



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PROPUESTA DE GUIÓN PARA PROGRAMA DE RADIO “RADIO
RECICLA”

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

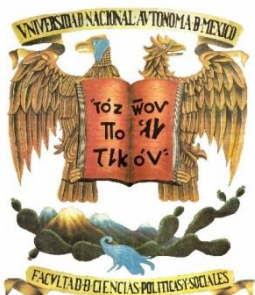
PRESENTA

ANGÉLICA MARÍA PÉREZ REYES

DIRECTORA DE TESINA

DOCTORA NEDELIA ANTIGA TRUJILLO

CIUDAD UNIVERSITARIA, 2011





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

RECONOCIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México

Por brindarme la oportunidad de formar parte de la Máxima Casa de Estudios y por darme las herramientas para mi vida profesional. Para mí, la mejor universidad, siempre.

A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Gracias por ofrecerme sus aulas, sus libros, sus profesores. El conocimiento siempre estará ahí, sólo es cuestión de quererlo encontrar.

AGRADECIMIENTOS

Al Honorable Jurado

Por la paciencia y el tiempo que me dedicaron, por alentarme a continuar con mi formación académica. Gracias por orientarme y corregir mis errores.

Nedelia Antiga Trujillo

Oscar Federico Del Valle Osorio

Arturo Guillemaud Rodríguez Vázquez

Reyna Díaz Huerta

Angélica Del Rocío Carrillo Torres

A mi directora de tesina

Gracias Ned por tu paciencia, por los consejos, por quitarme el miedo e impulsarme a continuar en la búsqueda del conocimiento. Las cosas son más sencillas de lo que yo pensaba.

DEDICATORIAS

A mis padres Alberto y María

Gracias por su infinito apoyo, por animarme a continuar, doy gracias a Dios por existir para mí. Son mi mayor ejemplo para continuar adelante. Este pequeño logro en mi vida profesional está eternamente dedicado a ustedes y sé que estarán ahí para lo venidero. Los amo.

A mis hermanos Julio, Mónica y Mauricio

Gracias por preocuparse por mí, por su interés en mi futuro. Tomo lo mejor de cada uno de ustedes para continuar mi largo o corto camino. También gracias a mis nuevos hermanos Norma, Pedro y Zuly por darme ánimos de continuar.

A mis sobrinos

Iván, Fer, Alan, Vale y Joel por ser mi mayor inspiración para este proyecto. Espero ser un buen o mal ejemplo para ustedes.

A mis amigos

A los que andamos en los mismos pasos, a los que ya pasaron por aquí y a los que aún no se animan: Arlette, Wendy, Vane, Mony, Simón, Fer. Gracias por contagiarme las ganas de concluir este primer paso. Aldo, por TODO tu apoyo estaré infinitamente agradecida.

Gracias a todos los incluidos y a los que me faltaron, por hacer que mi paso por la UNAM sea, hasta hoy, la mejor etapa de mi vida.

ÍNDICE

Introducción.....	3
-------------------	---

Capítulo 1

La comunicación y la producción de radio.....	9
1.1 ¿Qué es comunicar y cómo comunicar?.....	10
1.2 La radio y los elementos del lenguaje radiofónico.....	14
1.3 El guión.....	28

Capítulo 2

Radio Recicla.....	35
2.1 Radio Recicla. Descripción.....	35
2.2 Pre-producción, producción y post-producción.....	40

Capítulo 3

Propuesta de guión radiofónico: “Radio Recicla”	44
3.1 Diseño de producción.....	45
3.2 Propuesta de guión.....	50
CONCLUSIONES.....	80
FUENTES DE CONSULTA.....	83

INTRODUCCIÓN

La comunicación es la acción de enviar un mensaje a un receptor y cuenta con tres elementos básicos. Ma. Victoria Escandell dice que “emisor, que es una entidad (individuo o grupo) que produce una señal con intención de comunicarse, un mensaje o señal que es una modificación perceptible del entorno producida para comunicar y un receptor ó destinatario el cual es la entidad (individuo o grupo) con la que el emisor se comunica por medio de la señal”¹.

Es precisamente la acción de comunicar un mensaje lo que se pretende transmitir con ésta propuesta, un mensaje que tiene una carga de información para la sociedad la cual difunde la cultura del reciclaje.

La presente investigación se enfoca a la producción de radio. Raúl Fabricio en “*El guión radiofónico*”, dice que la radio “es un medio de comunicación masiva cuya materia prima es el tiempo y para expresarse sólo cuenta con recursos auditivos: voces, música, efectos o con la ausencia de ellos: silencios. Es ciencia, es técnica y es arte”². Al tener definido el medio que se retomará para el proyecto, se llega a la parte cumbre de la tesina que es una propuesta guión para un programa de radio.

Para realizar una producción radiofónica se hace uso de un diseño de producción o planificación el cual indica los pasos para llegar al producto final. Estos son: el nombre del programa, formato del programa, días, horarios, medio por el cual se transmitirá (frecuencia o canal), tipo de programa (género), duración de emisiones, objetivos, justificación, sinopsis del programa, perfil de personajes que participarán en el mismo, estructura del programa (secciones, bloques), un

¹ Escandell Vidal, Ma. Victoria, *La comunicación*, Gredos, S.A., Madrid, 2005, pp. 30-31

² Fabricio Torres, Raúl, *El guión radiofónico* [en línea], Documento de trabajo, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara, 2006. Dirección URL: http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/1339/1/El_guion_radiofonico_R_F.pdf, [consulta: 26 de enero de 2011] 10:12 pm.

organigrama de los recursos humanos, descripción general del trabajo, recursos técnicos, guión y un presupuesto general³.

Una vez resuelto el diseño hasta la parte de recursos técnicos, se llega a la primicia que es: el guión. El guión se denomina como un instrumento que facilita el material completo para hacer una realización radiofónica además de que simplifica el trabajo del equipo que forma parte de la realización del producto audiovisual.

Para enriquecer el contenido del guión es primordial estar informado del tema, en este caso: el reciclaje. Unificando los significados existentes y basado principalmente en el libro de *Tratamiento y gestión de residuos sólidos* de Francisco Colomer, se deduce que el reciclaje es un paso que sufre un material o producto para ser sometido a un proceso de producción “La palabra “reciclado” es un adjetivo, el estado final de un material que ha sufrido el proceso de reciclaje”⁴. En efecto, el reciclaje es una transformación que sufren los desechos para volver a ser utilizados.

En la revista *Suelos y residuos* –actualmente en línea- hay un reportaje de María Anta Martínez, la cual define el término de “cultura del reciclaje” y dice:

“el término "cultura" identifica el conjunto de formas de vida, materiales e intelectuales de una sociedad. Por otro lado, "reciclaje" define el proceso industrial por el que los residuos continúan su ciclo de vida, convirtiéndose bien en materias primas para la obtención de nuevos productos o bien en energía. Pues bien, la cultura del reciclaje sintetiza el reto al que se enfrenta la sociedad del siglo XXI ante los problemas actuales de tratamiento y eliminación de los residuos generados en nuestras actividades diarias”⁵.

³ Yudchak, Héctor; Portugal, Mario, *Hacer radio: guía integral: cómo se hace un programa de radio, paso a paso*, primera edición, Buenos Aires: Galerna, 2008, (Interpretación propia)

⁴ Colomer Mendoza, Francisco José; Antonio Gallardo Izquierdo, *Tratamiento y gestión de residuos sólidos*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, UPV, 2007, pp. 165

⁵ Martínez, María Anta, *Suelos y residuos* [en línea], sin lugar de edición, 2006, Dirección URL: <http://www.ambientum.com/revistanueva/2006-10/culturareciclaje.htm> [consulta: 25 de enero de 2011], 10:30 pm

Asimismo, la cultura del reciclaje es básica desde la temprana edad y el mejor lugar para percibirlo es en el hogar. Así como un niño aprende a hablar con ayuda de sus padres, es posible que se reflejen los mismos resultados si se difunde la cultura del reciclaje.

La experiencia que da la convivencia con los niños permite ver que los niños de hoy en día son muy activos, inquietos y creativos. Se puede aprovechar esa inquietud en asuntos útiles y aptos para su edad. No es suficiente entretenerlos u ocuparlos con juegos ó juguetes sofisticados que no les permite descubrir qué hay detrás de la puerta de sus hogares, la cultura del reciclaje puede ser muy divertida si se sabe cómo transmitir el mensaje.

Tampoco a los adultos responsables de la educación de los niños les tiene qué resultar tedioso transmitir un mensaje de esa índole. El primer paso es muy sencillo. Sólo basta con quince minutos que se tengan libres para entrar a internet y buscar el significado al los términos que se han mencionado anteriormente como cultura del reciclaje, cuidado del medio ambiente o el tema del que se hablará en la propuesta de guión: la separación de la basura.

Si la cultura del reciclaje forma parte de la educación de los niños y los adultos la toman como parte de su cotidianeidad, todos ayudan a la conservación del medio ambiente reduciendo los productos que desechamos en nuestro hogar. Cuando se tenga la información suficiente, sólo es cuestión de ayudar a comprender a los niños ¿qué es el reciclaje?, ¿para qué sirve? y ¿qué productos pueden reciclar?

El mensaje que los padres, maestros y familiares les transmiten a los niños sobre el reciclaje se refuerza fuera del hogar. Aquí es en donde entra la participación del comunicólogo que en palabras de Rafael Reséndiz en *El oficio de comunicólogo* “es aquél que ejerce el oficio de científico social que se dedica a

observar los fenómenos de la comunicación, la información, la cultura de masas, y su impacto a nivel local, regional y global”⁶.

Parte de la metodología que se utiliza para dar inicio a ésta investigación es la matriz heurística⁷ que es una herramienta dividida en cuatro cuadros y que ayuda a desarrollar el tema. Responde a preguntas como qué (hechos), por qué (explicación del hecho), cómo (método de investigación) y dónde (fuentes de consulta). Estas a su vez se correlacionan e indican si el tema es viable para su desarrollo. Si alguno de los cuadrantes no está respondido, es posible que no esté correctamente planteada la investigación.

En cuanto a la metodología de la propuesta de guión, anteriormente mencionada, es necesario basarse en un diseño de producción.

Una vez resuelto el diseño hasta la parte de recursos técnicos, se llega a la primicia que es el guión, mismo que sirve a la producción como guía para el equipo de producción.

Es de suma relevancia que el tema del reciclaje sea difundido ya que los beneficiarios directos son los infantes. Se pretende que el producto sea rico en información y con un atractivo que capte la atención de los niños para que conozcan el tema de una manera digerible y divertida. De este modo, será un programa educativo y, a su vez, de esparcimiento con el cual la sociedad se beneficiará porque el mensaje del reciclaje será reforzado fuera del hogar y de las aulas de clase.

El hecho de tener como primicia el mensaje de “reciclar” será un factor que a corto, mediano y largo plazo traerá muchos beneficios tanto al individuo como a

⁶ Reséndiz, Rafael “*El oficio del comunicólogo*” s/editor, s/lugar de edición, s/año, [en línea], Dirección URL: <http://hyperlab.politicas.unam.mx/oficiodecomunicologo/l.introduccion.pdf> [consulta: 25 de enero de 2011] 11:40 pm

⁷ Antiga, Tenorio, *Metodologías de la Ciencia*, Trillas, 2011

la sociedad mexicana para disminuir los problemas de contaminación del medio ambiente y para crecer con la cultura del reciclaje desde la infancia.

Este proyecto está perfilado a la producción de radio porque es un medio que permite escuchar y ejecutar al mismo tiempo sin tener la mirada fija en una pantalla. La misión de la comunicación será lograda ya que se tienen los elementos necesarios como son al emisor, en este caso la radio, el mensaje de reciclaje y separación de la basura, y al receptor que son los niños.

Si los objetivos de este proyecto son cumplidos, se logrará fomentar la creación y difusión de más producciones audiovisuales que promuevan éste tipo de mensajes por cualquier medio de comunicación, principalmente en la radio. Por otro lado se podrían reforzar o ejemplificar investigaciones en diversos campos de estudio que dediquen su atención al comportamiento de los niños.

La producción completa de éste proyecto se llevará a cabo en la cabina de audio de IVIDEM Producciones, ubicada en Morena 1068-5, en la colonia Narvarte en la delegación Benito Juárez. IVIDEM Producciones es una casa productora de video, audio y eventos corporativos.

El tiempo de realización de la producción está calculado de enero a julio del 2011, incluyendo la investigación documental, de campo, pre-producción, realización y post-producción.

En el primer capítulo se enfoca a analizar el concepto de comunicación y la producción radiofónica. Se comienza con la interrogante de ¿qué es y cómo comunicar? Se profundiza en la idea de transmitir un mensaje en los medios de comunicación, específicamente la radio.

A partir del segundo capítulo se habla de las características del programa y de la producción en general. En el tercer y último capítulo se encuentra el proyecto

y diseño de producción, los cuales nos guían para hacer el perfil general del programa y el guión en donde estará el contenido de la propuesta de producción radiofónica.

Como profesional formada en la carrera en Ciencias de la Comunicación propondré un producto que retoma dos primicias: por un lado a la radio como medio de comunicación y el tema del reciclaje y separación de la basura como mensaje clave, procurando que sea un producto funcional y conveniente para la sociedad.

CAPITULO 1: LA COMUNICACIÓN Y LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

La comunicación y la producción radiofónica son conceptos que se vinculan entre sí. La comunicación es un proceso para emitir un mensaje, mientras que la producción radiofónica es toda la estructura y el medio que se usa para la transmisión del mismo.

Desde su aparición hasta nuestros días, los medios de comunicación trabajan con el mismo proceso, pues sin él no sería posible lograrla. Los medios de comunicación ocupan un lugar primordial en la vida cotidiana de los individuos ya que con ellos el individuo se relaciona, informa, aprende o entretiene.

“La transmisión de información se realiza a través de instrumentos y medios muy variados: la radio o la televisión nos pone en contacto con la actualidad al comunicarnos o transmitirnos información; a través del teléfono estamos en contacto con nuestros amigos y les mantenemos informados; una obra de arte nos relaciona con su autor y nos comunica sus emociones; un gesto amigable, en definitiva, nos transmite confianza y facilita el contacto.”⁸

El reto de los medios de comunicación es ofrecer un mensaje que sea relevante y así captar la atención y el interés del público receptor, mismo que reacciona al recibir la información. Todos los días y en todo momento el individuo recibe, procesa y emite una respuesta al mensaje que mira, lee y escucha a su alrededor.

⁸ Montaner, Pedro; Moyano, Rafael, *¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la temática*, Addison Wesley Longman, 1998, p. 14

1.1 ¿Qué es comunicar y cómo comunicar?

La comunicación es una acción que el individuo practica a diario mediante un lenguaje que aprende desde que nace. Palabras, gestos o señas corporales, son sólo algunas formas que se utilizan para comunicar ideas con otros o con uno mismo. Es “una actividad en la que dos o más individuos intercambian señales de diversa naturaleza: algunas son visuales, otras auditivas, otras pueden ser incluso táctiles; algunas pertenecen a un código, y otras, no”⁹.

Para comunicar es fundamental contar con tres elementos clave: el emisor es quien envía el mensaje, el mensaje mismo, que es la información que se transmite a través de un lenguaje y el receptor quien recibe y reacciona tras tomar el mensaje,

“comunicar significará transmitir información, es decir, dar parte o hacer saber una cosa, entrar en contacto con otro individuo para hacerle partícipe de lo que poseemos (ciertos conocimientos, estados de ánimo, intereses, deseos...)”¹⁰

Se expresan sentimientos, pensamientos, necesidades, satisfacciones, todo aquello que sea relevante para el individuo, con la intención causar respuesta en el receptor: “Los seres vivos nos relacionamos gracias a que podemos comunicarnos entre nosotros.”¹¹La vida se basa en la comunicación y en la interacción que existe entre los individuos.

El emisor es el encargado de transmitir un mensaje el cual se envía mediante señas o códigos al receptor. Adler y Mardguardt dicen que el mensaje “es una señal cualquiera que activa la respuesta de un receptor...”, mismo que

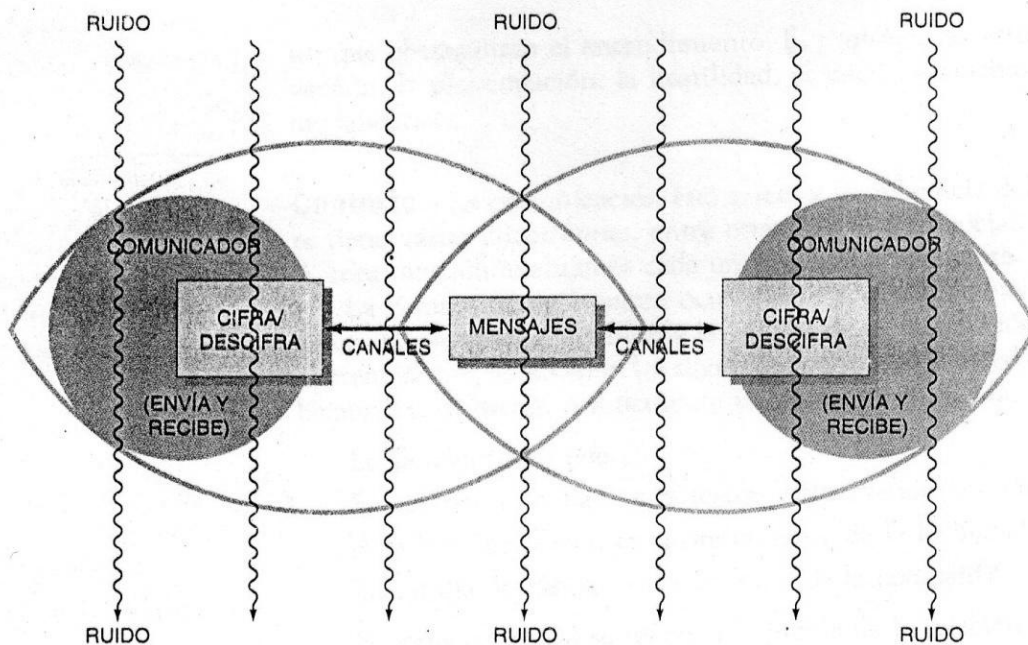
⁹ Escandell Vidal, Ma. Victoria, *La comunicación*, Gredos, S.A., Madrid, 2005, pp. 29

¹⁰ Montaner, Pedro, Moyano, Rafael *op. cit.*, pp. 13

¹¹ Prieto Ballenato, Guillermo *Comunicación Eficaz*, Madrid, Pirámide, Colección Libro Práctico, 2006, pp. 24

puede ser intencionado o no. El receptor “es la persona que recibe y adjudica un significado a un mensaje.”¹².

También se mencionan otros procesos involucrados en la comunicación como el *canal* que es el medio o método que se emplea para transmitir el mensaje; *cifrar*, que es la elección de las palabras adecuadas o métodos no verbales para enviar el mensaje; *descifrar* que es la adjudicación de un significado al mensaje por parte del receptor, la *retroalimentación* que es la respuesta al mensaje enviado. Por último se habla del *ruido* que es una falla en la comunicación u obstáculos en el intercambio de mensajes y el *contexto*, mismo que tiene influencia en la comunicación, se representa de la siguiente manera:



Fuente: *Comunicación organizacional, principios y prácticas para negocios* de Ronald Adler y Jeanne Marguardt¹³

¹² Adler, Ronald B.; Marguardt, Elmhorst, Jeanne, *Comunicación organizacional, principios y prácticas para negocios*, México, McGraw-Hill, Interamericana de México, 2005, octava edición, pp. 8-9

¹³ Ídem p. 9

El *ruido*, es considerado por diversos autores como un entorpecimiento en el acto de la comunicación y se da cuando el mensaje no es transmitido con claridad o cuando existe algún tipo de interferencia.

El entorno de un individuo está cargado de mensajes, depende del receptor que estos sean comprendidos y asimilados. Un semáforo en la calle comunica en qué momento se puede cruzar o no la calle, basado en los colores rojo, amarillo y verde. Si el individuo no está lo suficientemente contextualizado con el significado de los colores del semáforo, difícilmente el mensaje es transmitido.

Ballenato dice que la comunicación es de tres tipos: *verbal*, *no verbal* y *paraverbal*. En la comunicación *verbal* intervienen contenidos que hacen uso del lenguaje, por ejemplo el oral: hablar-escuchar y la escrita: escribir-leer. En la comunicación *no verbal* se usan señales no verbales como gestos faciales y corporales, mismos que ayudan al receptor a interpretar el mensaje. El tercer tipo es la *comunicación paraverbal* que se da en el momento de la entrega del mensaje oral, y afecta directamente el significado de la información, por ejemplo la entonación, volumen, timbre de la voz, velocidad y la perturbación¹⁴.

Antes de difundir un mensaje es primordial tener clara la intención y el lenguaje que se utilizará. Es diferente el lenguaje que se usa al charlar con otra persona de lo que hizo el día anterior a ofrecer una conferencia en un auditorio en donde se dan cita una gran cantidad de personas y se habla de un tema específico.

“No todos los mensajes desempeñan la misma función: algunos se limitan a informar, otros son un recurso para iniciar el contacto comunicativo, otros mensajes se emiten con el propósito de provocar una determinada reacción en el receptor, otros con la intención de cautivar la sensibilidad del

¹⁴ Prieto Ballenato, Guillermo *Comunicación Eficaz*, pp. 37-38

destinatario...es frecuente que un mismo mensaje desempeñe varias funciones a la vez”¹⁵

Existen diversas formas para transmitir un mensaje, mismas que el hombre ha aprendido a desarrollar con el paso de los años, formas que permiten emitir un mensaje no sólo a otro individuo sino a miles por un mismo medio y con la intención de provocar una reacción al receptor, de ahí surge lo que se conoce como: medios de comunicación.

La televisión, la radio y la prensa son los medios mayormente conocidos, pero cada uno maneja diferentes tipos de señales, la visual en el caso de la televisión, auditiva con la radio y escrita en la prensa. El medio depende del tipo de mensaje que se quiera transmitir:

“La necesidad que tiene el ser humano de comunicarse le ha llevado a desarrollar a lo largo de la historia sistemas muy diversos que le permiten enviar señales a distancia, sin que sea preciso que el emisor y el receptor tengan que estar necesariamente presentes en el mismo lugar”¹⁶

Una de las funciones de los medios de comunicación es transmitir el mismo mensaje a diversos lugares, al mismo tiempo y a miles de individuos que se encuentren sintonizados en el mismo medio. El mensaje tiene factores diversos dependiendo del medio que se utilice. La televisión refuerza su mensaje con las imágenes que podemos ver en la pantalla. El sonido y la palabra van de la mano, permitiéndole al espectador una fácil recepción del mensaje.

En el caso de la prensa, se usa la palabra escrita apoyada en casos específicos de imágenes fijas. La radio, medio en el que se basa este proyecto, usa el sonido. Música, efectos sonoros, silencios y voces forman parte del lenguaje que la radio utiliza para transmitir su mensaje.

¹⁵ Montaner, Pedro; Moyano, Rafael, *op. cit*, pp. 55-56

¹⁶ Prieto Ballenato, Guillermo, *Comunicación Eficaz*, pp. 24

1.2 La radio y los elementos del lenguaje radiofónico

La radio forma parte de los medios de comunicación tradicionales, junto a la prensa y la televisión, “es un medio de comunicación electrónico que se sirve de la palabra sonora o articulada y de la música para la difusión de mensajes, que pueden ser informativos, culturales o recreativos.”¹⁷

Como todos los medios de comunicación, el uso de la radio cuenta con ventajas y desventajas. Kaplún y Vitoria, mencionan diversas cualidades, entre las que se destacan:

- Amplia difusión popular y largo alcance. Abarca a una gran cantidad de población
- Simultaneidad y acceso directo a los hogares de los destinatarios. El mensaje llega a varios radioescuchas el mismo tiempo y al lugar en donde se encuentren cada uno.
- Instantaneidad y actualidad. A diario el oyente se entera de un hecho al instante.
- Bajo costo per cápita. Es un medio de comunicación económico en comparación con otros medios¹⁸.
- Credibilidad. El público se puede cerciorar de la veracidad del acontecimiento al sintonizar alguna estación.
- Cotidianeidad. El público puede realizar actividades alternas mientras escucha la radio.
- Acceso a los hogares de los destinatarios o ubicuidad. El mensaje transmitido por la radio llega directamente al lugar en donde se encuentre el radioescucha.

¹⁷ Fernández de la Torre, Gastón, “*Dome su lenguaje. Cómo hablar correctamente en público*” Grupo editorial Norma referencia, Editorial Playor, 1997, pp. 139

¹⁸ Kaplún, Mario, *Producción de programas de radio, el guión- la realización*, Ecuador, 1994, pp. 50.

- Emotividad, intimidad y expresividad. Este caso se da debido al tipo de lenguaje que maneje el comunicador, “El lenguaje hablado persuade, genera reacciones y emociones en el oyente.”¹⁹

Cabe señalar las desventajas con las que cuenta la radio en la transmisión de un mensaje –cualquiera que sea el género del programa-, ya que giran en torno a la distracción del público. Si el contenido de programa o anuncio no es lo suficientemente atractivo, es muy sencillo que el oyente se aburra y recurra a otro programa u otro medio.

Por otro lado, la radio no sólo se limita a informar. El público, además de mantenerse al tanto de los hechos más relevantes que ocurren en su país o el mundo, también busca el esparcimiento a la hora de trabajar o trasladarse a su hogar:

“Pensamos en la radio no sólo como un vehículo para la gratificación de los sentidos. También nos interesa en virtud de su utilidad. De hecho, el que nos deleite ya convierte a la radio en útil. Pero hay otras situaciones en las que su servicio es provechoso, sin que por ello nos resulte necesariamente placentero o agradable.”²⁰

En efecto, la radio es un medio que alimenta la imaginación de los escuchas. En el caso particular de los niños, es una herramienta que les permite crear imágenes en su mente tras escuchar el mensaje. Además de formar parte de un pasatiempo, se puede enfocar como apoyo a la educación, como ya antes se ha trabajado a lo largo de la historia de la radio, “es un medio ideal para la educación y la instrucción de muchas personas en el mundo, sobre todo en aquellos lugares donde hay grandes distancias”²¹.

¹⁹ Vitoria, Pilar, *Producción radiofónica. Técnicas básicas*, Trillas, México 1998, pp. 10

²⁰ Haye, Ricardo M., *La radio del siglo XXI, nuevas técnicas*, Argentina, La Crujía, Serie Comunicación y cultura, 2000, pp. 46

²¹ Montoya Vilar, Norminanda, *La comunicación audiovisual en la educación*, Colección Laberinto Comunicación, España, 2005, pp. 99-100

Para la obtención de un producto radiofónico es de suma relevancia contar con las herramientas suficientes para su construcción. Equipo técnico, recursos humanos, locutores, actores, efectos de sonido y la música, entre otros, son recursos que le darán al producto el perfil que se busca.

Existen diversos tipos de programas de radio enfocados a un público en específico. Hoy en día, cuando el público enciende la radio encuentra programas con contenidos de diversas índoles como:

- Informativos. Se incluyen programas noticiarios en su totalidad o simples cortes que aparecen durante el anuncio comercial, en caso de que el programa que se transmite en ese momento no sea de carácter informativo.
- Revista: En los programas de revista encierra el tratamiento de diversos temas en los que destacan: salud, mujer, consejos para el hogar, consejos para padres, principalmente.
- Musicales y de entretenimiento. En dicho formato contiene programación musical en ciertos casos sin numerosas intervenciones de algún locutor, aunque no en todos los casos. El Grupo Radio Centro cuenta con la estación del 92.1 en frecuencia modulada en la que los fines de semana se transmite contenido netamente musical. Esta programación es llamada *“80’s Weekend”*.
- Debate y opinión. Los contenidos giran en torno a un tema en específico y son analizados por expertos en la materia.
- Culturales y deportivos. Se enfocan netamente a exponer las últimas noticias en deporte y cultura²².

²² Haye, Ricardo M., *Otro siglo de radio, noticias de un medio cautivante*, Argentina, La crujía ediciones, 2003 (Interpretación propia)

Cabe señalar que los formatos de radio han sufrido cambios con el paso del tiempo. Hoy en día se escuchan programas en los que se mezclan la mayoría de los contenidos enlistados, pero mantienen al entretenimiento como primicia. Una gran parte de los programas que se transmiten tienen un contenido muy similar, dedicados a entretener al público. Un ejemplo claro de éste formato es el programa de “Toño Esquinca y la muchedumbre” en Alfa 91.3 de frecuencia modulada y en cuya página web describen cada una de las secciones del programa:

- **Despertador (06:10hrs.):** Con una reflexión o historia que motive a la gente a empezar “de buenas” el día.
- **Horóscopos y clima (06:30hrs.)**
- **91.3 pesos por palabra en 20 segundos (07:00y 11:50hrs.)** Escogemos una llamada al azar y el participante tiene 20 segundos para decir todas las palabras (cada palabra vale 91.3 pesos) que pueda relacionadas con un tema que Toño Esquinca propone.
- **Caminito a la escuela (07:10hrs.)** Se escoge una llamada al azar en donde los niños le cuentan a Toño en qué transporte van (se esperan respuestas creativas. Ej. En un león, en un elefante rosa con alas, etc.). Se les da un obsequio.
- **Sólo por saber (08:00 y12:30 hrs.)** Lectura de un tema o datos “curiosos” que llame la atención del auditorio.
- **Karaoke (08:30hrs.)** Invitamos al auditorio a participar y cantar sobre una pista de algún tema musical para ganarse 91.3 Dólares.
- **Grítalo (09:00hrs.)** El auditorio llama para decir “lo que sea” al aire (En su mayoría son saludos). Se toman aproximadamente de 4 a 5 llamadas de (40 segundos cada una)
- **Las frases del día (09:30hrs.)** Se hace una selección de frases y citas que motiven, alegren, o conmuevan a la gente. En algunas ocasiones se toma una llamada para que el auditorio diga una frase.
- **1 minuto de fama (10:00hrs.)** En esta sección la gente tiene la oportunidad de demostrar alguna habilidad (cantar, tocar algún instrumento, etc.) y ganarse 91.3 Dólares.

- **Mentes Geniales (10:30hrs.)** Leemos una reflexión de una figura “famosa” relacionada con temas de motivación y crecimiento personal.
- **El Contador (11:00 y 12:10hrs.)** Cuentos que tienen un fondo emotivo o una historia de éxito que motive a la gente.
- **El menú del día (11:30hrs.)** Notas “curiosas” para mostrar las locuras que suceden en el mundo.²³

Este tipo de ejemplos se pueden apreciar en diversas estaciones de radio.

A la hora de comenzar con la metodología para la realización radiofónica, en el caso particular del guión, se deben tomar en cuenta los elementos que reforzarán la emisión de un mensaje radiofónico: *música, palabra, silencio y efectos sonoros*, y que en conjunto se les denomina *lenguaje radiofónico*.

“En la radio no existe la imagen, con lo cual el mensaje debe ser sugerente, en el más estricto sentido de la palabra. Se trata de aportar las pistas suficientes para que el oyente sea capaz de crear determinadas imágenes mentales. Para ello deberemos conocer los utensilios de los que podemos servirnos para componer una escena...”²⁴

En efecto, el lenguaje radiofónico ofrece elementos que complementan un mensaje, mismos que ejercitan la imaginación y disminuyen la distracción frente a la emisión, además de provocar un impacto o reacción en el público.

“...el discurso de la radio está integrado por componentes verbales y no verbales. Es decir, por elementos lingüísticos o sonidos fonéticos objetivamente organizados (las palabras), sonidos objetivos periódicamente organizados (música), sonidos del entorno específicos de objetos y acontecimientos (efectos sonoros), y lapsos sin señal vibratoria, fragmentos

²³ <http://radiocentro.com.mx/grc/alfa.nsf/vwALL/XPAO-7ZNPCA> [consulta:25 de febrero de 2011] 00:08

²⁴ Ortiz, Miguel Ángel, Marchamalo, Jesús, *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*, Barcelona, Paidós, 1994, primera edición, pp. 76

temporales insonoros que resultan valorables en sí mismos como elementos activos de una secuencia temporal de carácter significativo (silencios)”²⁵

Es fundamental la existencia de cada uno de los elementos del lenguaje radiofónico. En conjunto permiten que el mensaje transmitido por la radio tenga un perfil y una intención específica. Enseguida se desarrolla cada concepto y se muestra la utilidad de cada uno de los elementos del lenguaje radiofónico.

Ciertamente, la comunicación se logra cuando se comparten una serie de códigos que comprenden los individuos y mismos que a su vez parten de un mismo contexto, “Existe lenguaje cuando hay un conjunto sistemático de signos que permite un cierto tipo de comunicación.”²⁶.

La *palabra* es fundamental en un discurso. En una conversación común la palabra va acompañada de alguna entonación o intencionalidad, por ejemplo, cuando una persona cuenta una anécdota cómica, lo común es que se hacen ademanes corporales o faciales recreando la historia. Las palabras y los ademanes en conjunto hacen más comprensible el mensaje al oyente ya que éste observa la recreación de la historia y comprende de inmediato lo cómico de la anécdota. Lo mismo ocurre en la radio pero con cierta complejidad.

Considerando que en la radio no se cuenta con un apoyo visual, es preciso reflexionar sobre el uso de la entonación, en el caso particular de un locutor. El objetivo es crear una imagen en la mente del público para que éste comprenda el mensaje y del uso adecuado de la palabra. “El locutor radiofónico ha de ejercitarse diariamente en el control de todos los recursos expresivos de la improvisación y trabajar, paralelamente, en la naturalidad del texto escrito.”²⁷. El locutor hace uso de recursos expresivos además de expresar una idea con naturalidad.

²⁵ Haye, Ricardo M., *Otro siglo de radio, noticias de un medio cautivante*, pp. 131

²⁶ Balsebre, Armand, *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra, signo e imagen, 1994, pp. 18

²⁷ *Ídem*, p. 39

Además del uso expresivo de la palabra también se toma en cuenta la forma en que se expondrá el mensaje, es decir, el uso correcto del lenguaje en radio.

Al emitir una palabra en un medio como la radio se toman en cuenta varios puntos que ayudarán al comunicador a expresarse. Es recomendable hacer uso de lenguajes sencillos, frases cortas y evitar el uso coloquial de las palabras. Al tratar un tema es necesario que el comunicador esté bien informado para poder tratar el tema con los oyentes.

De acuerdo con González Conde, existe una serie de reglas para el uso correcto de la palabra y las frases en la radio, de las cuales se destacan las siguientes:

Normas para una mayor eficacia en el lenguaje radiofónico

Palabras	Frases
Cortas, simples, corrientes.	Enunciativas, declarativas, narrativas.
Llanas y no vacías ni superfluas	Selección del hecho dominante.
Evitar vulgarismos, neologismos, arcaísmos, palabras malsonantes, y ornamentales.	Las frases deben llevar un orden y una lógica.
Adjetivos: pocos. Nunca estilo florido	Estilo directo.
Verbos: de acción, en voz activa, forma positiva.	Afirmativas.
Eludir cualquier clase de pronombres o alusión a un sujeto que se ha dicho anteriormente y artículos innecesarios.	Evitar ambigüedades, abstracciones, y formas circunloquiales.
	Cada frase, una idea o una imagen
	Prescindir de pantallas lingüísticas: no subordinadas, no incisos, no relativos.
	No mezclar información con opinión.
	Obviar frases hechas, clichés, muletillas,

Fuente: Comunicación radiofónica de María Julia González Conde²⁸

El uso correcto de la palabra y frases en la radio tiene que ser sencillo y es fundamental que el locutor no caiga en un lenguaje soez.

Por otra parte, el tono de la voz también tiene relevancia en el lenguaje radiofónico. Anda y Ramos hace un análisis del lenguaje radiofónico aportando la descripción de diversos timbres de voz, mismo que ofrece un perfil al o los locutores, entre los que destacan once tipos:

- Voz estentórea o de trueno. Voz fuerte aplicada a un prototipo dominante.
- Voz de campana. Voz enérgica para una persona firme,
- Voz de plata (argentina o juvenil). Voz clara y sonora aplicada en personajes como héroes.
- Voz cálida. Tono agradable, melodioso, sensual, por ejemplo una mujer melosa.
- Voz metálica. Combinación entre el tono de campana y de plata. Su prototipo es poco serio o cínico.
- Voz cascada. Tono carente de fuerza, usada para personajes de traidores o mujeres amargadas.
- Voz aguardentosa. Voz bronca y sin armonía, representa personajes como borrachos o canallas.
- Voz dulce. Voz sumisa por ejemplo personajes bondadosos.
- Voz atiplada. Voz chillona, afeminada.
- Voz de grillo. También es una voz chillona aplicada para personajes femeninos como mujeres amargadas.
- Voz blanca. Voz infantil o femenina, perfecta para representar a niños²⁹

²⁸ González Conde, María Julia, *Comunicación Radiofónica: de la radio a la universidad*, España, Editorial Universitas, 2001, pp. 47

²⁹ Anda y Ramos, Francisco de, *La radio. El despertar del gigante*, México, Trillas, 2003, p 297-299

Estas clasificaciones permiten hacer una elección más específica de locutores para determinado programa radiofónico. En cada programa radiofónico encontramos un locutor definido para cada tipo de contenido. Un ejemplo del uso del tono de voz es la estación Horizonte 107.9 en FM, en ella se encuentra un contenido que se dedica a la música jazz, acompañado de reseñas de los representantes del género musical. El tono de voz en varios de sus locutores es del tipo *cálido* ya que debido a su contexto cultural, se asocia al jazz con la sensualidad y la elegancia.

Por otro lado, si se conjunta el tono de voz y el valor expresivo de la palabra, el mensaje lleva consigo una fuerte carga de información que es pronunciada y asimilada con más facilidad.

Otro elemento que se usa en la construcción del lenguaje radiofónico es la *música*. Esta forma parte del entorno cultural de la sociedad, mientras una persona se dirige al trabajo, la escuela o al realizar cualquier tipo de actividad, en muchos casos se presenta el uso de la música.

En la radio, el uso de la música es fundamental para vestir un programa o reforzar un mensaje, o como describe Francisco de Anda:

“Con la música, el guionista puede situar al oyente en un lugar o tiempo, ambientarle la acción para mayor realismo, describirle el estado de ánimo de los personajes, intensificar su emoción en determinados pasajes, indicarle con toda claridad los cambios de escena o remate de hechos narrados.”³⁰

La música en el lenguaje radiofónico tiene una intencionalidad y un valor expresivo dentro del contenido del producto radiofónico. En unos casos la música sitúa al oyente a un contexto o ambientes, en otros momentos transmite emociones. Kaplún habla de cinco funciones del uso de la música en la radio:

³⁰ *Ídem*, p. 299

1. Función gramatical
2. Función expresiva
3. Función descriptiva
4. Función reflexiva
5. Función ambiental³¹

Por su parte, Francisco de Anda detalla nueve funciones de la música. Al analizar ambos casos, las funciones que expone Francisco de Anda son más detalladas y a su vez incluyen las cinco propuestas de Mario Kaplún. Se describen a continuación:

- Música de situación. Sirve para ubicar al público en un lugar geográfico con el uso de música folklórica. Por ejemplo, si se está situado en la ciudad de México y se quiere crear la imagen de que se viaja a España, la música flamenca nos sitúa en dicho país.
- Música ambiental. Son fondos musicales que respaldan una acción, también se le llama música funcional o descriptiva.
- Música descriptiva del estado de ánimo. Refuerza la expresión de emociones. Si el personaje recita un poema la música que se utiliza es lenta y suave.
- Música emocional. Su uso es equivalente a la música descriptiva. La música representa el estado psicológico del personaje, el radioescucha comparte la emoción que vive el personaje. Como ejemplo: un silencio dentro de una escena despierta cierto suspenso al oyente.
- Resolución musical o telón. Funciona para concluir un bloque o escena.

³¹ Kaplún, Mario, *Producción de programas de radio, el guión- la realización*, pp. 166, 470.

- Las transiciones o cortinas musicales. Son disolvencias que ligan dos escenas o bloques diferentes.
- El tema musical. Anuncia a una acción o personaje. El público lo ubica con facilidad ya que es repetitiva.
- Las ilustraciones musicales. Como el nombre lo dice, ilustra la mención de algún personaje, por ejemplo si se habla de un músico se usa un pequeño fragmento de un tema musical del mismo autor.
- La música argumental. Se narra una anécdota, su uso más común es el ballet.³²

Como se observa, la música lleva por sí sola una carga muy fuerte de emotividad y expresión, su uso en la radio es básico para mantener al público activo en su imaginación para poder recrear en su mente las escenas que escucha. La música es utilizada dependiendo del género radiofónico que se trabaje. Si el género es radio hablada, la música sólo servirá como resolución musical o telón, mientras que en un género de revista la música puede combinar varias funciones.

“Como lenguaje de imágenes sonoras, el lenguaje radiofónico ha reforzado el simbolismo del lenguaje musical. Y viceversa: a través de la música, el lenguaje radiofónico ha sabido expresar y comunicar a los oyentes el mayor caudal de imágenes auditivas posible...”³³

En el programa de “Toño Esquinca y la muchedumbre”, la música es un elemento básico dentro del contenido del programa, aunque no hay que dejar de lado los efectos sonoros, en este caso “la muchedumbre” es parte clave del programa.

³² Anda y Ramos, Francisco de, p. 299-301

³³ Balsebre, Armand, pp. 92

Los efectos sonoros decoran la ambientación del programa. Diversos autores ejemplifican el uso de efectos especiales con la clásica adaptación elaborada por Orson Wells de “La Guerra de los Mundos” de la novela de H. G. Wells. Esta adaptación está colmada de efectos –y silencios- que le dan veracidad a la narración.

Balsebre propone la siguiente definición:

“Los efectos sonoros de la radio son un conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y/o artificiales, que restituyen objetiva y subjetivamente la realidad construyendo una imagen”³⁴

De aquí se parte a las dos categorías de los efectos sonoros: grabados o manuales³⁵. La primera categoría pertenece a un banco de sonidos que están grabados previamente, son sonidos más complejos, como por ejemplo el sonido de un barco al zarpar. Hoy en día estos efectos grabados son distribuidos en venta o gratuitamente mediante internet en páginas dedicadas a efectos sonoros, en tiendas especializadas se encuentran en venta estos sonidos y los ofrecen en diversos formatos de audio.

En cuanto a los efectos manuales, son más sencillos de ejecutar, como por ejemplo, cuando se sirve un vaso de agua. Su uso puede ser durante la realización del programa. Cabe señalar que los efectos sonoros se reducen a segundos de duración. También los efectos sonoros se usan dependiendo de la intención. Hilliard menciona diversas funciones:

- Establecer la ubicación ó escenario. Si la escena se desarrolla en una playa, se emplean efectos como el sonido del mar y gaviotas.

³⁴ *Ídem*. p. 125

³⁵Hilliard, Robert L., *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*, México, International Thompson, Emerson college, 2000, pp.30

- Enfocar la atención y la emoción del público. Sirve para orientar al público, Hilliard lo ejemplifica con el sonido de una perilla de la puerta cuando un personaje se encuentra en peligro.
- Establecer el horario. Hay un ejemplo clásico que representan al día y la noche. El cantar de un gallo representa el amanecer en un campo y la noche se identifica con el sonido de los grillos.
- Establecer el estado anímico. Cuando un personaje está feliz, se puede representar con el efecto de una fiesta (chocar de vasos de vidrio y risas de fondo).
- Indicar entradas o salidas. Un ejemplo simple es cuando se escucha un coche en marcha alejarse de la escena o viceversa.
- Servir de transición. Son dos efectos entrelazados que ofrecen la sensación de pasar de un escenario a otro.
- Crear efectos fantásticos. Son los creados mediante música y efectos, ambos van de la mano.³⁶

Se recomienda no abusar del uso de los efectos sonoros en la radio ya que pueden saturar o confundir al auditorio creando una atmósfera desagradable para el oído, además de que en algunos casos vienen acompañados de música y palabras. Sólo hay que usar los efectos que sean necesarios para la recreación.

Hoy en día, además de la palabra, la música y los efectos sonoros, el silencio forma parte del lenguaje radiofónico, aunque como dice Camacho “sólo cobra eficacia comunicativa y expresiva en función del contexto sonoro anterior y

³⁶ *Idem.* p. 30-32

posterior cuando lo combinamos con otros elementos sonoros.”³⁷ Hay que identificar al silencio como ausencia de sonido.

Thomas J. Bruneau es citado por Armand Balsebre para catalogar dos clases de silencio.

1. Silencio psicolingüístico. Son los silencios rápidos y lentos. El silencio rápido es asociado con el silencio mental que se expresa con la palabra y con una duración menor a dos segundos. Se vincula con la disminución de la velocidad del ritmo verbal.
2. Silencio interactivo. Son silencios largos durante un diálogo. Se presentan opciones comunicativas como la afectividad, conocimiento u opinión.³⁸

Cuando se pretenda incluir un silencio dentro de una narración, hay que tomar en cuenta que el auditorio se confundirá si no son empleados correctamente, “...a partir de una determinada duración, el silencio actúa negativamente en el proceso comunicativo.”³⁹ Al igual que el uso de la música, el silencio se utiliza para expresar ciertas actitudes en el lenguaje como tensión, suspenso, tristeza y sorpresa.





M. Haye simplifica el uso del silencio en el lenguaje radiofónico como un “fragmento insonoro valorable por su carácter significativo.”⁴⁰ En la misma obra se destaca un cuadro en el que expone los elementos del lenguaje radiofónico y sus características y se muestra a continuación:

³⁷ Camacho Camacho, Lidia, *La imagen radiofónica*, México, McGraw-Hill Interamericana Editores, 1999, pp. 26

³⁸ Balsebre, Armand, p. 138

³⁹ *Ídem*, p. 135

⁴⁰ Haye, Ricardo M., *La radio del siglo XXI*. pp. 97

PALABRA		ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS O SONIDOS FONÉTICOS OBJETIVAMENTE ORGANIZADOS
MÚSICA		SONIDOS OBJETIVOS PERIÓDICAMENTE ORGANIZADOS
EFFECTOS SONOROS		SONIDOS DEL ENTORNO ESPECÍFICOS DE OBJETOS Y ACONTECIMIENTOS
SILENCIOS		FRAGMENTO TEMPORAL INSONORO VALORABLE POR SU CARÁCTER SIGNIFICATIVO

Fuente: Ricardo M. Hays, *La radio del Siglo XXI*⁴¹

Todos los elementos del lenguaje radiofónico, en especial la música, efectos sonoros y el silencio, llevan consigo una intensión específica. Si se abusa de alguno de estos recursos, es posible que el público se confunda al recibir el mensaje.

1.3 El guión

Todo tipo de programas transmitidos en cualquier medio de comunicación parten de un guión, mismo que sincroniza al equipo que trabajará en la elaboración del producto audiovisual,

“Se trata, por tanto, de un documento que guía y prevé el resultado final que habrá de ser emitido; conforma el esqueleto de lo que luego recibirá el oyente, plasmándose en dicho documento la idea, los conceptos y los sistemas expresivos que conformarán el relato...destinada a permitir el entendimiento y la coordinación entre los redactores y los técnicos que intervienen en la realización del mensaje.”⁴²

En el guión se incluyen las indicaciones técnicas que formarán parte de la realización, para el conductor o locutor es un escrito de apoyo para el contenido,

⁴¹ *Ídem*

⁴² Rodero Antón, Ema, Alonso González, Carmen María, Fuentes Abad, José Ángel, *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*, España, Ariel comunicación, 2004, primera edición, pp. 132

“...en él se indica quién dice qué; cuándo lo dice; el momento en que debe escucharse música fúnebre; cómo se ha de leer determinado párrafo; los segundos de duración de la lluvia deseada en una escena, y quién ejecuta cada acción.”⁴³

La naturaleza del guión, en cualquiera de sus modalidades es la reunión de todas las indicaciones, es el producto audiovisual plasmado en una hoja de papel.

De acuerdo con Miguel Ángel Ortiz, existen dos tipos de guión usados en producciones radiofónicas: el guión técnico, también conocido como guión abierto y el guión literario, o completos y cerrados y dependen del grado de concreción en los contenidos o soportes sonoros.⁴⁴

Continúa Ortiz aseverando que en el guión técnico se especifican las indicaciones técnicas mismas que serán acatadas por los técnicos a la hora de la construcción del programa radiofónico. También funge como escaleta, en la que sólo se señalan las intervenciones técnicas de un programa.⁴⁵

La escaleta es un cuadro que se elabora especificando los bloques, las inserciones con su duración y el tiempo total del programa, incluyendo de igual forma los cortes comerciales. La información que contiene la escaleta es muy generalizada, pero de igual manera que el guión, es una guía para el equipo de producción. Un formato simple se ejemplifica a continuación:

⁴³ Vitoria, Pilar, *op cit*, pp. 95

⁴⁴ Ortiz, Miguel Ángel, Marchamalo, Jesús, pp. 51.

⁴⁵ *Ídem*, p.51

PROGRAMA:
Fecha:

Emisión:
Guión y Producción:

ESCALETA

#	Sección	Tiempo X sección	Tiempo
PRIMER BLOQUE			22:00:00
01	Teaser	00:30	22:00:30
02	Entrada institucional	00:50	22:01:20
03	Bienvenida	01:30	22:02:50
04	Cápsula 1	01:00	22:03:50
05	Comentario conductores	01:05	22:04:55
06	Pieza musical	02:47	22:07:42
07	Comentario conductores	00:40	22:08:22
08	Salida a corte	00:12	22:08:34
Tiempo aproximado (colchón de 26"):		08:34	

CORTE COMERCIAL (Aproximado): 01:30

#	Sección	Tiempo X sección	Tiempo
SEGUNDO BLOQUE			22:10:30
01	Rompecorte	00:12	22:10:42
02	Cápsula 2	01:00	22:11:42
03	Comentario conductores	02:42	22:14:24
04	Pieza musical	03:45	22:18:09
05	Comentario conductores	00:45	22:18:54
06	Salida a corte	00:12	22:19:06
Tiempo aproximado (colchón de 24"):		08:36	

CORTE COMERCIAL (Aproximado): 01:30

#	Sección	Tiempo X sección	Tiempo
TERCER BLOQUE			22:21:00
01	Rompecorte	00:12	22:21:12
02	Cápsula 3	01:00	22:22:12
03	Comentario conductores	01:40	22:23:52
04	Pieza musical	01:54	22:25:46
05	Comentario conductores y despedida	03:44	22:29:31
06	Salida institucional	00:30	22:30:00
Tiempo aproximado (SIN COLCHON):		09:00	

TIEMPO EFECTIVO TOTAL (con colchones): 30:00

Asimismo, el guión literario o cerrado centra su atención en el texto y en las especificaciones de los elementos sonoros que complementarán al texto.⁴⁶ Se señala la música que se usará, los efectos sonoros y demás.

En el guión se insertan indicaciones que los expertos en la terminología radiofónica comprenden. Entre los términos más comunes encontramos los siguientes:

⁴⁶ *Idem*, p. 54

- **OP.** Abreviatura de “operador”
- **LOC.** Abreviatura de locutor
- **Fade in o fade out.** La finalidad de estos efectos se centra en amplificar o disminuir la intensidad de un sonido. El operador debe subir o bajar el volumen dependiendo de la intención.
- **PP.** Abreviatura a las palabras “primer plano”. En radio se usa para dejar únicamente una pieza musical por ejemplo.
- **ID.** En radio se utiliza éste término para especificar la identificación del programa. Comúnmente es una pequeña pieza musical acompañada de la voz de un locutor, el cual indica el nombre del programa o de la sección que inicia o concluye.
- **Crossfade.** El crossfade es usado para disolver el final de una pieza musical con el inicio de la siguiente. El operador se encarga de mezclar ambas piezas.
- **Efectos o SFX.** Esta señalización indica los efectos especiales de audio, comúnmente se especifica el efecto, por ejemplo: tic-tac de reloj⁴⁷.

Antes de escribir el guión es relevante centrar la atención a la idea que origina la creación del mismo.

“El proceso que puede culminar con la puesta en el aire de un programa se inicia por alguna inquietud, individual o grupal, relacionada con:

-El deseo de hacer radio, de vivir tal experiencia (sin definición de programa).

-La idea de un programa específico.

-Una necesidad institucional o empresarial (por ejemplo, la de difundir actividades de cierta colectividad o promocionar una actividad profesional.”⁴⁸

Cada necesidad tiene un motivo y no hay que perder de vista el impulso por el cual se realiza un programa.

⁴⁷ Figueroa Bermúdez, Romero, *¿Qué onda con la radio?*, (Interpretación propia)

⁴⁸ Yudchak, Héctor; Portugal, Mario, *Hacer radio: guía integral: cómo se hace un programa de radio, paso a paso*, primera edición, Buenos Aires: Galerna, 2008, pp 18

Ya definida la necesidad principal, se trabaja en el contenido del programa mismo que tiene que ser analizado e investigado previo a la creación del guión. Posteriormente se retoman los aspectos relevantes de dicha investigación para perfilarlos al contenido del guión.

“Conste material recopilado, es posible comenzara trazar objetivos delimitar los alcances que va a tener e trabajo de guión. Se determinará con claridad el objeto y el sujeto del programa; se tomará en cuenta el código que se utilizará para cifrar el propósito central del trabajo, el lenguaje que se empleará y el orden de las ideas que van a construir el contenido intelectual del mensaje...”⁴⁹

El guionista analiza la información para darle el perfil tomando en consideración al público meta. En adelante se puede comenzar con la redacción del guión radiofónico.

Diversos autores coinciden en un mismo formato para plasmar el guión en una hoja de papel. Se habla de una hoja dividida en dos columnas, en el lado izquierdo se especifican las indicaciones técnicas y del lado derecho se plasma el discurso del locutor. En la cabeza de la hoja se especifican datos como: el nombre del guionista, la duración del discurso en la hoja, el nombre del programa, la sección del programa en la que se está trabajando y el número de la página.

Romero Figueroa explica que el guión debe ser dividido en tres columnas, la primera tiene qué ver con la numeración de la hoja. Esta numeración va del número 1 al 28 con el fin de identificar rápidamente una línea en caso de errores o especificaciones. Esta numeración ayuda a estimar la duración de la intervención, la cual aproximadamente es de un minuto.

⁴⁹ Figueroa Bermúdez, Romero, *¿Qué onda con la radio?*, México, Pearson educación, 1997, pp. 325

A la hora de redactar el guión se toman en cuenta todos los elementos básicos del mismo, para finalmente, centrar la atención al contenido del guión.

El guionista, antes de escribir, sabe cuál es el perfil de su programa y el público al que va dirigido, factores relevantes para utilizar el lenguaje idóneo para el público correcto. La redacción del guión tiene que ser concisa y de fácil comprensión para los radioescuchas.

“El relato, en su totalidad, deberá escribirse para un auditorio presente, para un radioescucha dispuesto a emplear su imaginación. Por lo mismo, es prudente reiterar que la redacción debe centrarse en párrafos cortos, directos, objetivos y fácilmente comprensibles.”⁵¹

En este caso, el público meta son los niños. Ellos no comprenden terminologías empleadas para un estudiante de universidad, por ende, el mensaje debe contener un lenguaje digerible y acorde a su edad, por eso es que en el diseño de producción se especifica el público meta y la edad aproximada del mismo.

“Llegue al espectador de manera directa. El enfoque de la presentación es adecuado si un narrador o un personaje se dirige al niño. Sea sencillo y claro pero no condescendiente ni paternalista. No es aconsejable tener muchos diálogos...”⁵²

Diversos autores concuerdan con el hecho de que el público infantil es muy complejo. Hay que llamar su atención construyendo propuestas atractivas a su oído, es mejor ser su amigo a ser su padre. Si el guionista profundiza en el mundo de los niños, por ejemplo, si analiza las caricaturas que le gustan, si escuchan la música que les agrada u observa su comportamiento en sus juegos cotidianos,

⁵¹ Ídem, p. 337

⁵² Hilliard, Robert L., *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*, pp.339

será más fácil lograr un acercamiento a los gustos y al lenguaje de los infantes. Lo mismo sucede con otros públicos meta.

Otro elemento a la hora de realizar un guión es la elección de los locutores que participarán en el programa. También el locutor tiene un perfil específico que se vincula con el tipo de programa y público meta.

Ya definidos los perfiles de lenguaje y voz, se centra la atención a la música y efectos sonoros que se integrarán al guión. El guionista, apoyado por su equipo de producción, delimita qué piezas musicales y efectos sonoros reforzarán al guión literario en la producción radiofónica.

“...el guión es, prácticamente, el último paso previo a la emisión del programa. Con anterioridad se habrá realizado una serie de reuniones encaminadas a diseñar el programa y seleccionar los temas, invitados y secciones que conforman los contenidos...”⁵³”

Cuando el guión está concluido, se realizan una serie de revisiones para ultimar detalles del contenido y se hacen las correcciones pertinentes. Luego que concluye este control de calidad, es hora de comenzar la realización del programa en el estudio o cabina de audio.

⁵³ Ortiz, Miguel Ángel, Marchamalo, Jesús, p.55

CAPÍTULO 2: RADIO RECICLA

El reciclaje y la radio son dos conceptos que en este caso se vinculan para dar pie a la realización de un producto radiofónico. Así como en la radio se escuchan contenidos dedicados para los jóvenes, amas de casa, entre otros, esta propuesta centra la atención a los niños como público meta.

El tema a desarrollar es el reciclaje, y por consiguiente, el cuidado del medio ambiente, el cual involucra a la sociedad. Aunque no sea la intención proponer una solución definitiva a los conflictos ambientales, se difunde un mensaje por medio de la radio, un medio de comunicación de fácil acceso para la mayoría.

Asimismo, se ponen en práctica los elementos del lenguaje radiofónico y la metodología para la realización de un guión de radio, el cual da la pauta para comenzar la realización, apoyado de un equipo técnico y de talentos de locución que dan vida a Radio Recicla.

2.1 “Radio Recicla” Descripción

Radio Recicla es un programa cuya primicia es el reciclaje y el cuidado del medio ambiente. El perfil del mismo pretende ser de entretenimiento en su mayoría y educativo. El entretenimiento viene acompañado de trabalenguas, chistes, acertijos y música para que sea atractivo y ligero para los niños. Para la parte educativa se incluye la “Cápsula del día”, la cual habla del tema que se habla en la emisión, en este caso es “Separación de la basura”.

“Azul”, “Rami” y “Casquito” son los conductores del programa y cada uno tiene un perfil determinado. “Azul” es la conductora principal de “Radio Recicla”. Su personalidad es semejante a la de una madre de familia, su voz es suave y su carácter es sensitivo. El perfil de “Rami” es más activo, su voz es activa para

animar a los niños a realizar alguna actividad. Es un personaje curioso, semejante a un periodista y muy inteligente. “Rami” se hace cargo del enlace en vivo de las actividades simultáneas que se realizan fuera del estudio.

“Casquito” es un personaje cómico e inocente, semejante a un niño. Su voz es muy llamativa debido a que se le da vida a una botella de vidrio. Su participación en el programa es constante y él se encarga de presentar la mayoría de las secciones como chistes, trabalenguas y demás.

Se incluyen otros personajes secundarios como “Apestoso”, quien funge como el antagonista de “Casquito” mismo que busca evitar a toda costa que el mensaje del cuidado del medio ambiente sea difundido. Es un personaje inspirado en “Ecoloco”, villano de la extinta serie televisiva “Odisea “Burbujas”. Otro personaje que aparece es “Lola”, ella es reportera y se dedica a investigar y hacer los enlaces en vivo junto a “Rami” de las actividades que se realizan como el concurso “Imagina con Tetrapack”.

Dos personajes que se encargan de decir la información primordial del programa son “Melisa”, encargada dar las noticias del medio ambiente en “NotiRecicla”, y “Marlon” quien explica el tema del programa en la “Cápsula del día”.

Para el *ID* (identificación) del programa y de las secciones se trabaja con un grupo de niños con voces entusiastas. En los “Mensajes de voz” y “Trabalenguas” se hace una simulación de llamadas con seis voces de niños para el programa piloto.

El uso de la música y efectos sonoros son básicos en este proyecto. La música permite unos minutos de esparcimiento para los niños, evita que los niños de aburran de sólo escuchar a los personajes hablando. Las canciones que se usan como fondo y como pieza musical son elegidas gracias a una pequeña

encuesta elaborada con el fin de saber el gusto musical de niños con edades entre los 5 y 9 años.

Este programa piloto se desarrolla de la siguiente manera:

Entrada rúbrica de programa
Presentación
Acertijo del día
Tema del día
Tema musical
Capsula del día
Mensajes de voz
Corte comercial
Comentarios
Casquito y apestoso
Trabalenguas
NotiRecicla
Tema musical
Llamadas telefónicas
Salida a comerciales
Enlace al concurso “Imagina con tetrapack
Acertijo del día
Tema musical
Chistes
Comentarios del próximo concurso
Despedida
Salida ID de salida

En la primera parte del programa se hace la presentación de cada uno de los personajes. Continúan explicando el contenido del programa y se hacen los *teaser* de las secciones más importantes del programa. Se busca llamar la

atención del público infantil comenzando por el acertijo del día y se invita a los oyentes a participar enviando la respuesta al acertijo vía correo electrónico.

Más adelante, los conductores dan pie al tema del día con comentarios alusivos al mismo, luego se da la entrada al primer tema musical y se invita a los niños a solicitar sus temas preferidos vía telefónica y por correo electrónico. Ya concluido el tema musical se entra de lleno al tema principal del programa que es la “Separación de la basura” expuesto por la voz de un niño que explica el tema con un lenguaje sencillo.

Los radioescuchas participan gracias a los mensajes de voz que se incluyen después de escuchar la cápsula y la intención de dichos mensajes es conocer cómo los niños separan la basura en su casa. Luego de los comentarios sobre los mensajes se hace una dramatización en la que interviene el villano del programa “Apestoso”, quien pretende evitar que el mensaje sobre la separación de la basura sea transmitido a los oyentes. Se maneja la temática del “héroe” y el “villano” y la lucha del “bien” contra el “mal” para que los niños se identifiquen con los héroes y relacionen que el “bien” es separar la basura correctamente para evitar daños al ambiente.

Continuando con las secciones, se da entrada al trabalenguas. De igual manera, se invita a los niños a que participen llamando a la cabina para que reciten el trabalenguas, ofreciendo como incentivo regalos para los que digan correctamente el trabalenguas. Los regalos aparecen en cada una de las actividades que se realizan para animar a los niños a que escuchen y participen en los juegos del programa.

El público infantil también es informado por el corte informativo “NotiRecicla”, en el que los niños se enteran de diferentes acontecimientos en el país y el mundo sobre el medio ambiente. Esta sección es presentada por Melisa,

una niña de 8 años y se busca identificar aún más a los niños con los personajes del programa. Posteriormente entra el segundo tema musical.

Se sigue interactuando con el público por las llamadas telefónicas, en este caso se reciben las llamadas para que los niños participen en el trabalenguas y concluye el segundo bloque.

Posteriormente inicia el tercer y último bloque con el enlace en vivo del concurso “Imagina con tetrapack”. Esta actividad busca despertar la curiosidad y creatividad de los niños para construir objetos con desechos reutilizables, en este caso con restos de tetrapack. En este concurso se hace mención de premios más llamativos como dinero y viajes.

Luego del enlace en vivo, se le da respuesta al acertijo del día y se despierta la curiosidad del público debido a que los regalos son sorpresa. El tercer tema musical se hace presente y luego entra la sección de “Chistes”.

Para finalizar el programa se habla del siguiente concurso a realizarse en el próximo programa. En este se invita a participar a los niños siendo locutores por un día.

Cada sección es pensada para activar la participación de los niños en un medio de comunicación al que no están acostumbrados y al que sólo recurren para escuchar música en algunos casos. Las intervenciones de los personajes van acompañadas de música y de efectos sonoros para ejemplificar auditivamente algunas palabras.

Todas las secciones en cada bloque se hacen continuas y se identifican por las voces de los niños que presentan dichas secciones. Así, el público se entera de qué es lo que sigue en el programa.

2.2 Pre-producción, producción o realización y post-producción

La producción de un producto audiovisual, en este caso de radio, cuenta con tres etapas para su creación, éstas son la pre-producción, producción o realización y post-producción y en cada etapa hay un encargado específico para cada área que interviene en la realización y siendo el productor el responsable general.

La pre-producción es la primera etapa de la producción. En ella se crea la idea del programa, posteriormente se trabaja en la parte del diseño de producción, y se contempla la siguiente información:

Nombre del programa	Para darle un nombre a un programa se hace una serie de propuestas que vayan acorde al tema del programa.
Formato del programa	Se especifica si es en vivo o grabado, además de los días de transmisión, duración total del programa y horarios.
Frecuencia	Este punto depende de la emisora que trabaje el proyecto.
Tipo de programa	Género de programa, por ejemplo: noticiario, cultural, misceláneo, educativo, de opinión, reportaje, musical, entre otros.
Duración de emisiones	Periodicidad de las emisiones, por ejemplo: 5 emisiones a la semana.
Objetivo	Por qué y para qué hacer un programa con un tema determinado.
Público meta	Público al que va dirigido el programa.
Justificación	Se exponen las razones por las que se realiza el programa radiofónico.
Sinopsis	En la sinopsis se describe el programa a grandes rasgos.
Perfil de personajes	Ya que se tiene la idea del programa y el guión, se inicia el casting de los locutores, conductores o actores. Se especifican sus características en esta parte del diseño.
Estructura	Se hace un conteo de las secciones, cápsulas o entrevistas con las que contará el programa.
Organigrama	Se anexa un organigrama de los recursos humanos, describiendo el trabajo de cada elemento que participa en la producción.

Recursos técnicos	Se especifica en qué estudio se hará la grabación, así como el equipo técnico que se usará.
Guión	Se anexa el guión del programa.
Presupuesto general	Se calcula el presupuesto de la emisión, ya incluida la pre-producción, producción y post-producción.

Vitoria cita a Merayo Pérez: “aunque el trabajo se realice en equipo, siempre ha de haber, para que se convierta en programa, una persona que dirija la idea radiofónica.”⁵⁴, en este caso hablamos del productor, mismo que se encarga del diseño previo a la producción.

Expone Vitoria que luego de delimitar el diseño de producción, el investigador se encarga de desarrollar los temas de los que se hablarán en el programa. Al mismo tiempo el musicalizador hace propuestas de las melodías que se anexarán al programa, siempre basado en el perfil del mismo. Conforme avanza la idea del guión, el productor ya tiene contempladas las características del conductor, locutor o actor.

Con la información previamente recopilada del tema, con los segmentos contemplados, música y efectos, toca turno al guionista para juntar todos los elementos en el guión radiofónico. Cuando el guión ya está concluido y luego de varias revisiones, el productor elige a los locutores o conductores y solicita el estudio de grabación, además de designar a un director de grabación, mismo que recibe las indicaciones necesarias para comenzar el ensayo previo a la grabación⁵⁵. Luego de este punto, comienza la producción o realización formal del programa.

“La realización es el momento medular de la obra porque en ella se verá la culminación de las expectativas desde el surgimiento de la idea hasta la cima

⁵⁴ Pilar Vitoria cit.pos. Merayo Pérez

⁵⁵ Ídem, p. 112-113

del esfuerzo. Es el instante de mayor concentración en el trabajo profesional de los integrantes del equipo realizador y de la culminación de una responsabilidad que a fin de cuentas recae en el director general del proyecto.”⁵⁶

En efecto, cuando se trabaja en la grabación, los actores principales de esta segunda etapa son el productor, el locutor, el operador y el director de grabación, quienes se encargan de que la producción se realice conforme lo indica el guión.

Cabe señalar que existen dos tipos de grabación propuestas por Figueroa: grabación en frío o caliente. La grabación en frío permite capturar primero las voces de los locutores para después someter la grabación a la post-producción y anexar los elementos restantes como la música o efectos sonoros. Por otro lado, la grabación en caliente se hace con ensayos previos, para obtener en una sola toma el material grabado:

“Cuando es en caliente, a la tarea se integran todos los elementos de grabación al mismo tiempo; pero requiere de mayor cuidado pues el director debe atender, de manera simultánea, la expresión de los actores, el empleo de la música y los efectos sonoros; una trilogía que no siempre se logra con plenitud, ya que demanda una extraordinaria concentración y coordinación.”⁵⁷

Antes de elegir el tipo de grabación, el productor contempla qué es lo más conveniente en cuanto a tiempo y presupuesto previamente destinado.

La última etapa de la producción es la post-producción la cual “Permite la última oportunidad de corregir los errores que puede tener la grabación conforme al guión, una vez que ha sido grabado en su totalidad.”⁵⁸ Estas correcciones se

⁵⁶ Figueroa Romero, *¿Qué onda con la radio?*, p.339

⁵⁷ *Ídem*, p. 340

⁵⁸ *Ídem*

realizan mediante la edición o, de ser posible, se vuelve a grabar la parte que tiene el error.

También con la edición se hacen limpiezas de voz y corrección de volúmenes, además de empalmar el resto de los elementos como la música, efectos u otras intervenciones como cápsulas y entrevistas, en caso de que la grabación se haya realizado en frío.

Cuando se concluyen las correcciones, se exporta el producto final en el formato deseado para continuar con la emisión del programa en el horario y frecuencia destinada en el diseño de producción.

CAPÍTULO 3: PROPUESTA DE GUIÓN PARA PROGRAMA DE RADIO “RADIO RECICLA”

La propuesta de guión que se plasma a continuación es unitaria y se ponen en práctica elementos del lenguaje radiofónico, así como el proceso para la creación de guiones de radio, en la parte de pre-producción. Posteriormente se trabaja en la realización, ya que la propuesta viene acompañada del producto sonoro, y por último viene la post-producción, la cual permite corregir los errores que se hayan cometido durante las etapas anteriores.

El primer episodio del guión de “Radio Recicla” habla de la separación de la basura en el hogar y se retoma con temáticas sencillas las cuales procuran ser llamativas para el público infantil. En la mayor parte del contenido se trabaja con juegos mismos que permitirán la interacción directa con los radioescuchas.

Los conductores son los encargados de animar al público a participar tanto en los juegos, como en las actividades propuestas en la cápsula dedicada al tema “separación de la basura”. Uno de los objetivos principales es que los niños aprendan mientras se entretienen y escuchan la radio.

Parte sobresaliente de la pre-producción es el diseño de producción y la investigación del tema. El diseño de producción es basado de una serie de pasos que menciona Vitoria:

“El proceso de producción de un programa de radio se inicia con una idea. Esta puede ser sugerida por el jefe de producción, por el productor o por el periodista...A saber, la delimitación del tiempo de duración del programa; el público específico que escucharán los mensajes radiofónicos; los objetivos de comunicación que se pretenden al transmitirlo; los contenidos; el horario y frecuencia de transmisión; el título o nombre del programa; la estructura

formal y el formato o género del programa; si el programa tendrá o no secciones –fijas u ocasionales; cuáles y cómo serán esas secciones⁵⁹.

Ya concluidos estos pasos, se da inicio a la propuesta de gui3n.

⁵⁹ Vitoria, Pilar, *op cit*, pp. 112

3.1 Diseño de producción

Diseño de producción para programa de radio “Radio Recicla”

- ❖ Nombre del programa
Radio Recicla

- ❖ Formato de programa
En vivo y cápsulas grabadas

- ❖ Días de transmisión: Sábados
Horario: 10:00 a 10:30 am
Duración total: 30 minutos

- ❖ Medio: Radio de Frecuencia modulada. Debido al perfil del programa, la propuesta de la frecuencia sería la estación de frecuencia modulada 101.7 de Televisa Radio. Existen otras propuestas que comparten el perfil, por ejemplo 97.7, entre otras.

- ❖ Tipo de programa: Misceláneo y educativo

- ❖ Duración de emisiones: Temporadas de 5 emisiones

- ❖ Público meta: Niños entre los 5 y 9 años de edad.

- ❖ Objetivo:
Difundir la cultura del reciclaje mediante un producto de entretenimiento con matices educativos. En el primer episodio se explica cómo separar la basura en el hogar y se proyecta a que futuras emisiones toquen temas diferentes, todos enfocados al reciclaje y cuidado del medio ambiente.

❖ Justificación:

Este producto audiovisual difunde la cultura del reciclaje y la separación de la basura siendo los niños el público meta. Se retoman ambos temas debido a los problemas ambientales que existen hoy en día en México. Si el mensaje se recibe y comprende desde la temprana edad mediante juegos y diversión, puede formar parte de la educación básica de los niños.

Debido a que en los programas transmitidos por televisión hacen una propuesta visual de la personalidad de los personajes y de las situaciones en las que se desenvuelven, obstaculizan la creatividad de los niños. Por ende, se retoma la radio como principal medio de comunicación para activar la imaginación de los niños mientras se divierten y aprenden.

❖ Sinopsis:

La pre-producción del producto radiofónico “Radio Recicla” será iniciado por un diseño de producción que resumirá los elementos básicos para su realización. Dentro del diseño de producción se incluye el guión de dicho programa, el cual incluye todas las intervenciones de los locutores al igual que la parte técnica del equipo de producción. Definido el perfil de los locutores se hace una propuesta para identificar la voz de quienes participan en el programa. Posteriormente se inician las grabaciones en el estudio de audio. Ya concluidas las grabaciones damos paso a la post-producción para la mezcla de audio con la música y los efectos sonoros que vestirán al programa.

El programa inicia con la presentación de los personajes, mismos que se encargan de anunciar las secciones del programa. Concursos, chistes, un enlace en vivo y una cápsula informativa sobre la separación de la basura forman parte del programa.

El tema central es tratado con una pequeña dramatización en donde participan los personajes principales: “Casquito”, “Rami”, “Azul” y “Apestoso”. Los tres primeros luchan en contra de “Apestoso” para que deje de tirar la basura. Siempre se recuerda el mensaje clave de no tirar basura.

❖ Perfil de personajes:

Azul: Conductora principal del programa, su voz es suave

Rami: Conductora que acompaña a Azul. Su voz es juvenil y activa.

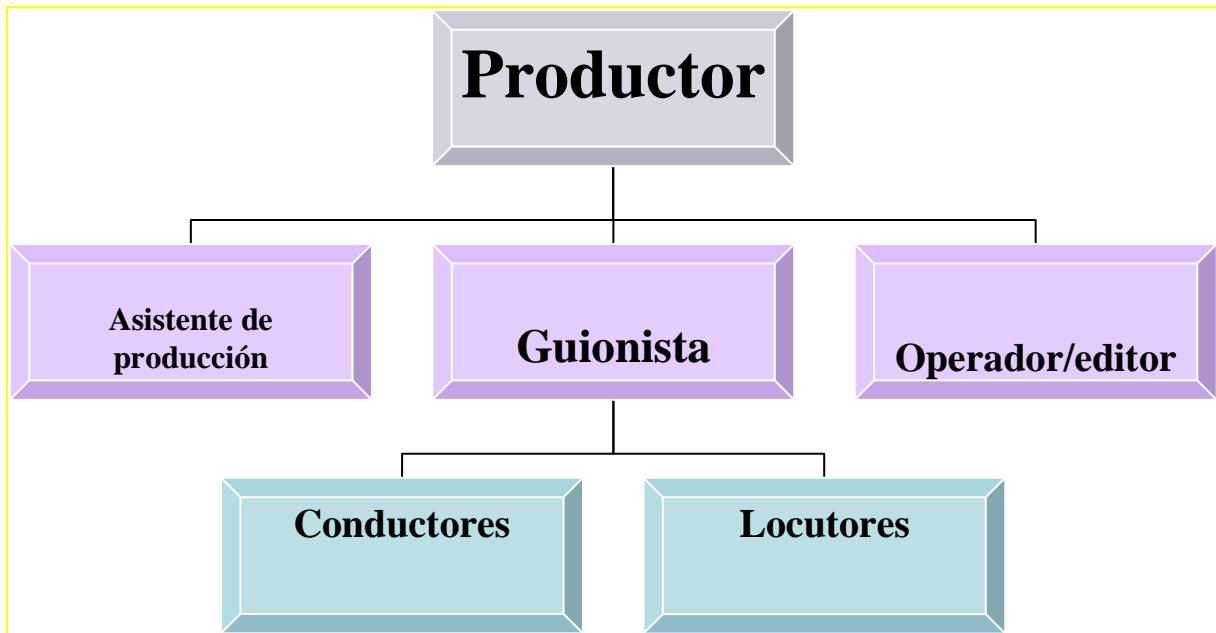
Casquito: Personaje con voz graciosa, se encarga de dar el toque cómico al programa.

❖ Estructura:

- Presentación del programa
- Acertijo del día
- Tema del día
- Tema musical
- Cápsula del día (Separación de la basura)
- Mensajes de voz (Respuesta a la pregunta ¿cómo separan la basura en sus hogares?)
- Corte comercial
- Comentarios
- Trabalenguas
- Noticiero NotiRecicla
- Tema musical
- Llamadas telefónicas (Concurso de trabalenguas)
- Corte comercial
- Enlace al concurso “Imagina con Tetrapack”
- Respuesta al Acertijo del día”
- Tema musical
- Chistes
- Comentarios del próximo concurso

- Despedida del programa
- Salida del programa

❖ Organigrama



❖ Recursos técnicos

- Cabina de audio de casa productora IVIDEM Producciones ubicada en Morena 1068-5, colonia Narvarte, delegación Benito Juárez.
- Software plataforma PC o MAC con Audacity, Pro Tools, Audition.
- 3 Micrófonos de condensador Behringer C-3, Shure o AKG
- Consola de grabación Behringer Xenix 1622, Yamaha o Digi Desing.
- Audífonos Pioneer para estudio

❖ Guión*

❖ Presupuesto general

Concepto	Costo	Cantidad	Días/horas	Subtotal
Estudio para grabación y edición	\$400	1	6	\$2'400
Operador/ editor	\$800	1	1	\$800
Asistente de producción	\$500	1	1	\$500
Conductor	\$900	3	1	\$2'700
Locutor de cápsula y otras secciones	\$500	3	1	\$1'500
Locutores para ID de programa	\$300	3	1	\$900
Guionista	\$800	1	1	\$800
Productor	\$2'000	1	1	\$2'000
Consumibles	\$200	1	1	\$200

Total: \$11'800 Costo por programa

ESCALETA

PROGRAMA: RADIO RECICLA

Emisión: 001

Fecha:

Guión y Producción: Angélica P.

ESCALETA

#	Sección	Tiempo X sección	Tiempo XEQK
---	---------	------------------	-------------

PRIMER BLOQUE			10:00:00
01	ID de entrada al programa	00:15	10:00:15
02	Bienvenida a Radio Recicla, presentación	01:20	10:01:35
03	"Acertijo del día"	01:45	10:03:20
04	Presentación del "Tema del día"	00:50	10:04:10
05	Tema musical	04:17	10:08:27
06	Comentarios del tema del día	00:40	10:09:07
07	"Cápsula del día"	01:22	10:10:39
08	"Mensajes de voz"	01:10	10:11:49
09	Salida a corte comercial	00:08	10:11:31
Tiempo aproximado (colchón de 15"):		11:31	

CORTE COMERCIAL (Aproximado):	01:30
--------------------------------------	--------------

SEGUNDO BLOQUE			10:12:01
01	Rompecorte	00:05	10:12:06
02	Comentarios de "Mensajes de voz"	00:20	10:12:26
03	"Apestoso"	02:05	10:14:31
04	"Trabalenguas"	02:02	10:16:33
05	"Notirecicla"	01:00	10:17:33
06	Presentación de tema musical	00:13	10:17:46
07	Tema musical	03:26	10:20:57
08	Información de contacto	00:20	10:21:12
09	"Trabalenguas" llamadas de concurso	01:20	10:22:42
10	Comentarios	00:08	10:22:50
11	Salida a corte comercial	00:08	10:22:58
Tiempo aproximado (colchón de 15"):		11:00	

CORTE COMERCIAL (Aproximado):	01:30
--------------------------------------	--------------

TERCER BLOQUE			10:22:30
01	Rompecorte	00:12	10:22:42
02	Enlace a "Imagina con tetrapack"	01:55	10:23:40
03	Respuesta al "Acertijo del día"	01:15	10:24:55
04	"Chistes"	00:35	10:25:31
05	Comentarios del próximo concurso	00:47	10:26:12
06	Despedida del programa	00:12	10:30:24
	ID de salida del programa	00:16	10:30:40
Tiempo aproximado (SIN COLCHÓN):		08:00	

TIEMPO EFECTIVO TOTAL (con colchones):	30:00
---	--------------

3.2 Guión

Programa: Radio Recicla	Guión: Angélica Pérez
Productor: Angélica Pérez	Locutores:1 y 2
Operador:	Duración: 15"
Bloque 1	1 de 30

1 OP. ENTRA TEMA MUSICAL "HOLA" DURANTE 5" BAJA A FONDO

2

3

4

5 LOCUTOR 1

Esto es "Radio basura"

6

7 LOCUTORA 2

No, no, no, no, es "Radio Recicla"

8

9 LOCUTOR 1

Ah,

10

11 LOCUTORES 1 Y 2

Bienvenidos a "Radio Recicla"

12

13 OP. EFECTO DE NIÑOS ALEGRES GRITANDO

14

15 OP. SUBE FONDO A PP. DURANTE 5", BAJA HASTA DESAPARECER

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutoras: Azul, Rami y Casquito
Duración: 42”

2 de 29

1 OP. ENTRA TEMA MUSICAL “EL SOLDADO TRIFALDÓN” 5” BAJA A FONDO Y MANTIENE

2

3

4

5 **AZUL**

Hola a todos nuestros queridos reciclaescuchas, les damos la bienvenida a este su programa *Radio Recicla*, yo soy *Azul*, y está conmigo mi compañera *Rami*.

6

7

8

9

10 **RAMI**

Hola *Azul*, hola a todos los que nos escuchan. ¡Les platico que el día de hoy tendremos muchas sorpresas para ustedes!

11

12

13

14 **AZUL**

Así es *Rami*, es un momento más les tendremos el acertijo del día y descubriremos cómo separar la basura en nuestras casas (ANIMADA). También tenemos la sección de *NotiRecicla*, y un enlace en vivo del concurso “Imagina con Tetrapack”

15

16

17

18

19

20 **RAMI**

Oye *Azul*, (DESCONCERTADA) ¿dónde está *Casquito*?

21

22

23 **AZUL**

No sé, debe andar por ahí, (GRITANDO)
¡*Casquito!*, ¿dónde estás?

24

25

26 **CASQUITO**

(GRITANDO) ¡Ya voy!

27

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutoras: Rami, Casquito y Azul
Duración: 44”

3 de 29

1 **RAMI** ¡*Casquito!* (ALTERADA) cuidado con el...
2
3 **OP EFECTO DE VIDRIO ROMPIENDOSE**
4
5 **RAMI** (DESILUSIONADA) ...bote de basura.
6
7 **CASQUITO** (ADOLORIDO) Estoy bien! No pasó nada ¡auch!
8
9 **AZUL** (ALTERADA) ¡Casquito! ¿estás bien?
10
11 **CASQUITO** (ADOLORIDO) Sí, sí, no pasó nada, aquí estoy.
12
13 **AZUL** (ALIVIADA) Bueno...amigos, les queremos
14 presentar a *Casquito*. Él es de la familia de los
15 envases de vidrio, como las botellas de *boing* que
16 que les dan cuando comen en restaurantes.
17
18 **CASQUITO** (ANIMADO) ¡Hola a todos!
19
20 **RAMI** Antes de tu accidente, estábamos platicando a los
21 reciclaescuchas lo que tendremos en el programa
22 de hoy, y ahora es tu turno de decirles cuál es el
23 acertijo del día.
24
25 **OP. FADE OUT A MÚSICA DE FONDO, ENTRA ID “ACERTIJO DEL DÍA” ENTRA MÚSICA**
26 **EN PP. 2”, BAJA A FONDO Y MANTIENE**
27
28 **CASQUITO** (ANIMADO) ¡Perfecto! Ya venía preparado.

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutoras: Casquito, Rami y Azul
Duración: 45”

4 de 29

1 **CONTINUA CASQUITO**

Escuchen bien y tomen nota

2

3 **OP. ENTRA EFECTO DE REDOUBLE DE TAMBOR, BAJA A FONDO Y MANTIENE**

4

5 **CASQUITO**

(VOZ PAUSADA) ¿Qué animal tiene en su nombre todas las vocales?, ¿Escucharon? ¿Qué animal tiene en su nombre todas las vocales?

6

7

8

9 **OP. EFECTO DE REDOUBLE 2”, BAJA A FONDO Y DESAPARECE, ENTRA EFECTO DE TIC-TAC DE RELOJ 4” FADE OUT.**

11

12

13

14

15

16 **RAMI**

Los cinco primeros reciclaescuchas que contesten correctamente el acertijo, (ENTUSIASTA) ¡se van a ganar un regalo!. Y si no alcanzaron a anotar o escuchar el acertijo, pueden verlo en la página de internet www.radiorecicla.com.

17

18

19

20

21

22 **AZUL**

Pídanle ayuda a sus amigos, a su familia, Busquen en un diccionario, o con ayuda de sus papás, investiguen en internet, (ENTUSIASTA) ¡hay muchas formas de encontrar la respuesta!

23

24

25

26

27 **RAMI**

¿Quieren que les demos una pista?

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla.
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Casquito, Rami y Azul
Duración: 50”

5 de 29

1 **CASQUITO**

Rami, (ANIMADO) ¡esa es una buena idea!

2

3 **RAMI**

Ahí les va...es un animal que vuela y vive en cuevas oscuras, ¡y aparecen en historias de terror!

4

5

6 **AZUL**

Envíennos sus respuestas al siguiente correo electrónico participa@radiorecicla.com, también pueden dejarnos un mensaje de voz o llamarnos al teléfono 01800 RECICLA, es decir 01800 7324252. Al final del programa les diremos los nombres de los ganadores.

7

8

9

10

11

12

13 **RAMI**

Pidan ayuda a sus papás para enviar la respuesta y estén atentos porque a los ganadores les responderemos el correo electrónico. ¡Ah!, casi lo olvido, en el mismo correo escriban su nombre.

14

15

16

17

18 **AZUL**

Casquito, ¿repites el acertijo por favor?

19

20 **OP. ENTRA EFECTO DE “REDOBLE”, BAJA A FONDO Y MANTIENE**

21

22 **CASQUITO**

¿Qué animal tiene en su nombre todas las vocales?

23

24

25 **OP. SALE EFECTO DE “REDOBLE” Y MÚSICA DE FONDO**

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul, Casquito y Rami
Duración: 50”

6 de 29

1 OP. ENTRA ID “TEMA DEL DIA”

2 OP. ENTRA TEMA MUSICAL 5”, BAJA A FONDO Y MANTIENE

3

4AZUL

Vamos a descubrir cómo separar la basura. Oye

5

Casquito, ¿cómo separas la basura en tu casa?

6

7 CASQUITO

Yo separo la basura en dos botes diferentes y en uno de ellos tiro los restos de la comida y en otros vasos, platos o bolsas de plástico, (CONFUNDIDO) pero creo que hay una forma más completa para separar la basura.

8

9

10

11

12

13 RAMI

Así es *Casquito*, pero antes de escuchar la cápsula sobre la separación de la basura, escuchemos una canción. Llámennos al 01800 RECICLA, o sea 01800 7324252 para pedirnos las canciones que más les guste.

14

15

16

17

18

19 AZUL

Escuchemos el tema llamado “*I gotta feelling*” de los *Black Eyed Peas*, no se despeguen de su radio.

20

21

22

23 OP SUBE MÚSICA DE FONDO 3”, CROSSFADE CON TEMA MUSICAL

24 “I GOTTA FEELLING” DURACIÓN 4’ 17”

25 OP. ENTRA ID DE PROGRAMA DURANTE EL TEMA MUSICAL

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutoras: Azul y Rami
Duración: 40”

7 de 29

1 OP. CROSSFADE DE “I GOTTA FELLING” CON TEMA MUSICAL, 5” BAJA A FONDO Y

2 MANTIENE

3

4 **AZUL**

Esto fue “*I gotta feelling*” de los *Black Eyed Peas*, recuerden pedirnos sus temas musicales al 01800 RECICLA, o sea 01800 7324252, también por correo electrónico a participa@radiorecicla.com

5

6

7

8

9 **RAMI**

Antes de ir al tema musical le preguntamos a *Casquito* cómo es que separa la basura en su casa ahora le toca su turno a *Azul*, ¿nos puedes decir cómo separas la basura?

10

11

12

13

14 **AZUL**

Yo separo la basura en varios botes pintados de diferentes colores, pero por qué no mejor escuchamos la cápsula que les tenemos preparada

15

16

17

18 OP. FADE OUT A MÚSICA DE FONDO

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:
Cápsula

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Marlon
Duración: 45"

8 de 29

1 OP. ENTRA ID “CÁPSULA DEL DIA” Y ENTRA MÚSICA EN PP 3” BAJA A FONDO Y

2 MANTIENE

3

4 MARLON

¿Cómo separar la basura de nuestras casas?

5

6

Con ayuda de nuestros papás, consigamos cuatro cubetas o botes grandes que ya no ocupemos.

7

8

Luego las forramos o pintamos de cuatro colores diferentes.

9

10

11 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICRIENDO “¿QUÉ COLORES NECESITAMOS?”

12

13 MARLON

Los colores que necesitamos son azul, verde, amarillo y gris.

14

15

En el bote azul tiraremos basura como papel y cartón.

16

17

18 OP. ENTRA EFECTO DE PAPEL ARRUGANDOSE Y CARTON CORTANDOSE

19

20 MARLON

En el bote verde será para vidrios como frascos, botellas o espejos rotos.

21

22

23 OP. ENTRA EFECTO DE VIDRIO ROTO

24

25 MARLON

Para los envases de plástico y metal usaremos el bote amarillo.

26

27

28 OP. EFECTO DE ENVASE DE PLÁSTICO ARRUGADO Y CHOQUE DE METALES

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Marlon
Duración: 40”

9 de 29

1 LOCUTOR (NIÑO)

2
3
4

Por último está el bote gris, en el que tiraremos los restos de comida, plantas, tapones de corcho, tierra y ceniza.

5 OP. EFECTO DE MOSCAS, TAPÓN DE CORCHO Y TIERRA

6
7
8
9
10
11

Es recomendable poner un letrero en cada bote para que no nos confundamos a la hora de tirar la basura y si tenemos duda hay que preguntarle a nuestros papás.

12 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICIENDO “OH”

13
14
15
16

¡Ah! Y si vamos a tirar un vidrio roto, pide ayuda a tus papás para que no te cortes.

17 FADE OUT A MÚSICA DE FONDO

18 OP. ENTRA ID DE SALIDA “ESTA FUE LA CÁPSULA DEL DÍA”

19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

Programa: Radio Recicla

Guión: Angélica Pérez

Productor: Angélica Pérez

Locutor: Azul

Operador:

Duración: 1' 8"

Mensajes de voz

10 de 29

1 OP. ENTRA TEMA MUSICAL 3" BAJA A FONDO Y MANTIENE

2

3 AZUL

Acabamos de escuchar la cápsula sobre la separación de la basura, y ahora es momento de saber cómo separan ustedes la basura. Escuchemos los mensajes de voz que los reciclaescuchas nos dejaron.

4

5

6

7

8

9 OP. FADE OUT A MÚSICA DE FONDO, ENTRA ID "MENSAJES DE VOZ", ENTRA MÚSICA 10 3" EN PP. BAJA A FONDO

11

12

13 MENSAJE 1

14

15 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICIENDO "OH"

16

17

18 MENSAJE 2

19

20 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICIENDO "OH"

21

22

23 MENSAJE 3

24

25 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICIENDO "OH"

26

27 OP. FADE OUT A MÚSICA DE FONDO

28 OP. ENTRA ID DE SALIDA "ESTOS FUERON LOS MENSAJES DE VOZ"

Programa: Radio Recicla

Guión: Angélica Pérez

Productor: Angélica Pérez

Locutor:

Operador:

Duración: 8"

11 de 29

1 OP. ENTRA ID DE SALIDA A COMERCIALES

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

Programa: Radio Recicla

Guión: Angélica Pérez

Productor: Angélica Pérez

Locutor: Azul, Rami, Casquito y Apestoso

Operador:

Duración: 56"

Bloque 2

12 de 29

1 OP. ENTRA ROMPECORTE

2 OP. ENTRA TEMA MUSICAL 5" BAJA A FONDO Y MANTIENE

3

4

5 AZUL

Ya estamos de regreso en *Radio Recicla*.

6

(ANIMADA) ¡Muchas gracias por sus mensajes!,

7

ahora sabemos cómo separan ustedes la basura.

8

Recuerden que es importante la ayuda de un

9

adulto para que sepan qué basura tirar en cada

10

uno de los botes, porque si no le hacemos así, lo

11

más seguro es que la revolvamos.

12

13 OP. FADE OUT A MÚSICA DE FONDO, ENTRA MÚSICA MACABRA 3", BAJA A FONDO,

14 ENTRA RISA MACABRA

15

16 RAMI

(DESCONCERTADA) ¿Qué pasa?, ¿qué es eso?

17

18 CASQUITO

(EXALTADO) ¡Cuidado!, ahí viene *Apestoso*

19

20 OP ENTRA EFECTO DE MOSCAS Y VOCES DE NIÑOS GRITANDO

21

22 APESTOSO

(RISA MACABRA Y VOZ MALVADA) ¿Qué creen

23

que están haciendo? Mi profesión es tirar basura

24

y no permitiré que le digan a sus amigos cómo

25

separarla, ¡sus casas estarán llenas de moscas!,

26

¡y apestosas!

27

28 OP. EFECTO DE TIRADERO EN LA HABITACIÓN Y SONIDO DE MOSCAS

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Casquito, Apestoso, Azul y Rami
Duración: 35"

13 de 29

1 **CASQUITO** (EXALTADO) ¡Apestoso!, deja de tirar basura
2
3 **APESTOSO** (RETADOR) Y quién me lo va a impedir ¿tú?
4 ¡acuérdate que yo te puedo romper con mis
5 poderes!
6
7 **CASQUITO** (DESCONCERTADO) ¿Poderes? ¿cuáles
8 poderes?! Sólo te dedicas a tirar basura por todos
9 lados! Además tienes nariz de cáscara de plátano.
10
11 **APESTOSO** (RISA MACABRA SE INTERRUMPE)
12
13 **OP. SALE MÚSICA DE GOLPE, QUEDA EN SILENCIO**
14
15 **APESTOSO** (DESCONCERTADO) ¿Qué? ¿nariz de cáscara de
16 plátano?
17
18 **OP. ENTRA MÚSICA MACABRA DE FONDO**
19
20 **RAMI** (RISA BURLONA) Y seguramente no tiene espejos
21 en su casa porque no se baña.
22
23 **AZUL** ¡Rápido!, traigan la escoba y una bolsa de basura!
24
25 **APESTOSO** (ALTERADO) ¡No!
26
27 **OP ENTRA EFECTO "GOLPE"**
28 **CASQUITO** ¡Empújenlo a la bolsa!

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Rami, Azul, Casquito y Apestoso
Duración: 35"

14 de 29

1 **OP. EFECTO BOLSA DE PLÁSTICO Y ESCOBAS BARRIENDO FADE OUT A TEMA**

2 **"TENEBROSO". ENTRA TEMA MUSICAL "ALEGRE"**

3

4 **RAMI**

¡Listo!, producción, ¿pueden llevarse la basura?

5

6 **OP. EFECTO DE VOZ A APESTOSO**

7

8

9 **APESTOSO**

(ALTERADO) Sáquenme de aquí (NERVIOSO)
sólo estaba bromeando

10

11

12 **CASQUITO**

No te creo nada *Apestoso*, además ¿qué ganas
con tirar basura? (ENOJADO) Ahora mismo te
llevarán al basurero.

13

14

15

16 **APESTOSO**

(ALTERADO) ¡No *Casquito!* (TEMEROSO) tú y yo
somos amigos, no dejes que me lleven (VOZ
ALEJÁNDOSE) ¡no!

17

18

19

20 **OP. FADE OUT A MÚSICA DE "ALEGRE" CROSSFADE CON TEMA MUSICAL, 3" BAJA A**

21 **FONDO Y MANTIENE**

22

23 **AZUL**

¿Por qué *Apestoso* se empeña en tirar la basura?

24

25 **OP. EFECTO DE ESCOBA BARRIENDO**

26

27 **AZUL**

¿No sabe que si tira la basura provoca daños
en el ambiente?

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul, Casquito y Rami
Duración: 50”

15 de 29

1 **CASQUITO**

2

3

4

5 **RAMI**

6

7

8

9

10 **CASQUITO**

11

12 **RAMI**

13

14

15

16 **RAMI, CASQUITO Y AZUL**

17

18 **CROSSFADE DE MÚSICA DE FONDO CON ID “TRABALENGUAS”, ENTRA**

19 **TEMA MUSICAL 3””, BAJA A FONDO Y MANTIENE**

20

21 **AZUL**

22

23 **CASQUITO**

24

25

26

27

28

Seguramente en su casa nunca le dijeron que no tiene qué tirar basura en el suelo.

Chicos, no se enojen, nosotros podemos enseñarle a separar y tirar la basura correctamente. Tal vez comprenda nuestro mensaje y cuide el medio ambiente.

(DUDOSO) ¿Y tú crees que funcione?

(ENTUCIASTA) ¡Claro!, sólo esperemos a que se le quite el enojo de que lo tiramos en el bote de basura.

(RIEN)

¿Qué creen? ¡Les tengo un trabalenguas!

Lo primero que vamos a hacer es escuchar el trabalenguas, les recomendamos que lo anoten en una hoja. Si no alcanzan a escuchar y escribir el trabalenguas, pídanle a sus papás que entren a la página www.radiorecicla.com y ahí lo verán.

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul y Casquito
Duración: 1'

16 de 29

1 **AZUL**

2

3

4

5 **CASQUITO**

6

7

8

9

10

11

12

13 **AZUL**

14

15

16

17 **AZUL**

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27 **CASQUITO**

28

Luego de que tomen nota practíquenlo porque más adelante les daremos una señal para que nos llamen y (ANIMADA) ¡nos digan el trabalenguas!

Los tres primeros reciclaescuchas que nos llamen y nos digan el trabalenguas sin equivocarse, se ganarán un kit de dibujo súper equipado. Este kit cuenta con lápices, plumas de colores, acuarelas con diferentes brochas y un cuaderno de dibujo gigante (EMOCIONADO) ¡hecho con papel reciclado!.

Escuchen bien

(VOZ PAUSADA) Si yo como como como, y tú comes como comes ¿cómo comes como como? si yo como como como. Lo repito una vez más: Si yo como como como, y tú comes como comes, ¿cómo comes como como? Si yo como como como.
Casquito, ¿ya te lo aprendiste?

(INSEGURO) creo que no, pero voy a intentarlo.
Si yo comes como como...

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul, Casquito y Rami
Duración: 35"

17 de 29

1 OP. EFECTO VOCES DE NIÑOS "ABUCHEANDO"

2

3 AZUL

¡Casquito! (DESANIMADA) ¡fallaste!

4

5 OP. EFECTO "NIÑOS ABUCHEANDO"

6

7 CASQUITO

(DESILUCIONADO) Ah, lo siento.

8

9 AZUL

Dejemos que nuestros amigos lo practiquen para que nos llamen, ¿te parece?

10

11

12 CASQUITO

Espero que ellos tengan más suerte que yo.

13

14 AZUL

El número telefónico es 01800 RECICLA, es decir 01800 7324252. En un momento más les daremos la señal, no se despeguen de su radio.

15

16

17

**18 OP. FADE OUT A TEMA MUSICAL, ENTRA ID DE "TRABALENGUAS", FADE OUT, ENTRA
19 TEMA MUSICAL 3" BAJA A FONDO Y MANTIENE**

20

21 RAMI

Escuchemos la información que nos tienen preparada nuestra reportera *Melisa*.

22

23

24

25

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:
Notirecicla

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Melisa
Duración: 55"

18 de 29

1 OP. ID “NOTIRECICLA” ENTRA TEMA MUSICAL 5” BAJA A FONDO Y MANTIENE

2

3 MELISA

Aumentó el número de mariposas Monarca que visitan a México cada año. Expertos reportaron que en 2010 el número de mariposas fue más del doble que el año 2009.

4

5

6

7

8 OP ENTRA EFECTO DE TRANSICIÓN, TEASSER

9

10 MELISA

En dos ciudades importantes de Italia las calles permanecerán cerradas para los autos debido a los altos índices de contaminación.

11

12

13

14 OP. ENTRA EFECTO DE TRANSICIÓN, TEASSER

15

16 MELISA

Países africanos se unen en contra de la caza de rinocerontes y protegen a los animales del parque “*Gran Limpompo*”

17

18

19

20 OP. ENTRA EFECTO DE TRANSICIÓN, TEASSER

21

Informó para ustedes: *Melisa*.

22

23

24

25

26

27

28 OP ID “NOTIRECICLA”

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul
Duración: 15"

19 de 29

1 OP. ENTRE TEMA MUSICAL 5", BAJA A FONDO Y MANTIENE

2

3

4

5

6

7

Es momento de escuchar un tema musical. Ahora toca el turno a *Fanny Lu* y su canción "*Tú no eres para mí*". No olviden el acertijo del día y estén atentos para la señal del trabalenguas.

8 OP. FADE OUT A TEMA MUSICAL DE FONDO

9 OP. ENTRA TEMA MUSICAL EN PP "NO ERES PARA MI" DE FANNY LU 3'26"

10 OP ENTRA ID DE PROGRAMA DURANTE LA CANCIÓN

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul y Casquito
Duración: 36”

20 de 29

1 OP. CROSSFADE DE TEMA MUSICAL DE FONDO, MANTIENE

2

3 AZUL

Este tema se llamó “*Tú no eres para mí*” de *Fanny Lu*. Hagan sus peticiones musicales vía telefónica al 01800 RECICLA o sea 01800 7324252, o por correo electrónico a participa@radiorecicla.com

4

5

6

7

**8 OP- SALE MÚSICA DE FONDO, ENTRA ID “TRABALENGUAS”, ENTRA MÚSICA DE FONDO
9 Y MANTIENE**

10

11 CASQUITO

(ALERTA) ¡Atentos, atentos! Ha llegado la hora de llamar para decirnos el trabalenguas

12

13

14 OP. EFECTO DE “RING DE TELÉFONO”

15

16 AZUL

(EMOCIONADA) ¡Ya está sonando el teléfono! vamos con la primera llamada. ¿Quién está en la línea?

17

18

19

20 OP. ENTRA LLAMADA AL AIRE

21

22

23

24

25

26

27

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutoras: Azul
Duración: 60”

21 de 29

1 LLAMADA 1

2

3 AZUL

¿Me puedes decir el trabalenguas por favor?

4

5 LLAMADA 1

6

7 AZUL

Ya eres ganador de un kit de dibujo súper equipado, no cuelgues porque vamos a pedir tus datos.

8

9

10

11 AZUL

Vamos a la segunda llamada, ¿quién habla?

12

13 LLAMADA 2

14

15 AZUL

Muchas felicidades! Dijiste correctamente el trabalenguas, no nos cuelgues. Vamos con la última llamada, ¿quién habla?

16

17

18

19 LLAMADA 3

20

21 CASQUITO

Muchas gracias a todos por participar y muchas felicidades a los tres ganadores, (ANIMADA) ahora ¡a disfrutar del kit equipado de dibujo!

22

23

24

25 OP. FADE OUT A TEMA MUSICAL DE FONDO, ENTRA ID “TRABALENGUAS”

26

27

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Azul
Duración: 15"

22 de 29

1 **AZUL**

No olviden que aún queda el acertijo del día.

2

Al final del programa daremos la respuesta.

3

4 **AZUL**

Volvemos en un momento, ¡no se vayan!

5

6 **OP. ENTRA ID DE SALIDA A COMERCIALES**

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:
Bloque 3

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Rami y Lola
Duración: 53"

23 de 29

1 OP. ENTRA ROMPECORTE

2 OP. ENTRA TEMA MUSICAL 3"BAJA A FONDO Y MANTIENE

3

4 **RAMI**

Ya estamos de regreso en *Radio Recicla* y como les prometimos, vamos a enlazarnos completamente en vivo al concurso "*Imagina con tetrapack*" con nuestra reportera *Lola*, quien se encuentra en este momento en la premiación del concurso. ¡Hola *Lola*!

5

6

7

8

9

10

11 **LOLA**

Hola *Rami*, ¿cómo están todos?

12

13 **RAMI**

Muy bien *Lola*, ¿cómo se encuentra todo por allá?

14

15 **LOLA**

Estamos en el parque de los Viveros con alrededor de 50 participantes del concurso "*Imagina con tetrapack*" que consiste en construir el objeto más creativo con restos de tetrapack.

16

17

18

19

20 **RAMI**

¿Nos puedes describir cómo está el ambiente en el parque?

21

22

23 **LOLA**

Están muy emocionados por conocer a los tres ganadores y les platico que es sorprendente la creatividad de todos los concursantes (SORPRENDIDA). Ahora mismo estoy viendo los trabajos de los 10 finalistas, hay robots, cámaras de video, mochilas, ¡hay de todo!...

24

25

26

27

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Rami y Lola
Duración: 1' 7"

24 de 29

1 **CONTINÚA LOLA**

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11 **RAMI**

12

13 **LOLA**

14

15

16

17

18

19

20 **RAMI**

21

22 **LOLA**

23

24

25 **RAMI**

26

27

28

En este momento están diciendo los nombres de los tres ganadores. El tercer lugar es Raquel Herrera quien hizo una lámpara, segundo lugar es Frida Flores y ella hizo un baúl para juguetes y el primer lugar se lo lleva Luis Rodríguez creador del "Robot Zapatero" y nos explica que el robot sirve para guardar sus zapatos. Rami, (SORPRENDIDA) ¡todos estos objetos fueron creados con tetrapack!

Lola, dínos por favor cuáles son los premios.

Para el tercer lugar \$7'000 pesos y una bicicleta ecológica, el segundo lugar se lleva \$10'000 pesos una bicicleta ecológica y un viaje todo pagado al *Africam Safari*, y el primer lugar se lleva \$15'000 pesos y un viaje a la playa para bucear con los peces, todo pagado.

Lola, ¡muchas gracias por tu información!

Gracias a todos los que nos escuchan, los espero la próxima semana.

Esta fue la premiación del concurso "*Imagina con tetrapack*", y hablando de concursos, les tenemos preparado uno que les gustará y (ANIMADA) ¡podrán ganar muchos premios!

CONTINUA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Rami, Azul, Casquito
Duración: 35”

25 de 29

1 **CONTINUA RAMI**

2
3
4
5
6

Más adelante les diremos de qué se trata. Oye
Azul, ¿tú qué sabes hacer con tetrapack?

7 **OP. CROSSFDE DE FONDO MUSICAL, ENTRA ID DE “ACERTIJO DEL DIA”**

8

9 **RAMI**

10
11
12

¡Escuchen! Ya es momento de decir la respuesta
al acertijo del día, *Casquito*, ¿podrías repetirlo por
última vez?

13 **CASQUITO**

14
15

Claro que sí *Rami*, ¿qué animal tiene en su nombre
todas las vocales?

16 **RAMI**

17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

Ya tenemos las 5 respuestas correctas al acertijo,
estén muy atentos porque a los ganadores les
responderemos un correo electrónico, además les
diremos cuáles son los premios sorpresa. Mientras
tanto *Casquito* nos dirá la respuesta correcta.

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Casquito Azul y Rami
Duración: 1' 3"

26 de 29

1 OP. ENTRA EFECTO DE REDOBLE 3" BAJA A FONDO Y MANTIENE

2

3 CASQUITO

¿Qué animal tiene en su nombre todas las vocales?

4

5

6 OP. SUBE EFECTO DE REDOBLE 3" Y DESAPARECE

7

8 CASQUITO

(ANIMADO) Y la respuesta es: EL MURCIELAGO

9

Recordemos cuáles son las vocales: A – E – I – O

10

U, la palabra MURCIÉLAGO tiene las vocales pero

11

en diferente orden: U – I – E – A - O

12

13 OP. FADE OUT A TEMA MUSICAL Y ENTRA ID DE "ACERTIJO DEL DÍA"

14 OP. ENTRA TEMA MUSICAL DE FONDO Y MANTIENE

15

16 RAMI

Muchas gracias *Casquito*. Cada semana les tendremos un acertijo diferente y si lo responden correctamente, (ANIMADA) ¡se llevarán muchos regalos sorpresa!

17

18

19

20

21 OP. FADE OUT A MÚSICA DE FONDO, ENTRA ID DE "CHISTE", ENTRA MÚSICA DE

22 FONDO Y MANTIENE

23

24 AZUL

(ANIMADA) ¡Excelente! ¿les gustan los chistes?

25

26 CASQUITO

Ya verán que no van a parar de reír. Iba un oso caminando por el bosque, de repente se tropieza y se cae, ¿Les dio risa?

27

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productora: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Casquito, Azul y Rami
Duración: 47"

27 de 29

1 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICHIENDO "NO"

2

3 CASQUITO

¡Pues a él tampoco porque le dolió!

4

5 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS "ABUCHEANDO"

6

7 CASQUITO

¿Qué le dijo un marciano a otro marciano?

8

9 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS DICHIENDO "NO SABEMOS"

10

11 CASQUITO

Le dijo "biririp"

12

13 AZUL

(IRÓNICA) Bueno, luego de escuchar estos chistes tan malos, ha llegado la hora de contarles del próximo concurso.

14

15

16

17 RAMI

Así es *Azul*, la próxima semana uno de ustedes podrá ser (ANIMADA) ¡locutor por un día!. Ustedes pueden elegir en qué sección del programa quieren aparecer, por ejemplo: en la sección de *Notirecicla* o en la sección de chistes.

18

19

20

21

22

23 AZUL

Otra vez pídanle ayuda a sus papás para que nos envíen un correo electrónico a la dirección participa@radiorecicla.com. Recuerden que recicla se escribe con "C" de casa.

24

25

26

27

28

CONTINÚA

Programa: Radio Recicla
Productor: Angélica Pérez
Operador:

Guión: Angélica Pérez
Locutor: Rami, Casquito y Azul
Duración: 30"

28 de 29

1 **RAMI**

2

3

4

5 **AZUL**

6

7

8

9

10

11

12 **AZUL, RAMI Y CASQUITO**

13

14 **OP. FADE OUT A TEMA MUSICAL DE FONDO**

15 **OP. ENTRA ID DE SALIDA DE PROGRAMA**

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

En ese correo escriban un tema que les guste sobre el cuidado del medio ambiente, por ejemplo: el cuidado de los árboles o de los animales.

Antes de que escriban el correo, aprovechen para entrar a la página www.radiorecicla.com en donde vienen las bases para participar en éste concurso.

Esto fue todo por hoy. La siguiente semana los esperamos a la misma hora, aquí en Radio Recicla

¡Adiós a todos!

Programa: Radio Recicla

Guión: Angélica Pérez

Productor: Angélica Pérez

Locutor:

Operador:

Duración: 15”

29 de 29

1 OP. ENTRA TEMA MUSICAL “HOLA” DURANTE 5”, BAJA A FONDO

2

3

4

5 LOCUTOR 1

Esto fue “*Radio basura*”

6

7 LOCUTORA2

Que no, es “*Radio Recicla*”

8

9 LOCUTOR 1

Ah

10

11 LOCUTORES 2

“*Radio Recicla*”

12

13 OP. ENTRAN VOCES DE NIÑOS “ALEGRES” 3”, FADE OUT A MÚSICA

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

FIN

CONCLUSIONES

La radio, así como otros medios, desde su aparición cumplen una función comunicativa. Al analizar los contenidos de diferentes programas se observa que siempre han existido géneros musicales, informativos o de entretenimiento, por mencionar algunos, siempre con el objetivo de llegar a un público determinado.

Contenidos como consejos para la mujer, salud o familia van dirigidos a las amas de casa o mujeres a partir de cierta edad; los programas de deportes se enfocan a los amantes de esta actividad, en su mayoría del género masculino; los musicales suelen ser genéricos, aunque su público meta a simple vista sean adolescentes y jóvenes debido a la frescura de los temas musicales.

Existe un sector que es muy grande México: los niños. La propuesta de guión presentada en ésta investigación plantea un programa dedicado a dicho sector. Los niños tienen la libertad de buscar sus pasatiempos favoritos, en algunos casos son propuestos por sus padres o familiares, aunque en ciertas ocasiones no sea de una manera intencional.

El medio de comunicación con mayor audiencia infantil es la televisión. Caricaturas en su mayoría captan la atención de los niños bloqueando una parte de su creatividad para imaginar situaciones o personajes, aunque para los padres resulta ser una manera efectiva de mantenerlos atentos por ciertos lapsos de tiempo. Por otra parte, se han creado contenidos educativos muy llamativos, mismos que han tenido buenos resultados en materia de entretenimiento y educación. La radio ha sido desplazada por la televisión debido a que en sus programaciones no se incluyen programas infantiles.

Existe la radio por internet en donde se encuentran programas educativos para niños, aunque haciendo un análisis de contenido, no tienen la suficiente fuerza para llamar la atención.

“Radio recicla” es un proyecto cuyo objetivo es captar la atención de los infantes. Se utiliza un recurso muy recurrido como lo es el entretenimiento y con ciertos matices del género educativo. Aquí es donde entra la participación de los temas centrales del programa: el reciclaje y la separación de la basura, siendo éste último un ejemplo sencillo de lo que pueden aprender los niños mientras se divierten y juegan al mismo tiempo que escuchan el programa.

En la introducción de ésta investigación se señala que la elección de éstos temas se enfocan a difundir el mensaje del reciclar, y como tema del primer episodio: la separación de la basura en el hogar. Si los niños reciben éste mensaje en sus ratos de esparcimiento, es posible que lo asimilen con más facilidad que si se les enseña de una manera muy retórica y rígida como en un aula de escuela. Asimismo, ellos crecerían con la cultura del reciclaje como parte de su vida y educación.

Otro elemento que refuerza la intención del programa es la música. Actualmente los niños son atraídos por melodías de moda, misma que va formando parte de su personalidad. Por último está el dinamismo del programa. Los infantes están acostumbrados a centrar su atención a programas de televisión en donde los personajes tienen un perfil muy llamativo, ya sea por la voz o por las situaciones en las que se desenvuelven. Es posible que sea acertado llevar esas características a un programa de radio.

Hoy en día la difusión de programas radiofónicos con contenidos infantiles es escasa, por ende, los niños se identifican más con programaciones televisivas. Si se retoma el uso de la radio como medio de entretenimiento para los niños, tal vez cueste trabajo, pero podría formar parte de la rutina de los niños, y la radio como medio de comunicación abarcaría más público.

Es cierto que la sociedad actualmente cuenta con otros medios de comunicación que pueden ser aprovechados para difundir o recibir muchos

mensajes. El formato conocido como *podcast* es una alternativa para quienes no tienen lugar en los medios de comunicación tradicionales. Cabe señalar que no solo los productores audiovisuales tienen esta oportunidad de crear programas y difundirlos por *internet*, la sociedad entera cuenta con las mismas herramientas.

Me parece acertado que la sociedad aproveche todos los recursos que estén a su alcance para la emisión o recepción de un mensaje, es lo que nos ofrece la tecnología y nos conviene aceptarlo.

La realización del producto radiofónico es un trabajo que requiere de mucha atención, sobre todo la parte de logística, realizada por el productor. Este último supervisa cada parte que componen las tres etapas de producción y organiza a cada miembro del equipo.

Ciertamente, la labor del productor es guiar la idea original hasta el fin. Esta labor gira en torno de la creación de una imagen mental del producto final que contempla la musicalización, los estilos de voz que se usarán o los efectos sonoros, por mencionar algunos. Dicha imagen se transmite al resto del equipo, comenzando por el investigador hasta el editor.

El trabajo del guionista también es concienzudo. Desde los diálogos hasta las indicaciones más meticulosas de los elementos del lenguaje radiofónico tienen que ser plasmados en papel. El guión es el elemento clave de la realización radiofónica ya que el personal que se encarga de la grabación del programa basa su trabajo en él.

El trabajo en equipo es un estandarte en la realización de una producción radiofónica o de otro tipo.

Combinados el tema del guión y el producto radiofónico, con todo lo que conlleva, se llega a una propuesta para un público que ha sido olvidado en el

medio radiofónico. Si los niños no escuchan radio quizá es porque los adultos no comparten esa actividad con ellos, tal vez porque no es algo importante dentro de su vida cotidiana, o simplemente les resulta aburrido, pero ¿qué pasa cuando se incluye una carga de información la cual los niños pueden asimilar para su beneficio?

Si se diseñaran más programas con las mismas características de esta propuesta y no solamente con esta temática, habría más opciones para que los niños comiencen a familiarizarse con la radio ya que es un público que abarca gran parte del territorio de nuestro país. El tema puede ser cualquiera, sólo hace falta que alguien tenga iniciativa.

Este proyecto cumple los objetivos señalados, pues se pone en práctica la producción radiofónica, tanto con el guión como con la realización de dicho producto además de ofrecer una descripción del mismo. El resto de la investigación refuerza el contenido de la propuesta ofreciendo un sustento a la propuesta de guión para programa de radio.

Fuentes de consulta

Anda y Ramos, Francisco de, *La radio. El despertar del gigante*, México, Trillas, 2003, pp. 542

Antiga, Nedelia; Tenorio Guillermo, *Guía para elaborar proyectos de investigación*, México, Trillas, 2008, 112 pp.

Antiga , Tenorio, *Metodologías de la Ciencia*, Trillas, 2011, pp182

Adler, Ronald B.; Marquardt, Elmhorst, Jeanne, *Comunicación organizacional, principios y prácticas para negocios*, México, McGraw-Hill, Interamericana de México, 2005, octava edición, pp. 544

Arnheim, Rudolf. *Estética radiofónica*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili S.A, 1980, pp. 160

Balsebre, Armand, *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra, signo e imagen, 1994, pp. 256

Bertolini, Gerard *El reciclaje a tu alcance*, España, Ediciones Oniro, 2008, primera edición, 72 pp.

Camacho Camacho, Lidia, *La imagen radiofónica*, México, McGraw-Hill Interamericana Editores, 1999, pp. 126

Colomer Mendoza, Francisco José; Antonio Gallardo Izquierdo, *Tratamiento y gestión de residuos sólidos*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, UPV, 2007, pp. 320

Escandell Vidal, Ma. Victoria, *La comunicación*, Gredos, S.A.,Madrid, 2005, pp. 128

Fernández , José Luis, *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Colección del círculo, 1999, pp. 111

Fernández de la Torre, Gastón, “*Dome su lenguaje. Cómo hablar correctamente en público*” Grupo editorial Norma referencia, Editorial Playor, 1997, pp. 174

Figuroa Bermúdez, Romero, *¿Qué onda con la radio?*, México, Pearson educación, 1997, pp. 535

Barbier, Frédéric; Bertho Lavenir, Catherine, *Historia de los medios*, Argentina, editorial Colihue, pp. 410

González Conde, María Julia, *Comunicación Radiofónica: de la radio a la universidad*, España, Editorial Universitas, primera edición, 2001, pp. 336

Haye, Ricardo, *El arte radiofónico, algunas pistas sobre la constitución de su expresividad*, La crujía ediciones, Argentina, 2004, pp.380.

Haye, Ricardo, *Hacia una nueva radio*, Argentina, Paidós, Estudios de comunicación, 1995, primera edición, pp. 222

Haye, Ricardo M., *La radio del siglo XXI, nuevas técnicas*, Argentina, La Crujía, Serie Comunicación y cultura, 2000, pp. 167

Haye, Ricardo M., *Otro siglo de radio, noticias de un medio cautivante*, Argentina, La crujía ediciones, 2003, pp. 240

Hilliard, Robert L., *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*, México, International Thompson, Emerson college, 2000, pp.466

Hernández Sampieri, Roberto, *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México, 1991, 350 pp.

Kaplún, Mario, *Producción de programas de radio, el guión- la realización*, Ecuador, editorial Cromocolor, segunda edición, 1994, pp. 470.

Montaner, Pedro; Moyano, Rafael, *¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la temática*, México, Addison Wesley Longman, 1998, p. 156

Montoya Vilar, Norminanda, *La comunicación audiovisual en la educación*, Colección Laberinto Comunicación, España, 2005, 206 pp.

Ortiz, Miguel Ángel, Marchamalo, Jesús, *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*, Barcelona, Paidós, 1994, primera edición, pp. 156

Precioso, José *Reciclaje: Qué me dices de*, España, Nova Galicia Ediciones S.L., 2008, 53 pp.

Prieto Ballenato, Guillermo *Comunicación Eficaz, teoría y práctica de la comunicación humana*, Madrid, Pirámide, Colección Libro Práctico, 2006, pp. 138

Rodero Antón, Ema, Alonso González, Carmen María, Fuentes Abad, José Ángel, *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*, España, Ariel comunicación, 2004, primera edición, pp. 351

Vitoria, Pilar, *Producción radiofónica. Técnicas básicas*, Trillas, México, 1998, pp. 124

Stephanie Turnbull, *La basura y el reciclaje*, USA, Usborne Publishing, 2007, primera edición, 32 pp.

Yudchak, Héctor; Portugal, Mario, *Hacer radio: guía integral: cómo se hace un programa de radio, paso a paso*, primera edición, Buenos Aires: Galerna, 2008, 300 pp.

Tesis

Alpizar Rojas, María Magdalena, *Propuesta de guión original unitario para el programa televisivo "Vecinos"*. Tesis Licenciatura (Licenciado en Ciencias de la comunicación)-

UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2010

Vega Martell, Virginia Estefanía, *Propuesta de guión para reportaje audiovisual Centenario de la Revolución Mexicana*. Tesis Licenciatura (Licenciado en Ciencias de la comunicación)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México 2010

Internet

Fabricio Torres, Raúl, *El guión radiofónico*, [en línea] Documento de trabajo, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara, 2006, Dirección URL: http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/1339/1/El_guion_radiofonico_R_F.pdf, [consulta: 26 de enero de 2011] 10:12 pm

María Anta Martínez, *Suelos y residuos* [en línea], sin lugar de edición, 2006, Dirección URL: <http://www.ambientum.com/revistanueva/2006-10/culturareciclaje.htm> [consulta: 25 de enero de 2011], 10:30 pm.

Secretaría de educación pública en el Distrito Federal, *"La familia y la escuela"* [en línea], sin lugar de edición, 2007, Dirección URL: http://www2.sepdf.gob.mx/para_padres/familia_escuela/medio_ambiente.jsp [consulta: 25 de enero de 2011], 10:54 pm.

Reséndiz, Rafael “*El oficio del comunicólogo*” s/editor, s/lugar de edición, s/año,
[en línea], Dirección URL:

<http://hyperlab.politicas.unam.mx/oficiodecomunicologo/l.introduccion.pdf>

[consulta: 25 de enero de 2011] 11:40 pm

s/autor, s/editor, s/lugar de edición, [en línea], Dirección URL:

<http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/accesibilidad.php?c=&inc=radio&blk=4&pag=7>, [consulta: 26 de enero de 2011] 11:15 pm

<http://radiocentro.com.mx/grc/alfa.nsf/vwALL/XPAO-7ZNPCA> [consulta:25 de febrero de 2011] 00:08