen-Humanitas, c 1998, 235 p.
- Taborga Torrico, Huáscar. *Cómo hacer una tesis*. 3 edición, Grijalbo, c 1982, 220p.

### ***Tesis:***

- Huerta Lezama Israel. *Propuesta para un manual de guión radiofónico*/ Israel Huerta Lezama y Lorena González Pineda. México, 1998.

- Montiel Hernández Patricia. *Estudio de la radio cultura de la ciudad de México / 1970-1996*. Patricia Montiel Hernández y Laura Patricia Villareal Ramos. México 1997. VII 125 p.
- Pérez Brito Pavel Ubaldo. *Identidad juvenil en la radio 1950 – 2006. (Análisis de la desaparición de rock 101 y Radioactivo 98.5)* México, 2007. 306 p.
- Robles Francisca. *El Relato periodístico testimonial, perspectivas para su análisis*. México, 2006. 185 p.
- Robles Francisca. *La entrevista periodística como relato. Una secuencia de evocaciones*. México, 1998.

### **Hemerografía:**

Nacho Vargas, “Revista Clap”, *¿Qué onda con las hertzianas?*, Año I, Vol II, México, 1999, p.p 46- 47.

### **Entrevistas:**

Marcos Guzmán, post productor del programa *Cambio de tema*, el 29 de octubre de 2009. Ciudad de México.

Roberto Muñoz, creador y productor del programa *Cambio de tema* el 30 de octubre de 2009. Ciudad de México.

**Reportes de trabajo:**

Se utilizaron un guión sobre el programa *Cambio de tema* realizado el 15 de octubre de 2005, transmitido en Reporte 98.5 FM.

Reportaje sobre Yoga que fue transmitido en el programa *Cambio de tema* del 11 de junio de 2005.