



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**



**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

# **LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA**

**INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

**P R E S E N T A:**

**Juan Carlos Reyes Torres**

**Asesora: Lic. Feliciano Angélica López Matías**

Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, 2019



Universidad Nacional  
Autónoma de México



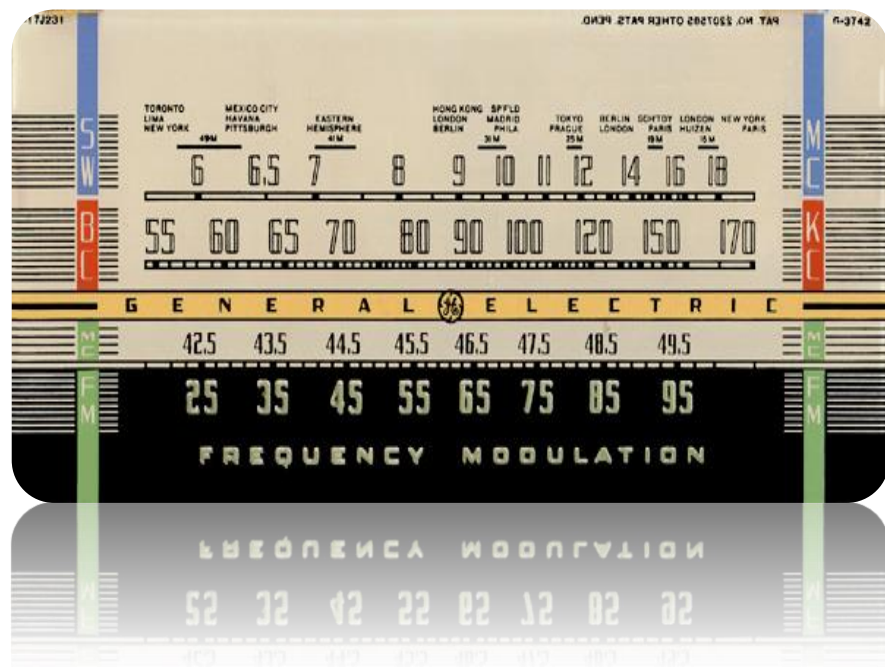
**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

# LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA



**P R E S E N T A:**

**Juan Carlos Reyes Torres**

**Asesora: Lic. Feliciano Angélica  
López Matías**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	5
<b>CAPÍTULO I. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	9
1.1 ANTES DEL MINUTO CERO, LOS PRIMEROS PASOS PARA PROGRAMAR	10
1.2 EL AVANCE DE LA TECNOLOGÍA MODIFICA EL USO DE LA RADIO	12
<b>CAPÍTULO II. ¿QUÉ ES LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA?</b>	16
2.1 CAMBIOS EN LA PROGRAMACIÓN, DESPUÉS DEL MINUTO CERO	17
2.2 ¿QUÉ IMPLICA PROGRAMAR?	20
<b>CAPÍTULO III. FORMATOS Y PERFILES PROGRAMÁTICOS</b>	23
3.1 FORMATOS RADIOFÓNICOS	24
3.2 PERFIL DE AUDIENCIA	25
<b>CAPÍTULO IV. ELEMENTOS DE PROGRAMACIÓN</b>	30
4.1 LA ARTICULACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN	31
4.2 FORMAS DE ORGANIZAR Y PLANEAR LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA	31
<b>CAPÍTULO V. LA PROGRAMACIÓN MUSICAL</b>	37
5.1 ¿Y CÓMO SE HACE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL?	38
5.2 BREVE HISTORIA DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL	39
<b>CAPÍTULO VI. ELEMENTOS DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL</b>	44
6.1 LAS CATEGORÍAS O CATALOGACIÓN MUSICAL	45
6.2 LOS RELOJES DE PROGRAMACIÓN	53
6.3 RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DE RELOJES DE PROGRAMACIÓN	65
<b>CAPÍTULO VII. CONSIDERACIONES PARA LA SELECCIÓN LA MUSICAL</b>	68
7.1 LAS MANERAS EN QUE ESCUCHAMOS LA MÚSICA	70
7.2 ELEMENTOS DE LA MÚSICA	71
7.3 LA FICHA DE PROGRAMACIÓN	72
7.4 SOFTWARE DE PROGRAMACIÓN	75

<b>CAPÍTULO VIII. ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN</b>	79
8.1 LA IDENTIFICACIÓN	80
8.2 EL SLOGAN	81
8.3 ROMPECORTES	83
8.4 PROMOCIONAL O AUTOPROMOS	83
8.5 ENTRADAS	83
8.6 SALIDAS	84
8.7 FRÍOS	84
8.8 REPETICIÓN	84
<b>CAPÍTULO IX. LA FINALIDAD DE LA PROGRAMACIÓN</b>	85
9.1 EL PROPÓSITO DE PROGRAMAR	86
<b>CONCLUSIONES</b>	87
<b>GLOSARIO</b>	89
<b>PRINCIPALES GÉNEROS MUSICALES</b>	99
<b>FUENTES DE CONSULTA</b>	100

---

# INTRODUCCIÓN



**La Programación Radiofónica**

Siendo un adolescente, por las noches, mientras daba vuelta al dial, imaginé llegar a una estación de radio y hacer sonar para la audiencia, la música que me gustaba. Jazz FM, a cargo de Roberto Morales, generó en mí una semilla y el deseo de poner jazz desde una estación de radio; a la par sumó estímulos el programa que se transmitió por Rock 101, Jazz en la noche con Juan López Moctezuma. Resulta una gran coincidencia con una canción de Donald Fagen titulada *The Nightfly*, que narra la historia de un locutor que comparte jazz y recibe llamadas por las madrugadas para acompañar a los escuchas; para mí, un sueño que años después se hizo realidad.

Cuando llegué al Instituto Mexicano de la Radio, IMER, un lunes 17 de julio del 2000, inicié uno de los retos profesionales más grandes de mi carrera, que estaba totalmente vinculado con el deseo de estudiar la licenciatura en Comunicación y Periodismo y dejar de lado la carrera de Contaduría. Fue la frecuencia de Horizonte 107.9 FM, anteriormente conocida como Horizonte 108, el punto de inicio para poder hacer radio e iniciar un largo y fructífero aprendizaje sobre la programación radiofónica que llegó a su punto más alto en el año 2004. En pleno inicio del tercer milenio, desconocía la existencia de metodologías para programar, fue en el IMER donde tuve oportunidad de acercarme a una serie de conceptos como: secuencias verticales, horizontales y cíclicas; impactos por hora, partes del día, categorías, reglas, relojes programáticos, *software* de programación musical, entre muchos otros.

Para comprender mejor de qué hablamos, hagamos una breve historia de la programación.

Desde hace varias décadas, la radio dejó de ser aquel medio de comunicación que congregaba a la familia alrededor de la sala, donde se escuchaban radionovelas, o se esperaba información sobre las guerras, el partido de fútbol o de béisbol. Existen muchos otros medios que le quitaron esa posición, sobre todo los que tienen como base la imagen.

Al principio la radio buscaba informar los acontecimientos locales a otras comunidades. Mensajes del estado del tiempo, cambios del clima, noticias de familiares, amigos, invitaciones a eventos, reseñas de estos, etcétera. Era una época en la que cualquiera que fuera lector de una revista de ciencia recreativa y aplicada, compraba las partes y componentes descritas y, siguiendo las instrucciones al pie de la letra, armaba su estación de radio particular. Tal vez solo se oía a unas cuantas cuerdas a la redonda, pero transmitía música, se contaban chistes o anécdotas o servía de medio de comunicación entre amigos y parientes.

Era muy cansado mantener el micrófono abierto, por lo que se invitaba a amigos o conocidos a hacer lo mismo. Se repartieron los horarios y cada uno llegaba a poner o decir al aire lo que deseaba. Así aparecía uno que era amante de la literatura, otro del teatro, de la música folclórica, del blues, uno de las polkas, de la música clásica, del jazz, del country. La conclusión fue una programación totalmente ecléctica o esquizofrénica, dependiendo del punto de vista de quien escuchaba, pues nunca sabía qué iba a escuchar al prender la radio. A esa falta de formato, que años después sería bautizado como “multiperfil”, era al que se apegaban las primeras emisiones radiofónicas.

La solución fue definir formatos. Toda frecuencia se dedicaría a un tipo de contenido, música o ambas dentro de la misma estación, estaría programada por partes del día (esto es, cierto tipo de programación para cierto horario o día de la semana) y lograr con ello ser una opción real y competitiva.

La radio es el conjunto de todo lo que suena al aire: los programas, la música, los locutores, las identificaciones, los promocionales, la manera en que está operada la estación, el ritmo que tiene, los anuncios, el corte de emisora, etcétera. Lo que contribuye a la actitud y personalidad que transmite, y con la que finalmente se identificará el público que la escuche.

Más tarde, la radio adquirió un papel estratégico en cuestiones militares, de seguridad nacional, de noticias e información sobre la guerra. Y poco a poco buscó comunicar. Se fueron creando programas: radionovelas, historias de ficción, narraciones de cuentos, sketches cómicos, géneros de suspenso, de terror, de misterio, noticieros, mesas de debate, de análisis político, de opinión. En estos primeros años, las transmisiones incluían noticias, música de la época, concursos, shows y los llamados radioteatros: una maravilla del arte. Espacios en los que les daban la oportunidad a cantantes nuevos para demostrar su talento y cumplir su sueño de llegar a ser profesionales. Pero nunca había existido la programación radiofónica tal como se le conoce hoy en día.

En marzo de 2001 fui designado programador musical de Horizonte 107.9 FM, una de las veintiuna frecuencias que actualmente posee el Instituto Mexicano de la Radio. La tarea no era sencilla, el objetivo a mediano plazo era consolidar una identidad musical y diseñar una propuesta novedosa. Hasta ese entonces desconocía alguna técnica específica para la elaboración de la programación musical del día a día, al mismo tiempo carecíamos de una fonoteca amplia, tan solo cien discos existentes para respaldar la tarea. El primer acercamiento a la labor del programador fue con varias cajas llenas de fichas de colores tipo bibliográfico que poseían datos como: título del tema o canción, intérprete, género musical,



clave del disco, nombre del álbum, el track o número de pista y la duración del tema.

Pensaba, como mucha gente, que programar es algo muy simple, de sentido común y sin mayor chiste. Hacer la programación parecía una tarea fácil. El proceso en Horizonte 107.9 FM era sencillo, se veía en la guía general el horario que se deseaba programar y el tipo de música que tocaba a ese espacio, tomaba la caja de fichas musicales que correspondían, las seleccionaba de manera aleatoria y posteriormente buscaba darles un orden o secuencia para ser tocadas.

Tiempo después descubrí que eso no era programar, solamente estaba haciendo una selección de temas sin un objetivo establecido, tal vez había elegido una serie de títulos que pudieran sonar interesantes para los escuchas, pero estos no se habían transmitido en el horario más adecuado y esa era una de las razones por las que nuestra propuesta musical no tenía tanto impacto en los radioescuchas o la diversidad musical que la emisora transmitía no lograba atrapar a un público en la frecuencia. Entonces empecé a preguntarme: ¿cuáles son las variables que debería tomar en cuenta para elaborar la programación? ¿Existían metodologías para el diseño de una programación? También consideré revisar aspectos relevantes sobre el uso de la radio. Resolver estas dudas y otras consideraciones tomó su tiempo.

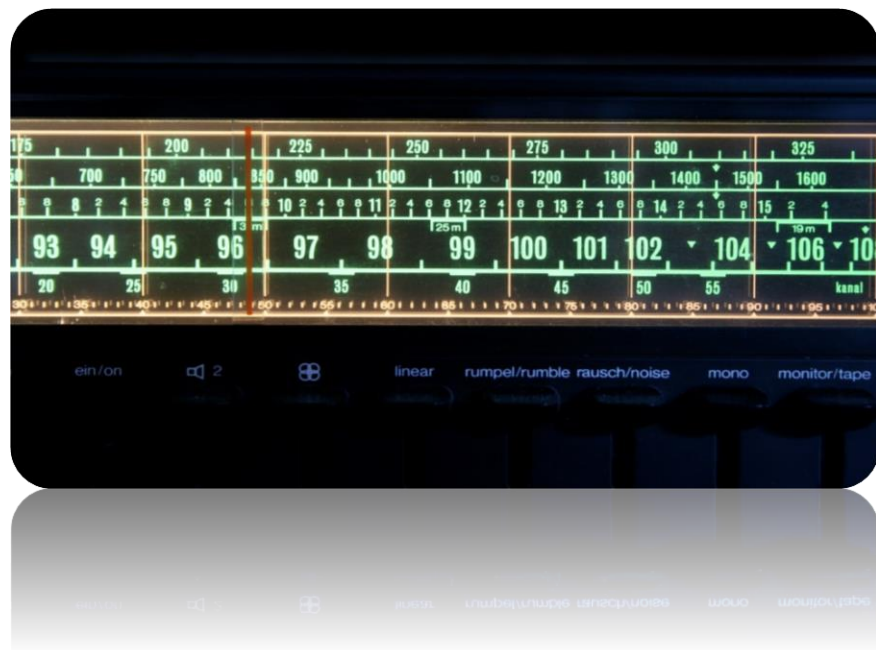
Este informe habla de mi experiencia con diversos factores que se deben considerar para elaborar una programación radiofónica, las características e importancia del medio, el impacto de los avances tecnológicos en el uso de la radio, las técnicas y metodologías para organizar programas de contenidos, los aspectos relevantes para la elaboración de la programación y selección musical.

Por último, una de las finalidades de este trabajo es documentar y dejar un referente literario sobre la programación radiofónica y la función del programador, temas que carecen de registros o, en el mejor de los casos, son de tipo histórico. También busca hacer un acercamiento a la programación musical, una actividad que indiscutiblemente, después de tanto investigar y escuchar, te lleva a descubrir un mundo de diversos géneros y estilos musicales, y a la larga te vuelve conocedor o especialista en la materia. Ahora comparto con ustedes este trabajo.

---

# CAPÍTULO I

## LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN



La Programación Radiofónica

Definir una estrategia de la programación para Horizonte 107.9 FM, en el año 2000, me llevó a hacer una revisión de cómo se había usado la radio en las últimas décadas y profundizar en sus ventajas y desventajas. Descubrí que quien desee ser un buen programador de radio debe conocer las cualidades de su medio y con base en ello diseñar las tácticas de programación que le permitan acercarse a su público. La cantidad de emisoras pertenecientes al Instituto Mexicano de la Radio me permitió conocer la diversidad del público que atiende su programación todos los días, pero también representó un reto, porque esa misma diversidad tiene distintos hábitos de escucha, esa es la razón por la que debemos explotar al máximo las cualidades de nuestro medio y son aspectos considerados para diseño de la programación de cada una de las veintiún emisoras del IMER.

## **1.1 Antes del minuto cero, los primeros pasos para programar**

Aunque la radio posee ventajas respecto a otros medios, también tiene algunas limitaciones:

- Ventajas de la radio:
  - Masividad: la radio permite acceder a un gran número de personas, a una audiencia potencial.
  - Largo alcance: con bajos costos, respecto de otros medios, puede llegar a una gran extensión en kilómetros.
  - Inserción popular: la radio cuenta con un recurso fundamental que es la oralidad, base de la comunicación verbal humana, aún en sectores sociales que no cuentan con una adecuada alfabetización.
  - Simultaneidad: llega a muchos receptores al mismo tiempo, quienes pueden encontrarse en distinto lugar.
  - Instantaneidad: se escucha en el mismo momento que se está emitiendo. Comparemos, por ejemplo, con los medios impresos, que tardan en llegar un tiempo considerable. Las noticias tienen un valor de actualidad muy superior.
  - Bajos costos: comparando con los medios impresos y la televisión, cuenta con menores necesidades económicas para su instalación y mantenimiento.

- Móvil: la radio puede escucharse mientras uno realiza cualquier otra actividad, camina, viaja en colectivo, maneja, etc. Nos podemos mover y seguir escuchándola.
  - Acceso a la vida diaria: la radio está dentro de la casa de la gente, comparte la cotidianidad, dialoga con los quehaceres domésticos, está en el trabajo, acompaña a las personas todos los días.
  - Es unisensorial: la radio trabaja con uno solo de los sentidos: el oído. El sonido es su recurso principal, las imágenes se crean y sugieren a través de él. Sólo contar con sonidos permite insinuar, sugerir, crear mundos imaginarios donde el oyente se "hace su propia película".
- Limitaciones de la radio:
    - Es unidireccional: el oyente no está con nosotros en el programa, salvo en llamados al aire o a través de formatos creativos donde la audiencia tenga un rol central. Hoy en día las redes sociales favorecen el intercambio, aunque el mayor peso de la interlocución está dentro de la cabina. A veces dudamos si hay respuesta en los oyentes, incluso podemos tener la sensación de que no nos está escuchando nadie. Aun cuando no exista retroalimentación, siempre hay alguien del otro lado.
    - Es fugaz: la comunicación en radio es efímera, se desvanece en el aire al segundo posterior al que dimos un teléfono, un dato, una dirección postal. Difícilmente queda grabada, mucho menos impresa como sucede en un diario o una revista, o registrada en una página web. Por eso es necesario recordar a cada momento lo importante y ser concreto con la información que se brinda.
    - El oyente es inestable: el nivel de atención al escuchar radio es relativamente bajo, ya que se realizan actividades en paralelo. Salvo cuando se desea saber alguna información con precisión: quién hizo ese gol, si va a llover, qué hora es, el reporte del tráfico. La escucha suele ser algo "distraída". Es por esto que debemos agudizar nuestra imaginación, siendo creativos y llamando la atención de la audiencia.

## **1.2 El avance de la tecnología modifica el uso de la radio**

En la primera década del tercer milenio era muy popular el uso de los correos electrónicos y en los celulares se empezaba a incorporar la radio de FM, el consumo

de medios bajo demanda no existía. En menos de diez años todo esto cambiaría. En el IMER tuvimos que pasar del email a las redes sociales, la publicación diaria de la programación, los *podcast*, la aparición de las plataformas de música *streaming*, la transmisión en línea, las páginas o sitios *web*, el uso y manejo de metadatos, por mencionar algunos aspectos que impusieron las tendencias de la información.

Los avances tecnológicos han sido un factor relevante para el desarrollo de la radio y han repercutido en el diseño de las estrategias de programación porque modificaron la forma de escuchar a nuestro medio. La mejora en la tecnología ha transformado la forma de hacer radio. Un programador debe considerar las innovaciones y las posibles consecuencias que estas puedan tener en el medio<sup>1</sup>. Estos son algunos de los momentos que han tenido impacto en la forma de hacer programación radiofónica:

- Durante las primeras décadas, la radio transmitió únicamente en la frecuencia de AM (Amplitud modulada), pues aunque la radio de FM (Frecuencia modulada) fue inventada por Edward Armstrong en 1938, no se escuchó sino hasta la década de 1960. La señal de la FM era mucho más nítida, pero no había receptores que la captaran y los fabricantes no los hacían pues no había una demanda de los mismos hasta que no hubiera estaciones al aire y no habría estaciones hasta que no hubiera una audiencia y así llegamos al círculo vicioso similar al que hoy, en 2019, existe con la Radio HD, donde ya hay una oferta programática pero no la suficiente cantidad de aparatos para sintonizar las frecuencias. Muestra de ello son las propuestas, de las cuales soy partícipe, Jazz Digital 94.5 HD3, Radio México Internacional 105.7 HD2, Interferencia 105.7 HD3 y Música del Mundo 107.9 HD3.
- En la década de 1940 apareció la televisión, se hizo popular rápidamente, hubo quienes pensaron que la radio desaparecería, pero gracias a los avances tecnológicos tuvo una nueva oportunidad. En 1948, con el descubrimiento del transistor, una gran innovación, los fabricantes de radios tuvieron la oportunidad de fabricar receptores miniatura y portátiles; la compañía Regency lanzó al mercado un radio de

---

<sup>1</sup> Véase también: ALBERT, P. y TUDESQ, A., *Historia de la radio y la televisión*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982; BOHMANN, Karin, *Medios de Comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial Mexicana/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1989; FIGUEROA, Romeo, *¡Qué onda con la Radio!*, Ed. Pearson Educación, México 1997; DE ANDA y Ramos, Francisco, *La Radio: El despertar del gigante*, Ed. Trillas, México, 1997; MEJÍA Barquera, Fernando, *Historia mínima de la radio en México (1920–1996)*, 2007, <http://radiomex.blogspot.com/2007/09/historia-minima-de-la-radio-en-mexico.html>

transistores de bolsillo, el TR-1, que funcionaba con una batería común y corriente. La radio comenzaba a consumirse de forma personal.

- En 1961 la FCC en Estados Unidos (Federal Communications Commission – Comisión Federal de Comunicaciones) autorizó a la FM transmitir en estéreo. Muchas compañías de discos ya estaban realizando grabaciones y editando discos en ese formato. Este sonido necesitaba probarse y la FM era el lugar ideal para hacerlo.
- En 1964, en el Reino Unido, las primeras estaciones de radio pirata iniciaron sus transmisiones, entre ellas la ahora legendaria Radio Caroline que llegó a tener 32 millones de escuchas entre sus estaciones del Norte y del Sur. La inmensa popularidad de estas estaciones que no estaban autorizadas o reguladas por las autoridades, tuvo el apoyo inmediato de los artistas más exitosos del momento, como *The Beatles* y *The Rolling Stones*, quienes habían propiciado en gran medida que las ventas de discos en Inglaterra aumentaran en un 60%. En 1967 la BBC lanzó al aire Radio 1, utilizando el formato de la radio pirata, y estas estaciones se vieron obligadas a dejar de transmitir.
- En 1965, en Estados Unidos, la FCC promulgó una nueva ley que prohibía a la FM hacer transmisiones simultáneas (*simulcast*) con las estaciones de AM, por lo menos durante 12 horas al día. La FM se vio obligada a crear su propio sonido y personalidad. Eventualmente, la FM eclipsó a la AM. Era imposible para la AM competir con una transmisión que no se escuchaba en estéreo. En ese momento la AM se convirtió esencialmente en radio hablada.
- El primero de agosto de 1981, una nueva era de la música comenzó: MTV transmitió su primer video, irónicamente titulado *Video killed the radio star* (El video mató a la estrella de radio) de The Buggles.
- La primera "estación de radio" por Internet (*online*), fue desarrollada por Carl Malamud en 1993. En febrero de 1995 surgió la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada Radio HK, emitiendo música de bandas independientes.
- Es 1999, nace Napster y luego Morpheus y Kazza, plataformas que empezaron a ofrecer la posibilidad de descargar música y de compartir archivos de música de manera gratuita por internet. La industria discográfica tomó la determinación de demandar a Napster y para muchos se perdió la oportunidad dorada de haber comercializado

exitosamente la música. Napster era un sitio que reunía a más de 20 millones de usuarios, y si en ese momento se les hubiera ofrecido seguir teniendo acceso para descargar toda la música por un precio muy bajo o por una cuota muy sensata de suscripción, seguramente hubieran aceptado y se habría creado la costumbre de pagar por la música.

- A mediados de abril de 2003 se lanzó la tienda de música iTunes de Apple, que ofrecía descargas legales por un costo de 99 centavos de dólar. En México, iTunes inició sus operaciones el 4 de agosto de 2009 y el precio por canción descargada fue de 12 pesos.
- Para 2006 se crearon Spotify y Deezer, sitios web que ofrecen música de forma ilimitada mediante una suscripción, son aplicaciones multiplataforma empleadas para la reproducción de música vía *streaming*. Actualmente estas plataformas también proporcionan servicios de *podcast*.
- En junio de 2011, la entonces Cofetel publicó un acuerdo mediante el cual México adoptó el sistema estadounidense IBOC (In Band on Channel) como estándar para la radio digital en México y estableció la política para la transición a la radio digital o Radio HD “en forma voluntaria”. En la Ciudad de México, entidad donde hay más estaciones que transmiten radio HD, operan con esa tecnología las emisoras de FM pertenecientes a los grupos IMER, Imagen, Radio Centro y Radio Fórmula. Grupos como Televisa Radio, Acir, Radio Mil o MVS aún no se suman a la transmisión digital.

Estos son algunos ejemplos de cómo el desarrollo tecnológico determinó la manera de escuchar radio y dio cabida a nuevas alternativas. También significó el diseño de nuevas propuestas de programación para dar respuesta a los nuevos medios que pretendían realizar funciones similares a la radio. Es importante destacar que muchas de estas nuevas plataformas o alternativas de comunicación adoptaron técnicas de programación radiofónica para proveer de contenidos a sus usuarios y también establecieron acuerdos de colaboración con grupos o instituciones vinculadas a la creación radiofónica.

Al final, lo importante es sacar provecho de las nuevas tecnologías para hacer a los escuchas partícipes de nuestras ideas y propuestas radiales. Tarde que

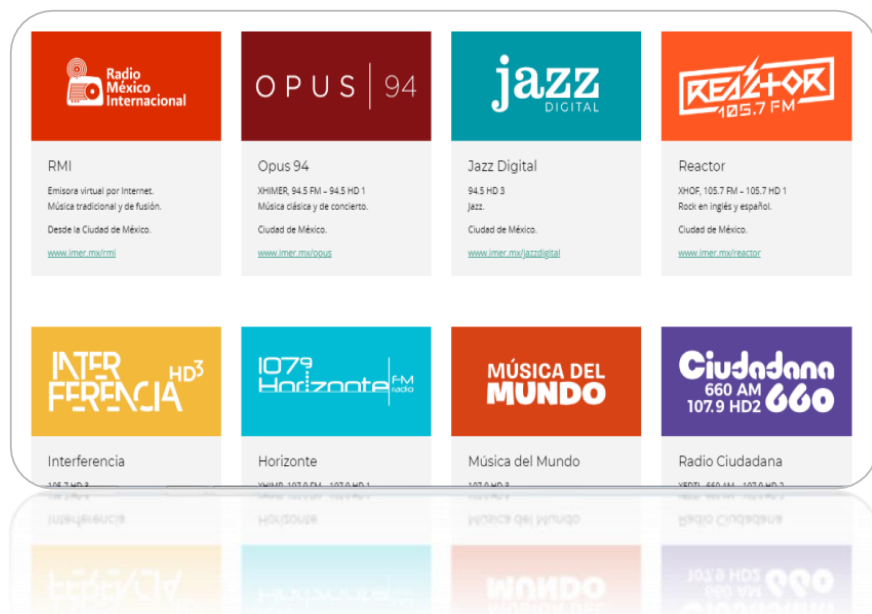
temprano los oyentes piden se usen las nuevas formas de comunicación para mantenerse en contacto y atentos a su programación favorita.



---

# CAPÍTULO II

## ¿QUÉ ES LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA?



**La Programación Radiofónica**

A mediados del 2004 muchas de las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio comenzaron a definir sus procesos y métodos para elaborar su programación musical e hicieron una redistribución de sus contenidos. Definí un perfil musical para Horizonte 107.9 FM basado en el jazz y géneros afines. A nivel Institucional entablamos convenios de colaboración con Radio Francia Internacional para el intercambio y la búsqueda de nueva música, de esta manera podíamos tener un flujo constante de material discográfico mensual de diversos géneros musicales, de otra manera hubiera sido complicado adquirirlo porque en IMER no se tenía presupuesto para comprar música y la gran mayoría de los materiales, al ser de importación, eran excesivamente costosos. El Instituto dependía de donaciones de coleccionistas particulares para añadir discos a su fonoteca. Se hacía una gran labor de búsqueda musical. En el año 2001 recibí la fonoteca de Horizonte 107.9 FM con 100 discos, para el 2006, logré ampliarla a más de 4000 y alrededor 300 compilados de música seleccionada.



Portada de uno de los discos que enviaba RFI, este corresponde a febrero de 2005

## 2.1 Cambios en la programación, después del minuto cero

Desde la creación del IMER, en 1983, transcurrieron 21 años para que por primera vez se adquiriera un *software* especializado para la elaboración de la programación musical: el *Music Pro*, un hecho sin precedentes, la herramienta informática significó aprender una nueva metodología. Hasta el 2004, no existía dentro del Instituto un área que se dedicara al seguimiento y revisión programática, y mucho menos a la capacitación de sus programadores. Las mejoras implementadas para la elaboración de la programación del IMER, en ese año, se sintieron de forma inmediata, la cantidad de escuchas creció y fue necesario establecer mecanismos regulatorios y áreas dedicadas a la programación

radiofónica como la Subdirección de Programación y la Jefatura del Departamento de Programación.

En el año 2006, ya con un conocimiento pleno en el uso y manejo del *Music Pro*, y con una audiencia cautiva e interesada por la música que sonaba en Horizonte 107.9 FM, ambos buenos resultados que obtuve como programador de la emisora, me llevaron a convertirme en el primer jefe del Departamento de Programación y brindar capacitación a una nueva generación de programadores.

Dentro de las funciones de la jefatura está elaborar mensualmente las cartas programáticas de cada una de las emisoras del Instituto, la actividad me permitió conocer a fondo la programación de las estaciones e iniciar los primeros planteamientos para el pautado y manejo de contenidos y música. Desde ese cargo, que desempeñé por casi 5 años, realicé envíos sistemáticos de material musical seleccionado a las diversas emisoras del Instituto, generé una base de programas que permitía hacer diversos análisis temáticos de la programación general del IMER. Inicié trabajos de rescate y catalogación de una gran cantidad de materiales sonoros de la institución, muchos de estos materiales hoy en día se encuentran dentro de los acervos de la Fonoteca Nacional.

Desde la Subdirección de Programación del IMER, puesto al que logré llegar en el año 2010, tuve la encomienda de diseñar la carta programática de Radio 2010 y Radio México Internacional, así como establecer la estrategia de programación para cada una de esas emisoras. El trabajo radiofónico quedó plasmado en dos fonotecas, Radio 2010, producida y editada en 2011, y Radio México Internacional del 2012. La cantidad de series radiofónicas producidas para estas emisoras ayudó a nutrir y ampliar la oferta radiofónica de las estaciones del Instituto ubicadas en los estados de la República. También puso a prueba la logística para el envío y la recepción de materiales sonoros, el proceso que diseñé mediante el uso de carpetas compartidas para la descarga de las series garantizaba su recepción y oportuna transmisión. Realicé modificaciones en todas las cartas programáticas de las radiodifusoras para la transmisión de los programas, así la audiencia de cada localidad en que el IMER tenía una frecuencia, tuvo oportunidad de conocer aspectos relevantes sobre el centenario y bicentenario de la Revolución e Independencia de México. A la fecha aún llegan solicitudes de información al Instituto sobre muchas de las series transmitidas y producidas para Radio 2010 y Radio México Internacional en el periodo comprendido de 2010 a 2011.



## RADIO MÉXICO INTERNACIONAL

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Horario	
00:00	Himno Nacional							00:00	
00:02	Música							00:02	
00:30	Música							00:30	
01:00	México al natural	La invención de lo posible	México al natural	La invención de lo posible	México al natural			01:00	
01:05	Música							01:05	
01:30	Música							01:30	
02:00	El México de los Aztecas					Música		02:00	
02:05	Música							02:05	
02:30	Música							02:30	
03:00	Música	Trovadores y juglares		Aromas, semillas y mestizaje	Ciencia joven			03:00	
03:15	Música							03:15	
03:30	Música							03:30	
04:00	El Quinto Sol		Ventana a mi comunidad	Letras y voces	El soundtrack de una vida			04:00	
04:30	Música							04:30	
05:00	Música							05:00	
05:30	Música							05:30	
05:35	Música							05:35	
06:00	Himno Nacional							06:00	
06:02	Música							06:02	
06:30	México al natural	La invención de lo posible	México al natural	La invención de lo posible	México al natural			06:30	
06:35	Música							06:35	
07:00	Música							07:00	
07:30	Música							07:30	
08:00	Antena Radio Primera Emisión					SNN Antena Radio Fin de Semana		08:00	
08:30						Huasteca Viva		Ventana a mi comunidad	08:30
09:00						Huasteca Viva		Ciencia joven	09:00
09:30						Huasteca Viva		Música	09:30
09:45	Antena Radio Segunda Emisión					Aromas, semillas y mestizaje		09:45	
10:00						Música		Historia para todos	10:00
10:15						Música		Música	10:15
10:30						Música		Música	10:30
11:00	SNN Corte Informativo					Letras y voces	11:00		
11:30						Música		Historia para todos	11:30
11:57	SNN Corte Informativo					SNN Corte Informativo		11:57	
12:00	El México de los Aztecas					México al natural		12:00	
12:05	Música							12:05	
12:30	Música							12:30	
12:35	Música							12:35	
13:00	Música							13:00	
13:30	Música							13:30	
14:00	Música							14:00	
14:05	Música							14:05	
15:00	Música	La feria carrusel cultura	Música	La feria carrusel cultura	Música	La invención de lo posible		15:00	
15:05	Música							15:05	
15:30	México al natural	La invención de lo posible	México al natural	La invención de lo posible	México al natural			15:30	
15:35	Música							15:35	
16:00	Música							16:00	
16:10	Música							16:10	
16:35	Música							16:35	
17:00	El México de los Aztecas					México al natural		17:00	
17:05	Música							17:05	
17:30	Música							17:30	
18:00	Música							18:00	
18:30	Música							18:30	
18:35	Música							18:35	
19:00	Replicas IMER						Trovadores y juglares	19:00	
19:30	Música							19:30	
20:00	Trovadores y juglares		El Quinto Sol	Aromas, semillas y mestizaje	Letras y voces	Huasteca Viva		20:00	
20:15	Trovadores y juglares		El Quinto Sol	Aromas, semillas y mestizaje	Letras y voces			20:15	
20:30	Trovadores y juglares		Ventana a mi comunidad	Ciencia joven		El soundtrack de una vida		20:30	
20:45	Trovadores y juglares		Ventana a mi comunidad	Ciencia joven				20:45	
21:00	México al natural	La invención de lo posible	México al natural	La invención de lo posible	México al natural	La invención de lo posible		21:00	
21:05	Música							21:05	
21:30	Música							21:30	
22:00	Música						La hora nacional	22:00	
22:30	Música							22:30	
23:00	Música							23:00	
23:30	Música							23:30	

Carta programática de Radio México Internacional correspondiente a abril 2019

A continuación describo las metodologías que empleé para el diseño de esquemas programáticos de las emisoras del IMER, y que pueden ser usados en el planteamiento y diseño de programaciones.

## 2.2 ¿Qué implica programar?

La programación radiofónica requiere de técnicas, de una planeación y estrategia para presentar los contenidos diseñados y que estos brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora, acorde con los principios editoriales de la organización, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite<sup>2</sup>. En el Instituto Mexicano de la Radio existen 4 instrumentos regulatorios de la programación:

1. Código de valores éticos
2. La guía práctica de estilo radiofónico
3. La Mesa Editorial
4. El Consejo de Programación

La propuesta programática de una emisora se organiza a través de un conjunto de programas que intentan dar respuesta a las necesidades comunicacionales de los oyentes o son una conjunción de mensajes diseñados para los mismos. También podemos definir la programación como:

- Todo aquello que se transmite habitualmente en una emisora.
- La transmisión de diversos símbolos en un tiempo y espacio determinado mediante un espectro electromagnético.
- Definir y producir de manera sistemática y cotidiana lo que nos ofrece una emisora.
- Un conjunto de contenidos organizados durante un tiempo determinado.
- El proceso de combinar la secuencia de series capsulares o programas, música y cortes en un período determinado.

---

<sup>2</sup> Sobre programación radiofónica véase: MARTÍNEZ, Costa, María Pilar y MORENO, Elsa, *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*, Ariel, Barcelona, 2004; VENTÍN, Pereira, José Augusto, *Programación en radio: una propuesta teórica*, Fragua, Madrid, 2003; MARTÍ, Josep, María, *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*, Pòrtic, Barcelona, 2000; NORBERG, Eric G., *Programación radiofónica, estrategias y tácticas*, IORTV, Madrid, 1998; MARTÍ, Josep, María, *Modelos de programación radiofónica, Feed-back*, Barcelona, 1990.

Hay dos consideraciones iniciales que se hacen para llevar a cabo la programación radiofónica:

1. La finalidad para la cual el medio fue creado: medios públicos y privados.
2. La manera de articular los elementos de programación.

La radio ofrece una gran diversidad de contenidos y variantes programáticas que atienden a formas distintas de comunicación. En lo general existen tres modelos de programación: de contenido, musical y mixto.

La radio de contenido o de carácter hablado ofrece al escucha una comunicación intelectual, principalmente informativa, con la finalidad de hacerlo partícipe de su entorno sociocultural. Este formato de radio se basa en la palabra y busca hacer partícipe a su audiencia.

El modelo de radio musical procura una comunicación fundamentalmente emotiva a través de la difusión de música. Esta clase de radio aprovecha la dimensión estética y emocional de la música para ofrecer un mensaje que entretiene y acompaña y no necesita tanta atención para su seguimiento. La radio musical es un tipo de radio especializada cuya permanencia y extensión hace que su mensaje sea parte significativa de nuestro entorno sonoro. Hasta el momento, la radio musical es la especialización radiofónica más extendida. Ha adquirido dos variantes principales. Por un lado, la radio musical de entretenimiento está basada en la difusión de los diferentes géneros y estilos como: el pop, rock y regional mexicano (en el caso de México), y es desarrollada principalmente por la radio comercial. Por otro, la radio de música culta implantada por la radio pública, dando espacio a géneros y estilos como el jazz, la música del mundo y la de concierto (música clásica).

El modelo mixto busca que su programación se componga de la combinación de contenidos y música. Entre el año 2000 y 2002 Horizonte 107.9 FM tenía un modelo mixto de programación y estaba proporcionalmente cargado hacia los contenidos. El reto más interesante, en este rubro, es Radio Ciudadana o Ciudadana 660 AM, en las que los contenidos los hace la sociedad civil y cada 2 años mediante una convocatoria hay una renovación de temas, voces y series. Su carta programática sufre modificaciones y la parte musical debe estar en continua revisión para mantener a un público interesado en la diversidad de propuestas temáticas de la emisora. A la fecha, el modelo mixto es el que más empleo en el diseño de esquemas programáticos de las emisoras del IMER.

Cuadro descriptivo de los principales modelos de programación			
Conceptos de radio	Estrategia		Unidad de programación
Radio de contenido o hablado	Radio generalista		Programa
	Radio especializada	Temática	Programa
		Formato cerrado	Fórmula
Radio musical (entretenimiento y divulgación cultural)	Radio especializada	Temática	Programa
		Formato cerrado	Fórmula
		Formato abierto	Fórmula y programa
Radio mixta	Radio especializada	Temática	Fórmula y programa
		Formato cerrado o abierto	Fórmula y programa

Cuadro sobre la diversificación de la radio especializada <sup>3</sup>							
Radio temática					Radio de formato cerrado		
Información especializada	Cultural	Interés permanente	Por públicos	Musical	Musical	Noticias	Música y noticias
Economía	Cultura	Religión	Étnica	Música culta	Hits contemporáneos		
Deportes	Educación	Salud	Niños	Pop, rock, regional, entre muchas otras	Adulto contemporáneo		
Cultura	Universidad	Vida cotidiana	Tercera edad		Urbano		
			Familia		Rock		
			Juventudes		Alternativo		
			Mujeres		New age/ smooth jazz/ jazz		
			Adultos mayores		Easy listening		
				Recuerdo			
				Clásica			
				Romántica			
				Tradicional			
				Lengua propia			

<sup>3</sup> MORENO, Elsa, "La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales", en *Comunicación y Sociedad*, vol. XII, nº 1, 1999, p. 91.

---

# CAPÍTULO III

## FORMATOS Y PERFILES PROGRAMÁTICOS



La Programación Radiofónica



Es sumamente importante saber a quién le hablamos y la forma en la que lo hacemos<sup>4</sup>. Un hecho común en las conferencias, charlas y cursos que he impartido con referencia a la programación, es preguntar a los asistentes si conocen de manera general o saben las características de los escuchas que tentativamente los sintonizan, muchos responden que no. Otro aspecto del que me he percatado es que las propuestas programáticas se basan en los gustos personales de los realizadores más que en las inquietudes de las audiencias. Cada que llegaba una nueva propuesta de serie para alguna de las radiodifusoras del Instituto, consideraba si era acorde al planteamiento general de la emisora; es decir, a su formato y perfil, por lo que era muy poco coherente poner un programa de jóvenes emprendedores y orientación vocacional en una emisora que le habla a los adultos mayores como lo es la XEB 1220 AM, y también sería un despropósito realizar una serie de la Época de Oro del cine mexicano en una estación de rock para jóvenes como Reactor 105.7 FM. Muchos de los nuevos proyectos que se presentaban en el IMER no consideraban el formato y perfil de las emisoras y, por tanto, no eran autorizados para ser incluidos en la programación.

### 3.1 Formatos radiofónicos

En sus inicios, la programación radiofónica estaba conformada por diversos contenidos, en su mayoría disímbolos o con muy poca afinidad entre ellos, en general las emisoras carecían de un formato definido, a este tipo de programación se le llamó "multiperfil". La aparición de nuevos medios de comunicación significó una nueva competencia y con la modificación en los hábitos de los escuchas fue necesario definir formatos y focalizar la programación en públicos específicos, de tal manera que la estación completa se dedicara a un tipo de contenido y/o música y de esta manera cumplir un objetivo específico y atender a un segmento de población determinado.

El formato en radio son todos los contenidos, programas o música que conforman la programación habitual del medio. Algunos de los formatos radiofónicos son:

- Formato música en inglés contemporánea
- Formato hablado o de contenidos
- Formato música clásica
- Formato noticias
- Formato deportes

---

<sup>4</sup> El norteamericano Gordon McLendon introdujo el término radio especializada en su concepción primigenia, inicialmente en la KLIF de Dallas en 1947 y a partir de 1948 en la *Liberty Broadcasting System*, cadena especializada en entretenimiento de alto contenido musical e información deportiva. En 1952 abogó porque cada emisora se centrara en un tipo de programación determinada para atraer a una audiencia específica y no a toda la generalidad del público. Su intención residió en presentar un producto de programación alternativo al de las cadenas norteamericanas y que pudiera competir con el atractivo de la televisión. GLICK, Edwin, "The life and death of the Liberty Broadcasting System", en *Journal of Broadcasting*, Philadelphia, 1979, pp. 117-135 y MCFARLAND, David, *The development of the Top 40 radio format*, Arno Press, Nueva York, 1972, pp. 208-209.

- Formatos mixtos (inglés/español – contenidos/noticias – noticias/música)
- Formato inglés adulto contemporáneo
- Formato inglés oldies, del recuerdo, catálogo
- Formato inglés alternativo
- Formato inglés electrónica
- Formato inglés rock en español
- Formato música clásica y de concierto
- Formato jazz o internacional
- Formato español juvenil
- Formato español adulto contemporáneo o balada en español
- Formato español del recuerdo o español catálogo
- Formato español del recuerdo o noticias
- Formato hablado o español trova
- Formato tropical
- Formato popular ranchero o grupero

### 3.2 Perfil de audiencia

El concepto "perfil de audiencia" se refiere a quién vamos a dirigirnos, sus características: edad, sexo, nivel socio demográfico, situación familiar, aficiones, hábitos de consumo, etcétera. Es importante considerar el mayor nivel de especificaciones posibles. Con base en ello, podremos determinar las acciones para llegar a ese público.

De forma general y acuerdo con los grupos especializados en establecer los estudios cualitativos y cuantitativos del comportamiento de la audiencia como Arbitron, IBOPE AGB e INRA, existen seis niveles para establecer la composición y perfil de quienes escuchan la radio.

El perfil programático de una emisora son los estratos sociales y los económicos, las preferencias determinadas por el género, y los segmentos de edad, pues para cada uno de los formatos existe un grupo de edad determinado, con estructuras perfectamente bien definidas.

Los niveles son:

- **AB**
- **C+**
- **C**
- **D+**
- **D**
- **E**

## **Nivel AB**

Es el estrato que corresponde a la población con el más alto nivel de ingresos, nivel educativo de licenciatura o mayor, y por ello llegan a ser grandes o medianos empresarios, gerentes de empresas, directores de corporativos o profesionistas que laboran en importantes empresas del país. Algunos ejercen independientemente su profesión.

Los hogares de las personas del nivel AB son casas o departamentos propios y la mayoría de lujo, con seis habitaciones o más en promedio, de dos a tres baños completos. El piso de las habitaciones o cuartos es de materiales especializados distintos al cemento. Tienen calentador. Cuentan con una o más personas a su servicio, ya sea fija o de planta y, salvo algunos casos parciales, con hora de entrada y salida.

Los hijos asisten a colegios privados de renombre y en algunos casos a colegios en el extranjero.

Cuentan con más de un auto propio del año. Suelen ser de lujo, importados y los cambian cada dos años, en promedio. Los autos están asegurados contra siniestros, y los seguros son de amplia cobertura.

## **Nivel C+**

Es el segmento de la población que agrupa a personas con ingresos ligeramente superiores a la media, donde la mayoría tiene un nivel educativo de licenciatura. Solo en algunos casos cuentan con preparatoria o equivalente.

Suelen ser empresarios de compañías pequeñas o medianas que laboran como gerentes o ejecutivos de nivel medio en empresas grandes, o como profesionistas independientes.

Viven en casas o departamentos propios, con cinco habitaciones o más; uno o dos baños completos y en promedio uno de cada cuatro cuentan con personal de asistencia en el hogar fija o parcial. Los hijos asisten a primarias y secundarias particulares y mediante grandes esfuerzos llegan a terminar licenciaturas en universidades privadas del país.

Casi todos poseen al menos dos autos, que no son de lujo como en los niveles altos y generalmente son del tipo familiar y compacto. En promedio solo uno está asegurado.

Cuentan con todas las comodidades posibles (aparatos electrónicos y electrodomésticos) y pocos lujos. Muchos de ellos cuentan con suscripción a televisión de paga o servicios similares y computadora personal (al menos una).

En el renglón de los servicios bancarios, los miembros de este nivel poseen, al menos, un par de tarjetas de crédito. Asisten a clubes privados y pasan en promedio un poco menos de dos horas diarias viendo televisión. Disfrutan sus vacaciones en el interior del país o en el extranjero una vez al año en promedio.

### **Nivel C**

Comprende a las personas con ingresos de nivel medio, que normalmente tienen estudios de preparatoria y algunas veces secundaria. Destacan como pequeños comerciantes, empleados de gobierno, vendedores, maestros de escuela, técnicos y obreros calificados.

Cuentan con casa o departamentos propios o rentados, con 4 habitaciones y un baño completo en promedio. Los hijos pueden atender la educación básica, primaria y secundaria en escuelas privadas y concluir con la educación superior en escuelas públicas.

Poseen al menos un automóvil para uso de toda la familia, compacto y austero, de modelos no recientes, y en promedio no siempre están asegurados. Cuentan con algunos aparatos electrónicos, electrodomésticos, servicios de televisión de paga o similares y computadora.

Muy pocos cuentan con personal de asistencia en el hogar, poseen tarjetas de crédito. Sus pasatiempos son el cine, parques públicos y eventos musicales en recintos acondicionados para ello. Utilizan la televisión como pasatiempo, en promedio dos horas diarias. Vacacionan en el interior del país aproximadamente una vez por año en lugares turísticos accesibles, pero no visitan lugares lujosos.

### **Nivel D+**

Cuentan en promedio con nivel educativo de secundaria o primaria completa.

Los hogares de este nivel son en su mayoría propios y de interés social. Algunas personas pagan renta y cuentan en promedio con tres o más habitaciones en el hogar y un baño completo. Uno de cada cuatro posee automóvil propio.

La gran mayoría utilizan los medios de transporte público para desplazarse. Los hijos asisten a escuelas públicas. Cuentan con algunos aparatos electrónicos y electrodomésticos y pocos tienen computadora. Poseen algunos servicios bancarios, básicamente cuentas de ahorros, de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito.

Asisten a espectáculos organizados por delegaciones políticas y/o el gobierno. Utilizan los servicios de instalaciones deportivas y los parques públicos. Prefieren las telenovelas y programas de concurso, y ven televisión diariamente por un espacio superior a las dos horas.

### **Nivel D**

Está integrado por personas de bajos ingresos. Cuentan en promedio con nivel educativo de primaria, en la mayoría de los casos.

Los hogares pueden ser algunas veces propios o casi siempre rentados, con al menos dos habitaciones y un baño completo o medio baño. La mitad cuenta con calentador de agua y lavadora.

### **Nivel E**

Es el nivel con menores ingresos. En promedio tienen estudios a nivel primaria sin completarla y generalmente son subempleados o empleados eventuales.

No poseen hogar propio sobre todo en la ciudad de México, rentan o utilizan otros recursos para conseguirlo. En un solo hogar suele vivir más de una generación, y sus viviendas poseen uno ó dos cuartos en promedio, que utilizan para todas las actividades familiares.

La mayoría no cuenta con baño completo propio dentro de su casa, suele ser comunitario, y por lo mismo no poseen calentador de agua, ni drenaje. Los techos suelen ser de lámina y/o asbesto, y el piso es de tierra. Difícilmente sus hijos asisten a escuelas públicas, y es común el alto nivel de deserción escolar. Son hogares muy austeros, tienen un televisor y un radio, en pocos casos tienen celulares. La mitad de los hogares posee refrigerador. No cuentan con ningún servicio bancario o transporte propio.

Su diversión es básicamente la radio y la televisión, siendo la programación básica, las telenovelas, los programas dramáticos, de concursos. En promedio ven televisión más de tres horas.

La metodología para hacer los estudios de perfil de audiencia comprende los siguientes grupos:

1. Infantes a partir de los 12 años (menos de 12 no cuentan para fines estadísticos)
2. Hombres y Mujeres

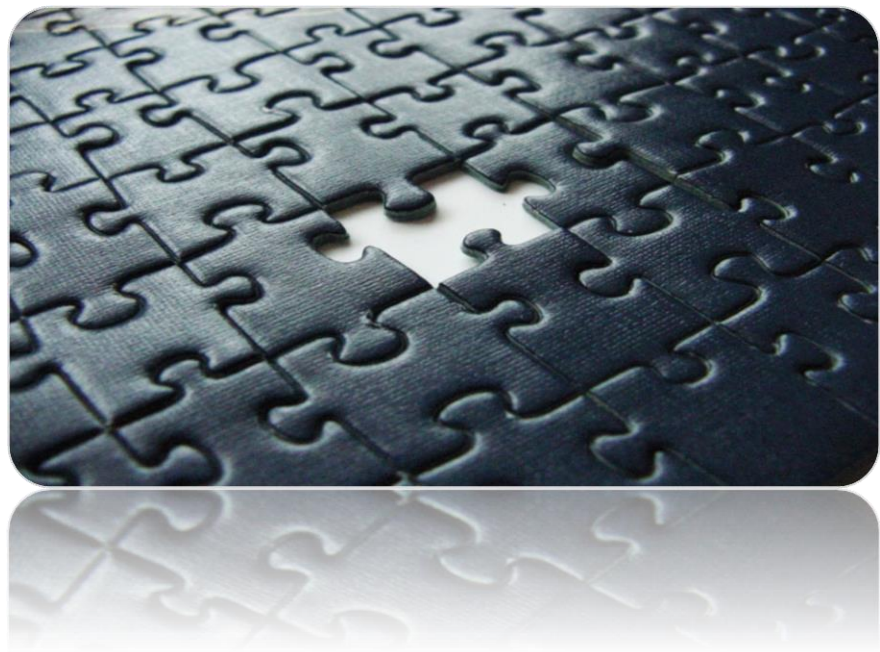
Existen diversos segmentos de edad para establecer gustos y preferencias. En algunos casos son partir de los 12 años, aunque otros estudios miden la audiencia de medios por edad, a partir de los 6 años.

La radio llega a todos los grupos socioeconómicos a través de una diversidad de géneros y programación que atraen a todos los gustos, ya que al ser la radio un medio portátil, se puede escuchar en cualquier lugar y en cualquier momento, y cada lugar de escucha permite alcanzar a oyentes de los diferentes niveles socioeconómicos, en un promedio de más del 80% de cada uno de los niveles socioeconómicos.

---

# **CAPÍTULO IV**

## **ELEMENTOS DE PROGRAMACIÓN**



**La Programación Radiofónica**

Es importante que planifiquemos la programación integralmente y no a partir de piezas sueltas de un rompecabezas que se va llenando a medida que se suman los elementos de la programación. Conviene estructurar una propuesta en conjunto, para luego ir buscando diferentes series y espacios que se pueden sumar y considerar qué equipos de producción se harán cargo de llevarlas adelante. Las siguientes metodologías me sirvieron para lograr un balance de contenidos y música en las emisoras del IMER.

## 4.1 La articulación de la programación

Una radio es una invitación al diálogo y viene de dos actores: nuestras audiencias y nuestro equipo de trabajo. De ese diálogo comunicativo surge la programación radiofónica que se articula mediante los siguientes elementos:

1. La secuencia de series capsulares, programas, música e imagen sonora de la emisora.
2. La continuidad o la sucesión de todos los elementos que hacen posible la programación o narrativa de la emisora.
3. El tráfico radiofónico, que se refiere a los promocionales y comerciales y al manejo que se hace de los mismos para su pauta.
4. La duración en tiempo de cada uno de los elementos que compone la programación: segundos, minutos, horas o días.

## 4.2 Formas de organizar y planear la programación radiofónica

La forma en que se estructura la programación de una emisora de radio se puede realizar de varias formas. A continuación lo ejemplifico con la carta programática de Horizonte 107.9 FM, correspondiente al mes de febrero 2019. Una estación que busca dar servicio al público adulto contemporáneo con contenidos noticiosos, culturales y música jazz y del mundo<sup>5</sup>.

Las formas son:

- Frecuencia: la forma más común es de lunes a viernes o de sábado a domingo, aunque también puede haber otras variantes. Básicamente es la cantidad de días que pasa a la semana.
  - Las emisiones de lunes a viernes de Antena Radio 07:00 – 10:00, 14:00 – 15:00 y 18:00 – 20:00 horas.
  - Antena Radio, sábado y domingo de 08:00 – 09:00 horas.

---

<sup>5</sup> Véase también: DE ANDA y Ramos, Francisco, *La Radio: El despertar del gigante*, Ed. Trillas, México, 1997, pp. 362-374.



- Impacto Deportivo, sábado y domingo de 19:00 – 19:30 horas.
- Los turnos musicales de locución de:
  - Alejandra García: martes a domingo 00:02 – 02:00 horas.
  - Dagmar Ruiz: martes a domingo 02:00 – 04:00 y lunes a viernes 12:00 a 14:00 horas.
  - Mariana Pérez: lunes a sábado 04:00 – 07:00 horas.
  - Luis Gerardo Zavala: lunes a viernes de 10:00 a 12:00 horas.
  - Antonio Ríos: lunes a viernes de 15:30 - 18:00 horas.
- Secuencia vertical: se refiere a la cantidad de veces que un elemento de programación aparece dentro de un mismo día, por ejemplo, los cortes informativos.
  - Corte Informativo de las 11:57 – 12:00, 16:57 – 17:00 y 21:57 – 22:00 horas.
  - Himno nacional de las 00:00 – 00:02 y 06:00 – 06:02 horas.
- Secuencia horizontal: un mismo horario en diferentes días.
  - La Feria Carrusel Cultura: martes y jueves de 15:00 – 15:30 horas.
- Secuencia cíclica: la transmisión se da un día o días a la semana, cada semana o semanas.
  - A pie de página: lunes de 15:00 – 15:30 horas.
  - Mutante: lunes de 20:00 – 21:30 horas.
  - Covertitlán: martes de 20:00 – 21:30 horas.
  - Ejazz: miércoles de 20:00 – 21:30 horas.
  - El pequeño programa de jazz: jueves 20:00 – 21:30 horas.
  - Por los senderos del blues: viernes 20:00 – 21:30 horas.
  - Desearte: viernes 21:30 – 22:00 horas.
  - Efecto mariposa: sábado de 20:00 – 21:30 horas.
  - La vuelta a la manzana: domingo 20:00 – 21:30 horas.
  - Soul session: sábado 22:00 – 23:30 horas.
  - La hora nacional: domingo 22:00 a 22:30 horas.
  - Luces de la ciudad: domingo 22:30 a 23:00 horas.
- Programas unificados: dos o más series similares o con el mismo contenido, se programan en horarios con actividades específicas realizadas por los escuchas. Esta forma de organizar la programación resultó fundamental para ordenar los contenidos de Radio Ciudadana 660 AM o Ciudadana 660 porque la emisora ofrece una gran diversidad de contenidos y variantes programáticas que atienden a distintas formas

de comunicación. Por ahora explicaremos el concepto con la carta programática de Horizonte:

- Contenido de historia:
  - Historia del pueblo mexicano: sábado de 09:00 – 10:00 horas.
  - Yerbabuena, revista cultural: domingo de 09:00 – 10:00 horas.
- Contenido de música del mundo:
  - Top france: sábado de 10:00 – 12:00 horas.
  - Canta Brasil: domingo de 10:00 – 12:00 horas.
- Contenido biográfico:
  - Personajes de la música: sábado de 13:00 - 14:00 horas.
  - El soundtrack de una vida: domingo de 13:00 – 14:00 horas.
- Contenido de jazz latino y salsa:
  - Salsajazzeando: sábado de 14:00 – 16:00 horas.
  - Picadillo Jam: domingo de 14:00 – 16:00 horas.
- Programa puente: funciona para unir dos programas disímbolos, sus temas son de gusto general por ejemplo los deportes o los segmentos musicales.
- Corte de emisora: para la programación de Horizonte 107.9 FM los cortes son a los minutos 28 y 47 de cada hora.
- Programación por partes del día: una técnica que se emplea para la elaboración de la programación musical y que consiste en dividir las 24 horas en segmentos. Dependiendo de las políticas y reglas para la elaboración de la programación musical, hay temas que pueden sonar o tocarse en las cuatro partes del día, algunos otros solo podrán ser programados en la parte 1, otros tantos en las partes 2, 3 y 4 y algunos otros en las partes 1, 3 y 4.

Por ejemplo:

- Parte 1: de las 22:00 – 05:59
- Parte 2: de las 06:00 – 11:59
- Parte 3: de las 12:00 – 17:59
- Parte 4: de las 18:00 – 21:59

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Horario			
00:00-00:02	<b>Himno Nacional</b>							00:00-00:02			
00:02-00:30	Música	Alejandra García							00:02-00:30		
00:28-00:30									00:28- 00:30		
00:30-01:00									00:30-01:00		
01:00-01:30									01:00-01:30		
01:30-02:00									01:30-02:00		
02:00-02:30	Música	Dagmar Ruiz							02:00-02:30		
02:30-03:00									02:30-03:00		
03:00-03:28									03:00-03:28		
03:28-03:30									03:28-03:30		
03:30-04:00									03:30-04:00		
04:00-04:30	Mariana Pérez					Música		04:00-04:30			
04:30-05:00								04:30-05:00			
05:00-05:30								05:00-05:30			
05:30-05:57								05:30-05:57			
05:57-06:00								05:57-06:00			
06:00-06:02	<b>Himno Nacional</b>							06:00-06:02			
06:02-06:17	<b>RTC</b>							06:02 - 06:17			
06:17-07:00	Mariana Pérez							06:02-06:17			
07:00-07:30	Antena Radio Primera Emisión					Música		06:17-07:00			
07:30-08:00						Antena Radio Fin de Semana		07:00-07:30			
08:00-08:30								07:30-08:00			
08:30-09:00								08:00-08:30			
09:00-09:30								09:00 - 09:30			
09:30-10:00						Historia del pueblo mexicano	Yerabuena revista cultural radiofónica	09:30-10:00			
10:00-10:30	Luis Gerardo Zavala					Música		10:00-10:30			
10:30-11:00								10:30-11:00			
11:00-11:30						Top france	Canta Brasil	11:00-11:30			
11:30-11:57								11:30-11:57			
11:57-12:00						<b>Corte informativo</b>					
12:00-12:30	Dagmar Ruiz					Top france	Canta Brasil	12:00-12:30			
12:30-13:00								12:30-13:00			
13:00- 3:30						Personajes de la música	El soundtrack de una vida	13:00-13:30			
13:30- 4:00								13:30-14:00			
14:00-14:30						Antena Radio Segunda Emisión					Salsajzeando
14:30-14:57						<b>Corte informativo</b>		14:30-14:57			
14:57- 5:00								14:57-15:00			
15:00-15:30	A pie de página	La feria carrusel cultural	Música	La feria carrusel cultural	Desde la corte	Salsajzeando	Picadillo jam	15:00-15:30			
15:30-15:35	Antonio Ríos							15:30-15:35			
15:35-16:00								15:35-16:00			
16:00 -16:30								16:00-16:30			
16:30-16:57						Alejandra García	Música	16:30-16:57			
16:57-17:00						<b>Corte informativo</b>					
17:00-7:30	Antonio ríos							17:00-17:30			
17:30- 8:00						Alejandra García	Música	17:30-18:00			
18:00-8:30	Antena Radio Tercera Emisión							18:00-18:30			
18:30-19:00								18:30-19:00			
19:00-9:30								19:00-19:30			
19:30-20:00								19:30-20:00			
20:00-20:30								20:00-20:30			
20:30-21:00	Mutante	Covertitlán	Ejazz	El pequeño programa de jazz	Por los senderos del blues	Efecto mariposa	La vuelta a la manzana	20:30-21:00			
21:00-21:30								21:00-21:30			
21:30-21:57	Música				Desearte	Música		21:30-21:57			
21:57-22:00	<b>Corte informativo</b>							21:57-22:00			
22:00-22:30	Música					Soul session		La hora nacional	22:00-22:30		
22:30-23:00										Luces de la ciudad	22:30-23:00
23:00-23:30										Música	23:00-23:30
23:30-24:00									23:30-24:00		
23:30-24:00											

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Horario
00:00 - 00:02	Himno Nacional							00:00 - 00:02
00:02 - 00:30	Letras para no dormir	Cantautores					00:02 - 00:30	
00:30 - 00:33	Corte informativo							00:30 - 00:33
00:33 - 01:00	Letras para no dormir	Cantautores					00:33 - 01:00	
01:00 - 02:00	Cantautores							01:00 - 02:00
02:00 - 02:30	Cantautores							02:00 - 02:30
02:30 - 03:00	Cantautores							02:30 - 03:00
03:04 - 03:30	Cantautores							03:04 - 03:30
03:30 - 03:33	Corte informativo							03:30 - 03:33
03:33 - 04:00	Cantautores							03:33 - 04:00
04:00 - 04:30	Cantautores							04:00 - 04:30
04:30 - 05:00	Cantautores							04:30 - 05:00
05:00 - 05:30	Cantautores							05:00 - 05:30
05:30 - 05:57	Cantautores							05:30 - 05:57
05:57 - 06:00	Corte informativo							05:57 - 06:00
06:00 - 06:02	Himno nacional							06:00 - 06:02
06:02 - 06:30	Música regional de México y de América Latina							06:02 - 06:30
06:30 - 07:00	Música regional de México y de América Latina							06:30 - 07:00
07:00 - 07:30	Música regional de México y de América Latina							07:00 - 07:30
07:30 - 07:45	Música regional de México y de América Latina							07:30 - 07:45
07:45 - 08:00	Lo que borra el viento	Archivo Selser	Del algoritmo al genoma		Medios en sintonía	Música por América Latina		07:45 - 08:00
08:00 - 08:30	Bajo las sábanas	Onda sonora	Conciencia del presente	Espacio abierto	Constructores del conocimiento	Cantautores		08:00 - 08:30
08:30 - 08:45	Cantautores							08:30 - 08:45
08:45 - 09:00	Cantautores							08:45 - 09:00
09:00 - 09:30	Cantautores							09:00 - 09:30
09:30 - 10:00	Cantautores							09:30 - 10:00
10:00 - 10:30	Espacio abierto					Tiempo y espacio	Cosquillas	10:00 - 10:30
10:30 - 11:00	Espacio abierto					Cantautores		10:30 - 11:00
11:00 - 11:30	Cantautores					Hecho en México	La pirinola	11:00 - 11:30
11:30 - 11:57	Cantautores							11:30 - 11:57
11:57 - 12:00	Corte informativo							11:57 - 12:00
12:00 - 12:30	Supervivencia	Nos llaman calle	Radio equidad	VIH y sida, una historia común	Mujeres a la tribuna	Cantautores		12:00 - 12:30
12:30 - 13:00	Cantautores							12:30 - 13:00
13:00 - 13:30	Pide tu canción	Toca tu música	Pide tu canción	Toca tu música	Pide tu canción	En la balanza. Voces de la corte	Qué perro	13:00 - 13:30
13:30 - 14:00	Cantautores							13:30 - 14:00
14:00 - 14:30	Agenda ciudadana	Los dos Méxicos	Tiempo y espacio		Conexión upn	Gracias a la vida que me ha dado años	Cantautores	14:00 - 14:30
14:30 - 14:57	Cantautores							14:30 - 14:57
14:57 - 15:00	Cantautores							14:57 - 15:00
15:00 - 15:30	Informativo ciudadano							15:00 - 15:30
15:30 - 16:00	Cantautores							15:30 - 16:00
16:00 - 16:30	Cantautores							16:00 - 16:30
16:30 - 16:57	Cantautores							16:30 - 16:57
16:57 - 17:00	Corte informativo							16:57 - 17:00
17:00 - 17:30	Peña 660	Tímpano	La hora de Eugenia León	Cantautores	Escenario musical	Clásicos 660		17:00 - 17:30
17:30 - 18:00	Cantautores							17:30 - 18:00
18:00 - 18:30	Cantautores							18:00 - 18:30
18:30 - 19:00	Cantautores							18:30 - 19:00
19:00 - 19:30	Cantautores							19:00 - 19:30
19:30 - 20:00	Cantautores							19:30 - 20:00
20:00 - 20:30	Cantautores							20:00 - 20:30
20:30 - 21:00	Cantautores							20:30 - 21:00
21:00 - 21:30	Cantautores							21:00 - 21:30
21:30 - 21:57	Cantautores							21:30 - 21:57
21:57 - 22:00	Corte informativo							21:57 - 22:00
22:00 - 22:30	Cantautores							22:00 - 22:30
22:30 - 23:00	Cantautores							22:30 - 23:00
23:00 - 23:30	Cantautores							23:00 - 23:30
23:30 - 24:00	Cantautores							23:30 - 24:00

Carta programa Radio Ciudadana 660 AM correspondiente a junio 2009

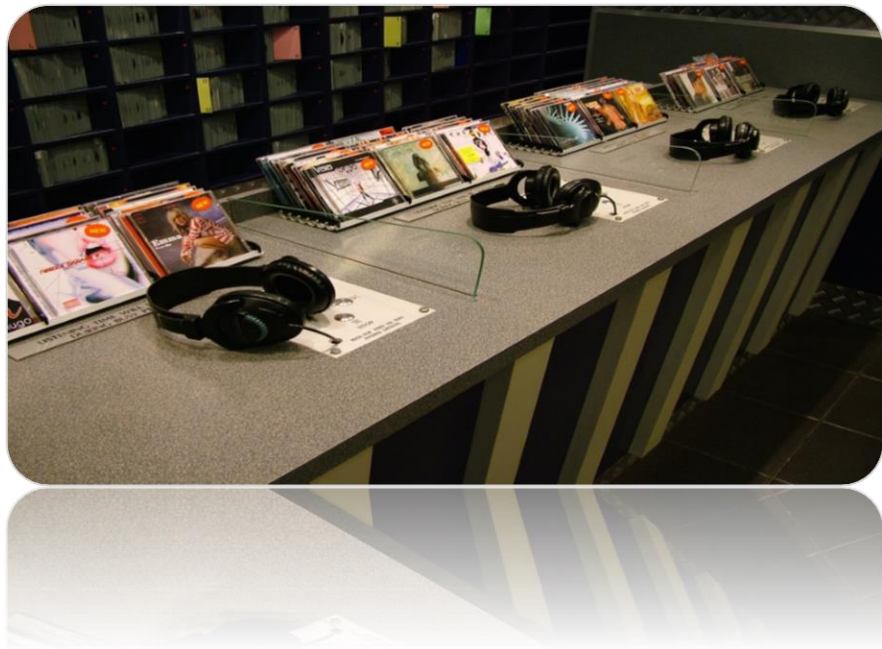
Existen diversas formas de organizar la programación. Una variante más es el origen de la producción radiofónica: producciones propias, coproducciones y programas independientes, comprados o donados.

- Producciones propias: en estas, las ideas radiofónicas de nuestra emisora se plasman y refuerzan su objetivo. Deben ser una verdadera muestra de la propuesta de comunicación de nuestro medio. La gran mayoría de estas producciones se encuentra a cargo de la Dirección Producción y Programación.
- Coproducciones: son espacios donde la radio se asocia con un grupo de ciudadanos, instituciones u organizaciones de la sociedad civil, y lleva adelante una propuesta conjunta compartiendo recursos. En general son programas temáticos, donde la radio aporta sus saberes técnicos, profesionales, artísticos y la organización el grupo de conocimientos que tiene sobre el tema en cuestión. Muestra de estos programas es Radio Ciudadana 660 o Ciudadana 660, donde bajo convenios con la sociedad civil se nutre de temas la programación de la emisora.
- Programas independientes: son aquellos que produce integralmente una persona, grupo u organización externa a la emisora (decimos "externa" aunque siempre existen lazos, alianzas o proyectos comunes) según su interés, temática, género musical, etc. Ahí la emisora mantiene un contacto frecuente con el equipo del programa, aunque no decide de forma directa sobre sus contenidos ni temática. Se le denomina también programación adquirida.

---

# CAPÍTULO V

## LA PROGRAMACIÓN MUSICAL



La Programación Radiofónica

¿Cómo se hace la programación musical? Es una de las preguntas que me ha llevado a dar cursos, conferencias y asesorías a diversas instituciones como: Radio UDEM, Radio IPN, CCEMX Radio, Centro de las Artes de San Agustín Etla de Oaxaca, la Universidad del Claustro de Sor Juana, el Centro Cultural de España en México, la Universidad José Vasconcelos de Oaxaca, la Universidad de Monterrey, entre otras. Este capítulo hablará de los aspectos generales necesarios para hacer la programación musical de una emisora.

## 5.1 Consideraciones para hacer la programación musical

El *software Music Pro* resultó ser un parteaguas, solucionaba el problema para elaborar la programación musical de una manera muy eficiente, la dificultad radicaba en que nadie en el IMER, en pleno 2004, tenía conocimiento sobre el manejo de esta herramienta. Aunque poseíamos el manual de operación, nos enfrentamos a conceptos desconocidos como: relojes de programación, categorización de la música y metadatos. Fue de esta manera en que descubrí la verdadera función de la tarjeta o ficha musical, así como de la importancia de diseñar una gran cantidad de diversas nomenclaturas para calificar cada tema que se deseaba programar en la emisora, esto ayudaría a establecer reglas de transición o separación de temas e intérpretes.

Ejemplos de nomenclaturas hechas para la catalogación de los temas de Horizonte 107.9 FM:

A	R&B	J	Jazz	S	Español
B	Balada	K	Country	T	Italiano
C	Blues	L	Latino	U	Portugués
D	Dueto	M	Mujer	V	Inglés
E	-	N	Bossa nova	W	World music
F	Flamenco	O	Smooth Jazz	X	Navidad
G	-	P	Pop	Y	-
H	Hombre	Q	Francés	Z	Otros
I	Instrumental	R	África	-	-

La función de las nomenclaturas era simplificar información, se encontraba en la tarjeta BIJ y se leía como: tema balada, jazz, instrumental.

Iniciamos la configuración del algoritmo llamado *Music Pro*; para su puesta en marcha, debíamos tener una selección musical minuciosa de lo que se deseaba sonora en la programación de la emisora, posteriormente dicho material debería

ser catalogado. Como en todo inicio, hubo aciertos y errores, con el tiempo llegamos a la perfección de la metodología y el uso del *Music Pro*.

¿Qué implica catalogar un tema? Describir los elementos que lo diferencian de los demás temas tales como: título, intérprete, álbum, clave o número para ubicar al disco dentro del inventario de la fonoteca, el track y la duración del tema. También se tenía que puntualizar atributos como: ritmo, estilo o género musical, voz, la asignación de un horario para ser programado y la categorización del tema.

Ahora profundicemos en la elaboración de la programación musical de una emisora.

## **5.2 Breve historia de la programación musical**

En 1949, Robert Todd Storz<sup>6</sup>, junto con su padre, compraron una estación de radio, la KOWH en Omaha, Nebraska; Todd se convirtió en el gerente general de la estación. En ese momento, la programación de radio AM consistía en programas de una extensa duración con una amplia participación de patrocinadores, acontecimientos locales y de comunidades cercanas. Mensajes que hablaban del estado del tiempo, del clima, noticias de familiares, amigos, invitaciones a eventos, reseñas de estos, había espectáculos variados, música popular en vivo, etcétera. Storz observó que muchos radioescuchas reaccionaban de forma muy favorable a ciertas canciones.

Storz siempre estuvo abierto a la innovación, sobre todo si se trataba de algo nuevo para la emisora de radio en Omaha. De niño pasó varias horas solo, lo que le permitió desarrollar un ojo agudo y fino oído, viajó mucho y eso le ayudó a descubrir el país, Estados Unidos estaba cambiando. Vio cómo los jóvenes abandonaban los suburbios, pensó que la radio sería parte indispensable de la vida cotidiana. Descubrió que era el único medio de entretenimiento al conducir un automóvil en las carreteras. Llegó a la conclusión de que las familias no volverían a reunirse alrededor de la sala, sentarse y escuchar la radio. Pero tenía el presentimiento de que la radio podría asumir un papel más íntimo: simplemente estar allí, siempre, en el fondo, no como el entretenimiento principal, pero sí como un medio de compañía. Storz buscaba un cambio, no estaba casado con la época dorada de la radio, él quería comercializarla. A pesar de que la televisión comenzó a capturar la imaginación, la radio también estaba cambiando. Gracias a componentes

---

<sup>6</sup> Sobre Robert Todd Storz véase: FATHERLEY, Richard W y MACFARLAND, David T., *The Birth of Top 40 Radio: The Storz Stations' Revolution of the 1950s and 1960s*, Ed. McFarland & Company, Inc., 2014.



electrónicos y baterías cada vez más pequeños, los radios estaban encogiéndose, se hacían portátiles, los fabricantes de automóviles estaban ofreciendo muchos más vehículos equipados con radios. La radio estaba saliendo de la sala de estar. En 1953, casi uno de cada tres estadounidenses usó la radio para despertarse por la mañana.

Pero ¿qué iban a escuchar? Storz no estaba seguro de lo que quería poner en KOWH, pero sabía lo que no quería. Empezó a cancelar los programas no tan exitosos. La respuesta para sustituir estos programas la encontró en las rockolas de los restaurantes, observó a los clientes ponerles monedas para escuchar sus temas y canciones favoritas, Storz estaba convencido de que la gente quería escuchar los temas que más le gustaba una y otra vez. Después de que los clientes se habían marchado, la mesera pondría de su propio dinero en la máquina de discos para escuchar durante varias horas la misma canción.

En 1950, una investigación de la Universidad de Omaha en que se preguntó al público ¿qué era lo que les gustaba escuchar en radio?, llegó a manos de Storz, al leerla descubrió que lo que más le gustaba escuchar a la gente era los programas de música y sus canciones favoritas. Si el programar música era lo que se necesitaba para salvar la radio y así hacer redituable su inversión, Storz iniciaría el cambio de programación de KOWH.

Durante los próximos meses extendió la música a lo largo de la transmisión del día. La idea era simple, música y noticias con locutores que conocían Omaha y el ritmo de la ciudad, se informaba lo que estaba ocurriendo en las escuelas, los precios del trigo y el maíz, se daba el informe del tráfico, avisos de tornados, se hablaba de las festividades locales y, sobre todo, las canciones se repetían un par de veces cada día, simplemente porque eran las canciones más populares de la ciudad.

Según lo medido por las ventas en las tiendas de discos locales y una investigación sobre cuáles eran los temas más populares de las "rockolas" del pueblo, al hacer cuentas descubrieron que estas sumaban cuarenta. En ese instante nació lo que hoy conocemos como el formato TOP 40<sup>7</sup> o los cuarenta principales. Una vez descubierta la fórmula e implementado el formato, los locutores llegaban a cabina a poner las 40 canciones que tenían al alcance de la mano, sin orden específico. A finales de 1951, la cuota de oyentes de Omaha KOWH aumentó de forma considerable.

---

<sup>7</sup> MACFARLAND, David, *The development of the Top 40 radio format*, Arno Press, Nueva York, 1972, p. 262.

A manera de resumen podemos decir que el nacimiento del formato Top 40 fue una respuesta al rápido posicionamiento de la televisión. La programación en radio comenzaba a estar más definida.

Y aunque en la televisión aparecían grupos y artistas de moda, no existía comparación con la repetición de éxitos en la radio. En los años 70, el formato Top 40 entró a una etapa de desgaste, tanto por su propia naturaleza, como por la expansión de la frecuencia modulada, pues esta presentaba mayor calidad de sonidos y variedad en la programación musical.

La evolución musical es constante, un estilo o género musical posee características o parámetros que lo llevan a distinguirse de los demás estilos. Al incorporar nuevos elementos o características, se modifica un género y se crea uno nuevo.

En la música popular norteamericana se puede ver muy claramente esta forma de evolucionar.

El góspel, el blues, el folk, el country, son géneros que fueron bautizados por su origen o por alguna característica de la gente que los interpretaba. Así, el góspel es música para alabar y adorar a Dios, el blues es el canto triste de los emigrados de África condenados a la esclavitud en las plantaciones de los estados del sur de Estados Unidos, el folk es la expresión de la gente común y corriente, la del pueblo, y el country, la música hecha en el campo.

El swing, por su parte, es el ritmo tocado por las grandes bandas de la época, las big bands, el rhythm and blues fue la incorporación de ritmos más alegres y bailables al lamento que era el blues, y cuando alguien decidió mecer y contonear la cadera al ritmo de una mezcla de country y R&B, nació el rock & roll.

Años después siguió el pop, bautizado por el estilo pictórico de la época y, al poco tiempo, como siempre ocurre, aparecieron las primeras divisiones del rock: hard rock, soft rock, etc. Había que separar los contrastes, las diferencias: lo duro de lo suave, lo pesado de lo ligero, lo rítmico de lo lento, la balada de loailable, lo ruidoso de lo tranquilo, lo estridente de lo apacible, lo disonante de lo melódico y así consecuentemente.

¿Por qué surgieron estas divisiones? Porque los músicos comenzaron a crear un sinnúmero de variantes de un estilo que no le gustaba al mismo público y porque los que comercializan estas manifestaciones artísticas, tienen que vendérselas a un nuevo consumidor. Porque las tiendas y los vendedores necesitan diferenciar cada producto para satisfacer las demandas y no tener devoluciones y clientes insatisfechos. Dos ejemplos de ello son la música new age y la música alternativa, géneros musicales que obligaron a las tiendas de discos a crearles espacios que las diferenciaron del resto de los géneros existentes.

A la gran mayoría de la gente le gustan varios estilos de música, según su estado de ánimo buscará el tipo de música que vaya de acuerdo con este. Y todo sin olvidar que la música genera recuerdos, matiza memorias, rememora vivencias, atiza la nostalgia y magnifica los buenos y malos momentos. Este fenómeno lo podemos ver cuando los escuchas cambian de estación.

La razón por la que una persona le cambia de estación, es porque en ese momento no le agradaba lo que está escuchando. Porque le parece aburrido, porque ha escuchado demasiadas veces un mismo tema musical, porque, debido a su estado de ánimo, desea escuchar otro tipo de música, porque quiere sorprenderse y lo que suena ya le resulta predecible, porque tiene curiosidad y disposición de algo nuevo, porque no sabe lo que quiere, pero sabe que no es lo que está sonando en ese preciso momento. Cambiar a otra opción es tan sencillo como darle la vuelta al dial o apretar un botón de las memorias automáticas de la radio y, en un instante, estar en otra frecuencia. Ya no digamos las opciones más avanzadas que ofrecen los servicios de reproducción de música en línea, los reproductores de mp3, por mencionar algunos.

¿Qué significa esto en el terreno de los formatos musicales en la radio? Que hoy día es casi imposible que una persona tenga la disposición, apertura, la curiosidad o el estado de ánimo necesario para dejarse llevar por todas las propuestas musicales que pueden salir de una misma estación y que estas coincidan con su forma de sentir en cada momento. Y cada vez más, lo que buscan las estaciones es tener un público fiel, que sintonice esa frecuencia el mayor tiempo posible.

La otra opción, si toda la música que una estación programa va a sonar sin mediar ningún tipo de separación y va a transitar del barroco al heavy metal, del ranchero al tango, de la banda norteña al hip hop, de la ópera al jazz y de la cumbia al rap, solo conseguiríamos:

- Ahuyentar a toda la audiencia y quedarnos solos; o,
- Formar a una nueva audiencia, aquella que sea capaz de discernir y disfrutar de todos los géneros, a toda hora. Escuchas eruditos, cultos, sensibles y dispuestos a descubrir algo bello y positivo a cualquier expresión musical. Sueño imposible.

Desde los orígenes de la radio, la música ha sido un elemento esencial y básico en la programación radiofónica. En esos orígenes eran las mismas emisoras quienes adaptaban su programación para que sonaran orquestas, coros e incluso tenían músicos exclusivos para que los solistas pudieran mostrarle al mundo sus obras musicales.

Años más tarde, con la aparición de los discos de vinil y los discos compactos, pasando por los cartuchos, los dats y los minidiscos, entre otros sistemas, la radio se ha convertido en una especie de gran fonoteca o rockola (como se quiera considerar) que impulsa y difunde los éxitos musicales del momento, dando mayor publicidad y promoción a los artistas y grupos.

La realización de los programas musicales en la actualidad ha dejado de ser una tarea compleja, siendo la frecuencia modulada donde se encuentran este tipo de formatos. La variedad de estas emisiones es amplia y destacan aquellos que se basan en listas o charts de éxitos o popularidad, Hit Parade, Billboard, etc. Este tipo de programas tuvieron su origen en la radio de los Estados Unidos en los primeros años de la década de los cincuenta, adquiriendo una mayor relevancia entre las décadas de los 80 a los 90, y cuyo objetivo era promocionar la música popular del momento, rock & roll, pop, rock, hip hop, etc., por medio de listas de discos previamente seleccionados. La metodología para hacerlos se basa en la continuidad y en la emisión de discos que se han seleccionado previamente y que se mantienen en las primeras posiciones a lo largo de una semana. Este formato permitió una gran interacción con la audiencia a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos, concursos y otros mecanismos; de alguna manera la audiencia define y decide qué quiere escuchar.

Uno de los retos más importantes al convertirme en programador de Horizonte 107.9 FM era el definir el género musical que representaría a la emisora. En sus primeros años, Horizonte, fue concebida como una estación mixta, de contenidos, con música del mundo, jazz y new age. En el período del 2000 al 2004, aunque se usaban tarjetas para elaborar la programación, la emisora carecía de una metodología clara y precisa para la selección del listado de temas que se tocarían en el día a día. La programación musical estaba excesivamente segmentada, se programaba por hora un estilo o género musical y por tanto era complicado mantener una narrativa de interés para los escuchas. No existía una selección musical definida, mucho menos una categorización, reloj de programación y reglas definidas para elaborar el listado de temas a transmitir.

Fue necesario establecer y definir la estrategia y metodología de programación, años más tarde esto resultaría fundamental para todas las emisoras del IMER.

---

# CAPÍTULO VI

## ELEMENTOS DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL



Los elementos que enlisto a continuación me permitieron organizar la metodología de programación no solo de Horizonte 107.9 FM, sino también de las demás emisoras del IMER. La mecánica de trabajo estaba diseñada, ahora era necesario hacer la adecuación a cada formato y perfil de emisora, considerar las peculiaridades de cada medio.

## 6.1 Las categorías o catalogación musical

La programación musical consta de tres elementos fundamentales:

1. Categorías o catalogación musical
2. Relojes de programación
3. Reglas o políticas de programación

Lo primero que se necesita definir para empezar a generar una programación musical es la clasificación, categorización y sistematización de la música<sup>8</sup>. Una vez que se tiene el catálogo discográfico, la música debe agruparse en distintos grupos o categorías de acuerdo a sus afinidades, características sonoras, rítmicas, por época, o cualquier otro criterio.

Muchas veces la clasificación de la música puede ser tan simple y sencilla como agruparlas en rápidas o lentas, nuevas, viejas, recientes o con la finalidad de garantizar que una vez programadas sonarán como queremos que suenen y no aleatoriamente, ni guiadas por el azar, sino bajo un procedimiento determinado por reglas y estrategias.

Es importante considerar:

- La cantidad de temas o canciones que integran cada una de las categorías o grupos de musicales.
- El tiempo que debe durar una canción o tema al aire antes de pasar a otra categoría. Dependerá de las políticas de programación.
- Los años que deben considerarse para que un tema forme parte de un catálogo determinado.
- Los criterios de selección de temas que deben considerarse para la conformación de los catálogos.

---

<sup>8</sup> Sobre radio especializada véase: MACFARLAND, David, *Contemporary radio programming strategies*, Lawrence Erlbaum Publishers, Hillsdale, 1990; PRYFIG, Katrin, *Formatradio ein Erfolgskonzept?*, Vistas, Berlín, 1993; KEITH, Michael, *Radio programming. Consultancy and strategies*, Focal Press, Boston, 1987; ROUIT, Edd, MCGRATH, James y WEISS, Frederic, *The radio format conundrum*, Hastings House, New York, 1978; FORNATALE, Peter y MILLS, Joshua, *Radio in the television age*, The Overlook Press, New York, 1980.

Cuando se habla de una categoría en radio se hace referencia a un conjunto de canciones que poseen características similares. Estas pueden ser las que la programadora o el programador decida establecer o definir, para facilitarle la secuencia en que deben sonar y la separación que debe de haber entre cada una de ellas. Por ejemplo:

- Años, décadas o épocas en que fueron éxitos.
- Patrones y códigos sonoros de cada tema: pop, rock, soul, dance, balada, rítmica, o sofisticarse hasta el punto de tomar en cuenta si la canción está grabada en concierto, si es acústica, orquestada, entre muchas otras características.
- Género: hombre, mujer, dueto, coro, instrumental, etcétera.
- O cualquier otra cualidad o característica que nos permita conservar un patrón y/o armonía musical. El principio más relevante para agrupar la música en categorías o grupos es que entre estas existan similitudes y equivalencias.

Para un manejo óptimo de la programación, las categorías pueden nombrarse con números, letras o ambas.

Pongamos un ejemplo de clasificación alfanumérica:

- |                          |       |
|--------------------------|-------|
| • Promocional o novedad  | 1 o P |
| • Éxito                  | 2 o E |
| • Recurrente             | 3 o R |
| • Catálogo actual        | 4 o A |
| • Catálogo contemporáneo | 5 o B |
| • Catálogo tradicional   | 6 o C |

Si pretendiéramos realizar un ejercicio hipotético en el diseño de las categorías o grupos musicales para una estación de radio, tendríamos que comenzar estableciendo una serie de interrogantes, necesidades o características, como: ¿cuál es el público objetivo de la programación? ¿Qué características debe tener la programación? ¿Cuáles son las limitaciones o restricciones?

Para la creación de las categorías debemos de considerar las primeras reglas y restricciones de nuestra programación musical, por ello es importante saber: ¿qué debemos tocar? ¿Cómo no debemos programar? ¿Cómo debe ser el perfil sonoro? Por ejemplo, para Horizonte no deberíamos tocar dos voces de mujer o

dos voces de hombres o dos temas instrumentales seguidos. Para Interferencia HD3 no deberíamos tocar dos temas recurrentes o de catálogo seguidas.

### **Definir épocas**

Una vez determinado el formato de la emisora, el siguiente paso es definir el tipo de música que ha de transmitirse día a día; clasificar las épocas de los catálogos, es decir, a partir de qué año se debe comenzar.

Al momento de efectuar la selección musical es importante considerar que no toda la música posee la calidad suficiente y necesaria para ser programada, y por lo tanto deben existir reglas claras e inquebrantables para separar el gusto por lo personal de los temas que el oyente quiere escuchar en su estación favorita.

Al seleccionar los temas musicales es importante considerar el número total de canciones que han de integrar los diferentes catálogos. El tamaño de siempre dependerá del tipo de formato, de la estrategia y del objetivo de la emisora.

Los listados de un formato juvenil, en español o en inglés, por ejemplo, suelen ser pequeños, con aproximadamente 300 o 400 canciones en promedio y cuya rotación es muy alta (cada canción rota aproximadamente 5 a 6 veces al día, en promedio), pues ese es el objetivo, la alta exposición de éxitos.

En cambio, una emisora formato inglés o español adulto contemporáneo, se compone aproximadamente de 1000 a 1500 canciones, siendo el promedio de 800 temas, con los cuales se obtiene una rotación promedio de 3 veces máximo.

Por su parte, los catálogos del formato música del recuerdo, en inglés o en español, suelen ser los más grandes dado que se basan en varias décadas, y por lo tanto es común que se integren con más de 3000 canciones. Estas cantidades son aproximadas.

### **La cantidad ideal de canciones o temas**

Pongamos un ejemplo hipotético para determinar la cantidad ideal. Cada hora contiene 60 minutos, de esos 60 minutos, 5 son utilizados para programar los cortes informativos y 14 minutos de cada hora son para la ubicación de los cortes comerciales, los reportes varios, los promocionales y otros eventos. Entonces, si contamos con 5 minutos para noticias y 14 minutos para eventos varios de los 60 minutos, disponemos de 41 minutos para la programación de la música.



Para efectos de cálculo, suponemos que cada canción tiene una duración promedio de 4 minutos. Entonces 41 minutos divididos entre 4 nos da 10 canciones para la hora.

Continuando con el cálculo, acordemos que la categoría o grupo de éxitos se programen cada dos posiciones. Entonces decimos que, 10 entre 2 significa que 5 de los 10 temas disponibles para ser programados serán éxitos.

Queremos que cada cuarto de hora se programe un tema de catálogo. Un tema de catálogo por cuarto de hora significa que 4 de nuestros 10 temas son de esa categoría. Hasta este momento se han calculado 9 de los 10 temas disponibles para la hora, programamos 1 novedad por hora, y si proyectamos una rotación para que suene tres veces por día, entonces la categoría la integran 8 temas.

Un incremento o decremento en el número de temas en cualquiera de estas categorías significa una rotación menor o mayor del promedio planeado.

La regla es simple: a mayor cantidad de temas, menor rotación y viceversa. Es directamente proporcional a la cantidad de canciones elegidas.

### **La rotación musical**

La frecuencia en la rotación musical tiene una razón de ser, ya que el promedio de escucha de un individuo en una estación determinada cada vez es más corto. En ese sentido, la frecuencia corresponde al porcentaje de la audiencia que ha estado al menos quince o treinta minutos escuchando la radio, sin importar qué estación sintonice, así como el total de escuchas que entran, salen y permanecen en la estación.

De ahí la importancia de programar determinadas categorías considerando los cuartos de hora de un reloj programático.

Si suponemos que el promedio de escucha es corto, la estrategia más adecuada será programar la mayor cantidad de éxitos en ese período, asegurando de esa manera una correcta exposición del catálogo con el que cuenta la estación.

Esta es una regla que usualmente se aplica en las estaciones de formato juvenil, dado que, por las actividades inherentes a ese perfil de escuchas, durante un buen tiempo no sintonizan la estación.

Caso contrario es cuando el tiempo de escucha de una estación es más alto del promedio, entonces la rotación será menor, lo que significa tomar ventaja de esa situación.

La rotación en la programación se determina al establecer el orden de paso, es decir, la secuencia en que se irán programando las diferentes categorías musicales. Esto significa qué categoría se programa primero y cuáles le irán sucediendo y en qué orden. Al definir el orden de paso de cada categoría y cada canción, se decide la cantidad de veces que un tema será tocado o programado, la frecuencia con que sonarán las novedades y la edad de la programación.

A mayor cantidad de catálogo tocado será mayor la edad del patrón musical o código sonoro de la estación y viceversa.

Este procedimiento fue establecido por el inventor del primer formato Top 40, Todd Storz, en el cual creó no solo la primera programación escrita, sino las grandes ventajas que ofrecía a la audiencia la constante exposición de los éxitos.

Para determinar el orden de paso es necesario crear una guía o reloj musical, en el cual se establezca el balance que debe existir entre las propias categorías, tomando como base los estudios de audiencia que indiquen cuál es la frecuencia de escucha para una estación, así como la política de los cuartos de hora. Balancear una programación es establecer la separación proporcional y equilibrada de las categorías y depende de la cantidad de canciones que contenga cada una de las categorías. Las categorías con menor número de canciones rotan más, las grandes rotan menos.

Una guía de programación hipotética (con la cual establecemos simultáneamente la rotación) quedaría como sigue. Cada una de las letras o números que a continuación se muestran simbolizan una categoría musical:

1 6 P 2 – 5 2 7 1 – 1 2 P 6 – 1 5

En esta guía hipotética de programación las categorías más importantes son: 1, 2 y P; las demás: 6, 5 y 7 son categorías que respaldan a la programación, son los catálogos. Para realizar el balance en la programación es importante conocer la cantidad de canciones que contiene cada una de las categorías.

Ejemplo:

- P – 5, 7 o 9 (dependiendo de la rotación)
- 1 – 15
- 2 – 45
- 5 – 150
- 6 – 175
- 7 – 300

Este catálogo hipotético está integrado por 692 canciones. Los grupos pequeños, los de mayor rotación, deberán ser siempre números nones para que durante el proceso de programación los temas no sean programados en los mismos horarios y en los mismos días. La audiencia suele detectar esos errores.

Si se pretende establecer una menor rotación en los grupos pequeños, se pueden agregar más temas, con la condición de que sigan siendo números nones.

A continuación describo el ciclo de un tema o canción:

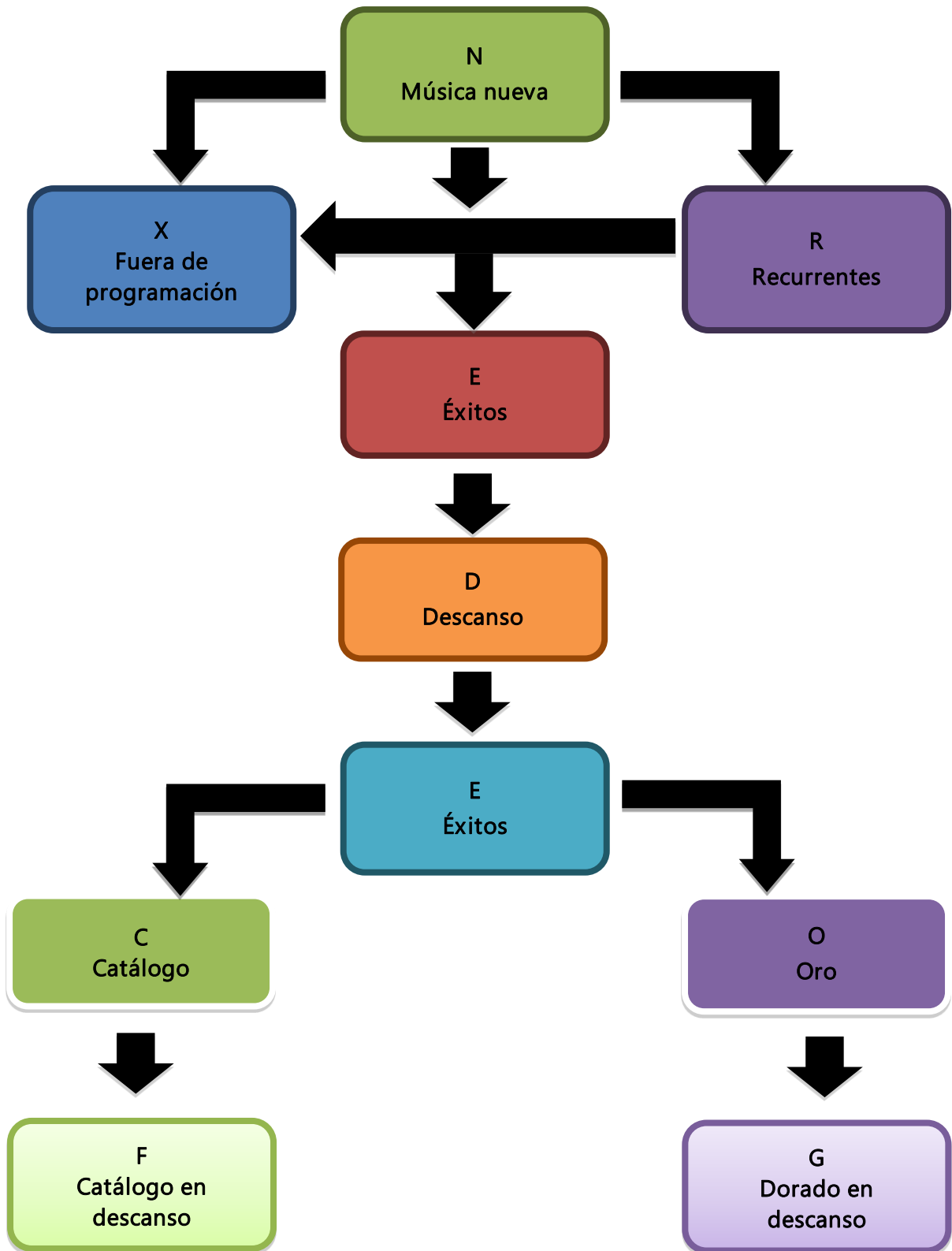
1. N: todo tema alguna vez fue novedad, lo conocemos como sencillo o lanzamiento y lo programamos en nuestra rotación musical en los segmentos que hemos destinado a la música nueva o recientemente hecha. Para esa música hay dos opciones: la primera es que no guste a nuestros escuchas y la pongamos fuera de programación, y la segunda es que sea del agrado del auditorio y avance a la siguiente categoría.
2. R: Después de ser novedad musical, el siguiente escalafón de un tema es ser recurrente, algo que gusta y es identificado por las audiencias.
3. E: De acuerdo con el manejo y las reglas establecidas sobre nuestro catálogo musical, los temas recurrentes pueden o no convertirse en éxitos. Aquí hago una acotación importante: ¿qué es un éxito? Es un tema o canción que es recordado y reconocido casi de forma inmediata, aún y cuando no recordemos el nombre del tema o su intérprete, pero en algún momento lo hemos escuchado y nos recuerda algo o algún momento de nuestra vida.
4. D: Algunos hemos escuchado la expresión: “¡otra vez la misma!” Es importante considerar que los temas, en algunas ocasiones, son sobreexpuestos, y después de causar emoción y fulgor, pueden causar aburrimiento o hartazgo, dejemos descansar los oídos y luego revivamos

los temas y volvamos a causar muchas emociones en los escuchas. Después de escuchar demasiadas veces una canción, es importante dejar descansar a los escuchas y dar oportunidad a nuevos temas o retomar algunos otros que hace tiempo no se han escuchado. Dejemos descansar, por un tiempo, una parte de los éxitos de nuestra emisora y luego volvamos a sonarlos.

5. C y O: Hay música que causa especial impacto y logra un lugar especial en los escuchas, con el paso del tiempo hay temas que se convierten en himnos de una o varias generaciones, son temas memorables, ricos en materia musical y sobresalientes del resto, por ejemplo:
  - a. El intérprete Queen, su tema más representativo en categoría O u oro sería *Bohemian Rhapsody*, los temas en catálogo o en categoría C son: *Don't stop me now*, *We will rock you*, *Somebody to love*, entre otros.
  - b. Intérprete Javier Solís: el tema *Sombras nada más* estaría clasificado en categoría O, las canciones en categoría C son: *Esclavo y amo*, *Payaso*, *El loco*, entre otros.
  - c. Para Antonio Carlos Jobim, su tema insignia en categoría O es *Aguas de marzo*, las canciones: *Triste*, *Fotografía* o *Desafinado* se catalogarían en C.
6. F y G: Como sucede con todos los temas conocidos, es importante dejar de tocarlos en algún periodo, por eso hay categorías para dejar descansar los títulos de las categorías C y O, en este caso son F y G. El periodo que debe descansar un tema dependerá de las estrategias y políticas de la programación establecidas para su elaboración.

El último renglón pendiente para comenzar a programar en forma, es el diseño de los relojes de programación.

## Ciclo de la música en programación



## 6.2 Los relojes de programación

Definimos al reloj de programación como la descripción gráfica de todos los elementos que componen o integran una hora de transmisión, a lo largo de las 24 horas del día. Aquí establecemos cómo sucederán las cosas en nuestra programación.

En un reloj de programación se representan absolutamente todos los eventos diseñados y planeados para una transmisión ideal, tanto para los formatos musicales, como para los formatos de programas de contenido o hablados e informativos.

Para el correcto diseño de un reloj programático deben tomarse en cuenta una serie de elementos cuya finalidad es precisar sus características particulares.

Es importante destacar que los relojes que se muestran a continuación son de carácter ilustrativo y no significa que se deban elaborar tal y como se presentan, pues cada emisora, dependiendo de sus respectivos formatos, tendrá sus propias políticas y estilos para programar, ubicar sus cortes y manejar sus elementos de programación y producción.

### Reloj 1

Para el diseño de este reloj se consideran dos cortes informativos o noticiosos de 5 minutos cada uno, el primero ubicado en el minuto 25 y el segundo, en el minuto 55. Cada uno de los cortes incluye un spot de un minuto.

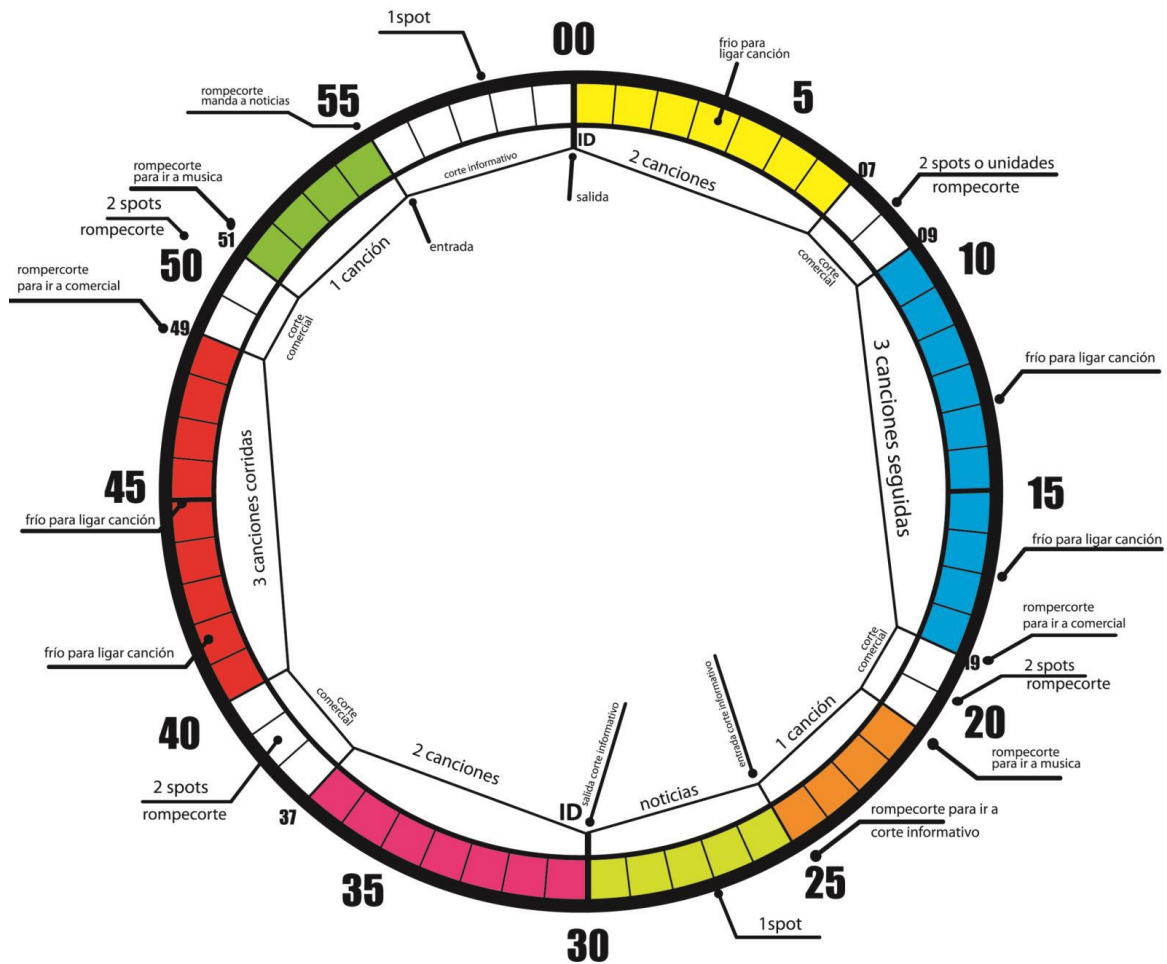
En este reloj se contabilizan 10 minutos de comerciales en total, 8 de ellos divididos en cuatro cortes de 2 minutos con dos spots o unidades cada uno, los dos restantes se incluyen en los cortes informativos, con una sola unidad cada corte.

Descripción Reloj 1:

- 00:00 - 00:07 La hora comienza con la identificación (ID) que se liga con dos canciones en un primer bloque.
- 00:07 - 00:09 Primer corte comercial de dos minutos con dos unidades.
- 00:09 - 00:19 Segundo bloque musical con tres canciones continuas, que comprende el final del primer cuarto de hora y el principio del segundo cuarto.

- 00:19 - 00:21 Segundo corte comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:21 - 00:25 Tercer corte musical con una sola canción.
- 00:25 - 00:30 Primer corte informativo de cinco minutos. Las diferentes secciones ofrecen el reporte del tiempo, deportes, e incluyen un spot de un minuto. Termina el corte y se liga con la identificación (ID) de la media hora.
- 00:30 - 00:37 Cuarto segmento musical con dos canciones ligadas porque precede del bloque de noticias.
- 00:37 - 00:39 Tercer corte comercial de dos minutos y dos unidades.
- 00:39 - 00:49 Quinto bloque musical con tres canciones seguidas, que al igual que en la primera media hora comprende el final de un cuarto de hora el inicio del segundo cuarto de hora.
- 00:49 - 00:51 Cuarto corte comercial de dos minutos y tres unidades en el corte comercial.
- 00:51 - 00:55 Sexto segmento musical de una sola canción.
- 00:55 - 00:00 Segundo corte informativo de cinco minutos con un spot 00:00:60.

Es importante destacar que en este reloj únicamente se ilustran dos cortes informativos, cuatro cortes comerciales y seis bloques musicales. No existen más elementos de producción.



## reloj de programación 1



## Reloj 2

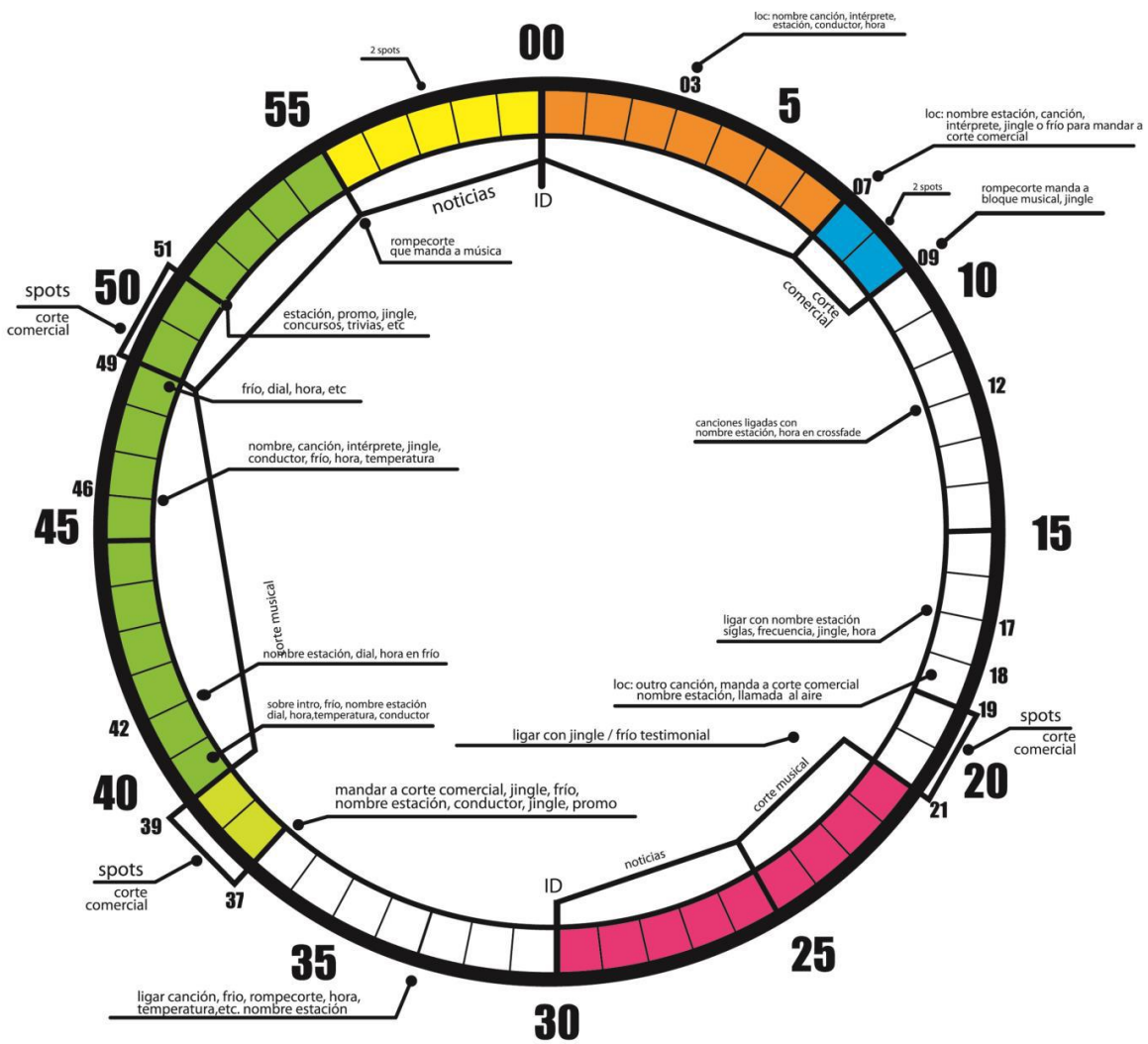
Este reloj conserva los mismos cortes comerciales e informativos (2) del Reloj 1, pero se le han agregado más elementos: el nombre del conductor, fríos para ligar canciones, la hora, el nombre de la estación, jingles, el reporte del tiempo, el reporte de radioescuchas, la posición en el dial, etc.

Se debe notar que solo se ilustra el final de los bloques musicales y comerciales y se omiten los mismos, pues la finalidad de este ejercicio es ejemplificar el manejo de los diversos elementos de producción antes y después de los segmentos referidos.

Descripción Reloj 2:

- 00:00 - 00:03 Termina el primer corte musical. Al finalizar se proporciona el nombre de la canción, el intérprete, el nombre de la estación, del conductor y la hora, para ligarse con la siguiente canción. Se recomienda el fundido de melodías (crossfade). Para ello es necesario conocer el intro y outro de ambas canciones.
- 00:03 - 00:07 Al terminar el bloque musical se debe proporcionar el nombre de la estación, para ligarse con jingle o fríos de salida para mandar al primer corte comercial. Para algunos programadores es el momento ideal para promocionar obsequios o concursos, ya que el bloque musical es de tres canciones, tiempo suficiente para tomar llamadas telefónicas y tener ganador o ganadora, que podría o no salir al aire como testimonial y con esto se motiva a que la audiencia permanezca sintonizada durante el corte comercial.
- 00:07 - 00:09 Al término del corte comercial, ligarse con jingle e intro de la primera canción del segundo bloque. Puede iniciar con intro para montar el frío. En este bloque puede incluirse auto promocional e invitar al oyente para que se comuniquen vía telefónica, correo electrónico, mensajes SMS o cualquier red social.
- 00:09 - 00:12 Las canciones de este segmento se ligan con el nombre de la estación y la hora en frío en crossfade.
- 00:12 - 00:17 Entre canciones puede insertarse el nombre de la estación, la posición en el dial, jingle, temperatura, la hora, fríos, etc.

- 00:17 - 00:18 Sobre el outro (final) de la canción mandar a corte comercial. Se sugiere proporcionar el nombre de la estación y, cuando sea el caso, manejar llamadas al aire ya que en el bloque anterior se invitó a la audiencia a participar en concurso o promoción de regalo.
- 00:18 - 00:19 Durante el corte comercial se toman llamadas del público que participan en el concurso o promoción para tomar peticiones de canciones, sugerencias, saludos, etc.
- 00:19 - 00:21 Al terminar el corte comercial, ligarse con jingle o frío. Si acaso hubiera ganador de algún concurso, puede mencionarse en el intro de la primera canción del bloque.
- 00:21 - 00:25 Al terminar el corte musical, ligarse con frío, jingle, etc., y mandar al corte informativo.
- 00:25 - 00:30 Al terminar el corte informativo o noticioso, ligarse con identificación (ID) para el siguiente bloque musical. No se proporciona la hora en este segmento.
- 00:30 - 00:33 Nombre estación, frío, rompecorte, hora, temperatura, etc.
- 00:33 - 00:37 Mandar a corte comercial con el nombre de la estación, promocional, la hora, jingle, etc.
- 00:37- 00:39 Al término del corte comercial se liga con jingle, saludos, testimonial, etc., sobre intro de la primera canción.
- 00:39 - 00:42 Sobre intro, frío del nombre de la estación, ubicación en el dial, la hora, temperatura, etc.
- 00:42 - 00:46 Nombre de la estación, nombre del conductor, frío, jingle, etc.
- 00:46 - 00:51 Nombre de la estación, promocional, ligar jingle al bloque musical. Espacio ideal para concursos, y ligarse a corte informativo o noticioso.
- 00:51 - 00:55 Corte informativo o noticioso que incluye spot de 00:00:60, y ligarse con ID.
- 00:55 - 00:00 Fin de la hora y se liga con Identificación (ID) de la hora.



## reloj de programación 2

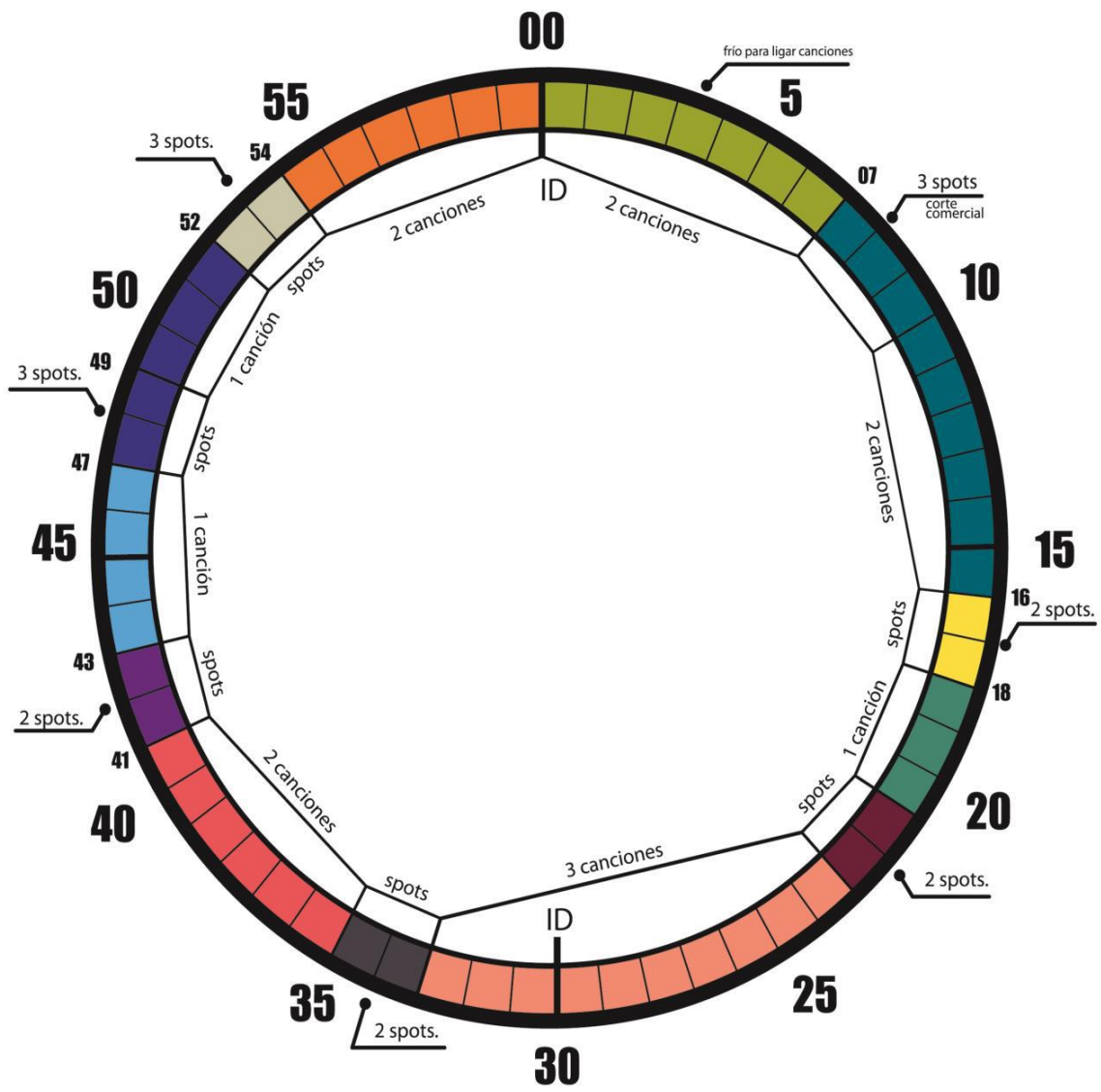
### Reloj 3

Este modelo de reloj programático no incluye cortes informativos o noticiosos, pero muestra un incremento de cortes comerciales de 10 a 14 minutos, dispuestos en siete bloques de 2 minutos con tres unidades cada uno, y cuyo máximo es de 14 minutos y 21 unidades en total. Este modelo de reloj es fundamentalmente musical.

Es importante notar que muchas de las posiciones de los cortes comerciales se mantienen sin cambio, pero es posible mantener al menos cinco minutos de separación entre ellos, con respecto al mantenimiento del cuarto de hora, como ya se ha visto en los dos relojes anteriores.

Descripción Reloj 3:

- 00:00 - 00:07 Identificación (ID), que se liga con el primer bloque de dos canciones al inicio de la hora.
- 00:07 - 00:09 Primer corte comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:09 - 00:16 Segundo bloque de dos canciones continuas.
- 00:16 - 00:18 Segundo bloque comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:18 - 00:21 Tercer segmento musical con una sola canción.
- 00:21 - 00:23 Tercer segmento comercial con dos minutos y tres unidades.
- 00:23 - 00:33 Cuarto bloque con tres canciones en línea.
- 00:33 - 00:35 Cuarto bloque comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:34 - 00:41 Quinto bloque de dos canciones continuas.
- 00:41 - 00:43 Quinto bloque comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:43 - 00:47 Sexto segmento de una canción.
- 00:47 - 00:49 Sexto espacio comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:49 - 00:52 Séptimo bloque de una canción.
- 00:52 - 00:54 Séptimo corte comercial de dos minutos y tres unidades.
- 00:54 - 00:00 Octavo segmento musical con dos canciones seguidas hasta la hora que se liga con ID.



# reloj de programación 3

A continuación muestro el reloj de programación que elaboré para Interferencia HD3.

### Reloj de Interferencia HD3



Interferencia HD3																	
Horario	1	2	3	4	5	6	7	8	Corte de emisora								
									9	10	11	12	13	14	15	16	
00:00 - 01:00	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	Reloj 1
01:00 - 02:00	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	Reloj 2
02:00 - 03:00	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	Reloj 1
03:00 - 04:00	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	Reloj 2
04:00 - 05:00	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	Reloj 1
05:00 - 06:00	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	Reloj 2
06:00 - 07:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
07:00 - 08:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 4
08:00 - 09:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
09:00 - 10:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 4
10:00 - 11:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
11:00 - 12:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 4
12:00 - 13:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
13:00 - 14:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 4
14:00 - 15:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
15:00 - 16:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 4
16:00 - 17:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
17:00 - 18:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 4
18:00 - 19:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 3
19:00 - 20:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 3
21:00 - 21:00	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	Reloj 4
21:00 - 22:00	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	E	N	E	R	Reloj 3
22:00 - 23:00	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	Reloj 1
23:00 - 24:00	E	N	C	R	E	N	E	R	E	N	C	R	E	N	E	R	Reloj 2

El esquema anterior considera:

- 5 categorías musicales:
  - E - éxitos

- R - recurrentes
  - C - catálogo
  - N - novedades
- 4 diferentes relojes
  - 2 cortes por hora
  - Y por lo menos 2 reglas:
    - Después del corte de emisora se liga a un tema musical de la categoría E.
    - Las categorías N y R siempre estarán programadas entre las categorías E o C.
  - Existen más reglas en este esquema de programación no descritas en el diagrama como:
    - La segmentación de la música en 3 partes del día:
      - Temas que solo se pueden programar dentro de las 22:00 y hasta las 5:59 horas.
      - Temas que solo se pueden programar dentro del segmento de entre las 15:00 y 5:59 horas.
      - Y temas que pueden sonar las 24 horas.
    - Reglas de transición:
      - Después de un ritmo rápido no podemos ir de forma inmediata a un ritmo lento y viceversa.
      - No se pueden ligar más de tres voces de hombres y más de dos de mujeres.

El reloj diseñado para la programación musical de Interferencia HD3 nos muestra segmentos musicales largos con una gran cantidad de música nueva, este tipo de reloj y su discurso narrativo busca atender a las juventudes.

Ahora veamos el esquema de programación musical de Radio México Internacional vigente a partir del año 2011. Aquí se consideran:

- 4 categorías.
- 4 diferentes relojes.
- 16 temas por hora.
- 5 intervenciones de locución (L o LC) por hora.

- Y también, en el último cuadro, podemos ver el número ideal de temas por los que debe estar compuesto el catálogo de Radio México Internacional.

## Reloj de Radio México Internacional



Lunes a viernes																					
1:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
2:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
3:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
4:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
5:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
6:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
7:00	Noticias																				
8:00																					
9:00																					
10:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
11:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
12:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
13:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
14:00	Noticias																				
15:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
16:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
17:00	Noticias																				
18:00																					
19:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
20:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
21:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
22:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
23:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N



Sábado y domingo																					
1:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
2:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
3:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
4:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
5:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
6:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
7:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
8:00	Noticias																				
9:00																					
10:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
11:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
12:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
13:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
14:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
15:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
16:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
17:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
18:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T
19:00	Noticias																				
20:00	N	L	R	T	M	L	N	R	T	M	LC	N	R	T	M	L	N	R	T	L	M
21:00	R	L	T	M	N	L	R	T	M	N	LC	R	T	M	N	L	R	T	M	L	N
22:00	T	L	M	N	R	L	T	M	N	R	LC	T	M	N	R	L	T	M	N	L	R
23:00	M	L	N	R	T	L	M	N	R	T	LC	M	N	R	T	L	M	N	R	L	T

Categoría	Características	Temas por categoría
V	Fusiones y novedades	420
I	Tradicional, folclor, regional	420
M	Mariachi y ranchero	420
N	Vientos, bandas, marimba, orquestas	420
<b>Total</b>	-----	<b>1680</b>

### 6.3 Recomendaciones para el diseño de relojes de programación

Comparto con ustedes algunos consejos que descubrí en la elaboración de la programación musical de varias emisoras del IMER, mismos que considero pueden ser de utilidad para la elaboración de relojes de programación:

- Es primordial alcanzar el máximo impacto en el inicio de la hora y después de un corte de emisora o noticioso, por lo que es importante iniciar con algún éxito o recurrente. Nunca debe comenzarse con novedades o catálogos. Con una novedad, al ser un tema que aún no es reconocido por el oyente, se corre el riesgo de que el escucha cambie de sintonía. Con un catálogo, el riesgo es darle a la estación un patrón sonoro viejo o antiguo. Una buena programación debe mantener la atención de la audiencia después de un corte comercial o un segmento de noticias o un programa hablado o de contenido.
- Los temas recurrentes se caracterizan por tener un sentido nostálgico, mientras que su valor programático reside en el hecho de saber que son éxitos comprobados y consolidados y que la audiencia aún mantiene vigentes en la memoria y en su gusto.
- Es importante tomar en cuenta que programar novedades tiene un factor de riesgo, ya que para nuestra audiencia es música desconocida, pero a medida que sepamos protegerla con éxitos o recurrentes, el riesgo de desconcertar a la audiencia es mucho menor. Esta técnica nunca falla.
- Todos estos criterios tienen un rango de seguridad que permite que la estación suene tal y como se tiene planeado. Sin embargo es imprescindible tener en consideración ciertas restricciones. Por ejemplo, hay programadores que nunca programan dos instrumentales continuas, o bien evitan que se programen tres baladas seguidas, a menos que el formato sea de baladas o que por alguna extraña razón no se programen tres mujeres en línea. La variedad es infinita y en gran medida dependen del criterio y *feeling* del programador.
- Otro principio radiofónico sentencia que nunca, bajo ninguna circunstancia, hay que anteponer el gusto personal sobre el gusto de la audiencia y los objetivos de la emisora. Si bien es cierto que quien programa tiene mayor conocimiento de esta, una mala aplicación de

esa experiencia puede ocasionar confusión y, a consecuencia de ello, que quien esté escuchando cambie de estación.

- Aunque se diga comúnmente que toda regla tiene su excepción, en radio una vez que se han fijado las reglas de la programación deben de respetarse al máximo. Hay que evitar que la programación refleje justamente lo que no se desea mostrar: inconsistencia y desequilibrio.
- No basta con tener un buen reloj o guía de programación, una buena programación solo puede ser producto de una atractiva selección musical.
- Resulta claro que las ideas, las reglas y las estrategias de programación deben contar con tres vectores fundamentales: el programador, una inquebrantable política de trabajo y un respeto hacia su audiencia.
- El programador debe saber qué es lo que quiere de la estación y cómo lo quiere hacer. Debe vivir día a día lo que sucede con su estación, conocer a la perfección las debilidades y fortalezas de ella, el comportamiento de su competencia y las necesidades de su audiencia.
- El programador es el compositor de todos los días, porque "hacer una programación de radio es hacer una canción para cada día"; debe percibir la esencia, las necesidades y los gustos de su audiencia.
- Al hacer un análisis sobre los elementos de producción que integran al reloj de programación siempre se incluyen jingles y se mencionan las siglas de la estación. Su función es que la audiencia pueda recordar constantemente cualquiera de estos elementos para identificar la estación. Son elementos valiosos para la aplicación de estudios de audiencia.
- Uno de los principios ya estudiados es la repetición; es decir, la programación constante de ciertos elementos, en especial aquellos que ayudan a mantener en primer plano a la estación en la memoria del radioescucha: las siglas de la estación, el nombre, el eslogan, el dial, el conductor, etc. Se recomienda no tomar estos elementos a la ligera, pues de ello dependerá que la estación se consolide ante su potencial audiencia y, por ende, alcanzar un mejor rating. Tomemos en cuenta que el recordatorio es una de las metodologías comúnmente utilizadas por las compañías que miden el comportamiento de la audiencia.

## **Reglas, restricciones y estrategias para la programación musical**

Una estación de radio debe contar con reglas y estrategias claras y bien definidas que permitan la selección del material que va a integrar el catálogo musical. La razón de ello es mantener vigentes y actualizadas las estrategias establecidas en el plan de trabajo, respetando el perfil y los lineamientos del área de programación.

La selección se realiza de acuerdo con las necesidades, reglas y características en la planeación del formato, la estructuración del perfil, la selección de la música y el proceso de rotación y mantenimiento de todos los elementos de producción que conforman la personalidad de la estación.

Cuando la estación cuenta con estructuras definidas, el siguiente paso consiste en plantear y configurar una serie de elementos que contribuyan al mejoramiento del nivel de desempeño de la emisora y al posicionamiento en el gusto de la audiencia por lo que vamos a ofrecer.

Estas reglas se encuentran definidas al momento en que:

1. Determinamos las épocas que abarcará nuestro catálogo musical, así como la cantidad de temas que requerimos y las categorías que usaremos para la elaboración de la programación.
2. Establecemos la rotación musical.
3. Elaboramos los relojes de programación.

---

# **CAPÍTULO VII**

## **CONSIDERACIONES PARA LA SELECCIÓN MUSICAL**



**La Programación Radiofónica**

Con el paso de los años descubrí que más que tener una amplia fonoteca, lo imprescindible era conformar un catálogo con una buena selección musical, misma que determinará el éxito de nuestra propuesta. En general no hay temas buenos o malos. No hay éxitos probados y cada pieza tiene un ciclo de vida diferente. Hay canciones pegajosas, que te las aprendes antes de que hayan terminado la primera vez que las escuchas y que estarás alucinando a la tercera. Hay canciones que uno va descubriendo poco a poco.

Hay canciones que te empezarán a gustar cuando descubras una parte de la letra que no habías comprendido. Hay otras que vas a poder tararear en el baño al día siguiente y otras que siempre evitarás volver a escuchar por la reacción que te provocan. Y todas, si logran trascender el tiempo, las asociarás a un momento, a una época específica de tu vida, cada que las vuelvas a escuchar. También en el futuro, las circunstancias en que las oíste en el pasado, van a determinar lo que sientas hacia ellas, por ellas, por lo que te recuerden, si fue agradable o si pertenecen a un pasado que no quieres recordar, que creías olvidado.

Aunque existen estudios de audiencia, los ratings, que son una guía para tomar decisiones, y que pueden ser acertados y en ocasiones erróneos y manipulados, el hecho es que nunca son definitivos. Un alto rating significará una mayor audiencia, una menor rotación de escuchas, mostrará su fidelidad, una permanencia de mayor tiempo en la frecuencia y por supuesto, una mayor posibilidad de vender el tiempo al aire para su comercialización o patrocinio, amparado en la cantidad de gente que esté escuchando la estación. Pero eso no implica, forzosamente, que la estación sea buena. Significa que toca música que mucha gente escucha. Nos dice que hay muchos que se identifican con lo que sucede en esa estación, más no que el gusto musical de esa audiencia sea un ejemplo a seguir o un referente de buen gusto y conocimiento musical.

Con un plan establecido a mediano y largo plazo, en 2006 las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio de la Ciudad de México tenían un formato musical definido. Esto nos permitía lograr dos metas fundamentales:

1. Competir con el resto del cuadrante por un público específico.
2. Crear varias fonotecas completas de cada formato, mantenerlas actualizadas con la adquisición de música nueva y la posibilidad de exportarlas a las estaciones del Instituto en los estados de la República.

## 7.1 Las maneras en que escuchamos la música

Desde nuestras experiencias es como escuchamos música, podemos decir que la selección musical y la integración de los catálogos de programación radiofónica se construyen en consideración de tres planos distintos:

1. El plano sensual
2. El plano expresivo
3. El plano musical

La única ventaja que se saca de desintegrar mecánicamente estos tres planos hipotéticos en el proceso auditivo es una visión más clara del modo en que escuchamos<sup>9</sup>.

El modo más sencillo de escuchar la música es escuchar por el puro placer que produce el sonido musical del mismo. Ese es el plano sensual. Es el plano en que oímos la música sin pensar en ella ni examinarla en modo alguno. Uno enciende la radio mientras está haciendo cualquier cosa y, distraídamente, se baña en el sonido. El mero atractivo sonoro de la música crea una especie de estado de ánimo placentero. Una sola nota es bastante para cambiar inmediatamente la atmosfera de la habitación, demostrando así que el sonido, elemento de la música, es un agente poderoso y misterioso del que sería tonto burlarse o hacer poco caso.

Algunos radioescuchas, con los que he tenido oportunidad de intercambiar comentarios sobre la programación, usan la música como compañía, consuelo o evasión. Entran a un mundo ideal en el que no tienen que pensar en realidades de la vida cotidiana. Tampoco piensan de forma profunda en la música. El plano sensual es importante en la música, muy importante, pero no constituye todo el asunto. Su atracción para todo ser humano es normal, es evidente por sí mismo.

Por otra parte, y sin negar a la capacidad expresiva de la música, resulta complicado precisar lo que quiere decir una pieza musical. Hay un significado detrás de cada nota, lo que dice la composición o aquello que trata. La música expresa diversos estados de ánimo con los cuales los escuchas se pueden identificar, tales como: serenidad, tristeza, alegría, furor, diversos matices. Los músicos gustan de decir que algunas de sus composiciones no tienen más

---

<sup>9</sup> COPLAND, Aaron, *Cómo escuchar la música*, Fondo de Cultura Económica, Breviarios, 2008, pp. 27-33. Véase también: BYRNE, David, *Cómo funciona la música*, Ed. Sexto Piso, México, 2015.

significado que el puramente musical. Lo que en realidad se quiere decir es que no se pueden encontrar palabras apropiadas para expresar real significado de la música o que no sienten necesidad de encontrarlas. De aquí derivan las calificaciones para decir que algo es más sencillo o complejo de escuchar.

El tercer plano en que existe la música es el puramente musical. Además del sonido deleitoso y el sentimiento expresivo por ella emitido, la música existe en cuanto las notas y su manipulación. La mayoría de los oyentes no tiene consciencia suficiente para este tercer plano. Hacer que descubran este tercer plano es una labor del programador de radio.

Es importante para los programadores de radio hacerse más sensibles a la música en un plano puramente musical y ayudar a los escuchas a oír las melodías, los ritmos, las armonías y los timbres de modo más consciente. Escuchar todos estos elementos es escuchar en el plano puramente musical. Aquí también es importante la participación al aire de los especialistas o conocedores de la música, les hemos incluido en la programación mediante la creación y producción de programas especializados, están agrupados en barras y su objetivo es guiar a los escuchas en la apreciación musical.

## **7.2 Elementos de la música**

En la música los sonidos se estructuran de acuerdo a lo que podríamos llamar un "plan intelectual", originado por el compositor o creador musical. Esta idea, que es generada con una intención específica, culmina con la concepción total de la obra o forma musical; sea llamada canción, sinfonía, danza o simplemente "rola".

En su estructura, la obra musical está compuesta por pequeños grupos de sonidos, ordenados según los criterios de los elementos de la música: el ritmo, la melodía y la armonía.

### **El ritmo**

Es probablemente el elemento más primitivo de la música y se basa en la duración y la distribución de los sonidos en el tiempo. En su forma más simple se expresa como un pulso, por ejemplo: el movimiento del péndulo de un reloj o el latido del corazón. En la práctica musical se encuentran estructuras más complejas; sucesiones temporales organizadas por la repetición de sonidos o grupos de sonidos de diferente duración que generan sensación de movimiento e influyen directamente en los estados de ánimo; así pues, un ritmo constante y monótono podrá producir una sensación de marchar, no así un ritmo lento con sonidos largos y espaciados que genere la sensación contraria.



## **La melodía**

Se refiere a la organización sucesiva de sonidos y silencios que se desenvuelven en una secuencia lineal, adquiriendo un significado e idea propia. En esta sucesión intervienen distintas alturas tonales y duraciones, involucrándose íntimamente con el ritmo. Generalmente la melodía es el primer elemento con el cual entramos en contacto con la música; un ejemplo claro de esto son las canciones que de niños escuchamos en voz de nuestra madre, o las canciones infantiles con las cuales aprendimos nuestros primeros juegos. La melodía es el elemento de la música con el que más nos identificamos; es lo primero que oímos y nos aprendemos. Un claro ejemplo de la melodía es la canción.

## **La armonía**

Consiste en la ejecución simultánea de varios sonidos a la vez, por lo general dispuestos en forma de acordes. Estos sonidos, según las leyes físicas de la acústica, están en mayor o menor relación con la melodía y frecuentemente se presentan en forma de acompañamiento de la misma, al ejecutarse juntos producen sensaciones de lo más diversas que van desde la perfecta fusión hasta el más claro rechazo; esto en música se conoce como consonancia y disonancia, respectivamente. Cuando un cantante le pide a un instrumentista, por ejemplo un guitarrista que "lo acompañe", se refiere a la acción de realizar una armonía que sirva de base para poder cantar la melodía.

## **7.3 La ficha de programación**

La ficha o tarjeta de programación es el elemento primordial para la elaboración de la programación musical de cualquier emisora, y también tiene la función de catalogar el tema, contiene datos relevantes que nos permiten hacer el listado musical que suena cada día.

Veamos algunos modelos de tarjetas de programación:

Anotación que indica la categoría de la canción. En este ejemplo sería

C-7

Anotación que indica el número del disco (24) y el track (2). Los otros datos son canción e intérprete

24/2

7 WONDERS

FLEETWOOD MAC

Tarjeta de programación con datos básicos

Tarjeta de programación con datos adicionales

DEPARTAMENTO DE PROGRAMACION			
DURACION	MARCA	GENERO	NUMERO
Melodía:			
Interprete:			
Autor:		O:	
Fecha Promoción:	No. Fonoteca:	Radiodifusora:	Programación:
Grupo:			
Fecha:			

A Quiet Girl (From Wonderful Tree) / Bill Charlap/Bill Charlap Trio

File View Help

New Delete History Listen Back Next Help Cancel Close

Title/Artist Music Coding Album Data Internet Links Research

**Song Data**

Title **A Quiet Girl (From Wonderful Tree)**

Artist [1] **Bill Charlap**

Artist [2] **Bill Charlap Trio**

Source [AudioFile/CD] **1016** Source 2 **2**

Length mm:ss **01:36** Intro  Seconds

EndType **Cold** FadeLength  Seconds

Chart Year or Date **2018**

Music Category **C Category C** Since **27/09/2018** Prior

OR

Packet (if used)

A Quiet Girl (From Wonderful Tree) / Bill Charlap/Bill Charlap Trio

File View Help

New Delete History Listen Back Next Help Cancel Close

Title/Artist **Music Coding** Album Data Internet Links Research

**Music Coding**

Gender **I Instrumental** Add New Opener Type

Tempo-In **1 Slow** Tempo-Out **1 Slow**

Intensity

Mood

Style **C Style C**

Other

DayPart **A Daypart A**

Also Protect [1]

Also Protect [2]

Theme

Tarjeta de programación electrónica del Natural Music

En las imágenes de la tarjeta electrónica del software *Natural Music*, observamos diversos campos requeridos para la catalogación de cada uno de los temas que integran el catálogo musical de una emisora.

Este tipo de fichas posee información elemental como:

- Título (*Title*)
- Artista primario (*Artist 1*)
- Artista secundario (*Artist 2*)
- Número de disco (*Source, Audio File, CD*)
- Track o número de pista (*Source 2*)
- Duración (*Lenght*)

También considera información que está vinculada con nomenclaturas y reglas establecidas para la elaboración de la programación musical, por ejemplo:

- Categoría (*Music Category*)
- Tipo de voz (*Gender*)
- Ritmo inicial (*Tempo In*)
- Ritmo final o de cierre (*Tempo out*)
- Género musical o estilo (*Style*)
- Parte del día (*Daypart*)

Estos elementos nos permiten hacer y establecer reglas de transición en la elaboración y la selección específica del listado de temas que suena en una emisora.

## **7.4 Software de programación**

La radiodifusión y, en particular, la programación, han encontrado en la tecnología la respuesta a la optimización del tiempo, y, sobre todo, de manera especial, al perfeccionamiento del sistema y método para generar las bitácoras del día a día en materia de programación. El sistema básico de estas herramientas es el mismo que el de las tarjetas, solo que los *softwares* lo ejecutan de manera automatizada y con base en dos grandes aportaciones.

Por una parte, se les puede implementar todo tipo de reglas y restricciones a las categorías, a los artistas, a las canciones, al perfil sonoro, al género, las cuales tienen como objetivo definir y especificar la forma de rotar. Por otro lado, estos sistemas tienen memoria histórica que permite consultar cómo, cuándo y a qué hora ha sonado determinada canción con anterioridad. Estas dos cualidades son valiosas, pues ofrecen la posibilidad de espaciar y distribuir mejor la música de la estación.

Para ello es necesario conocer a la perfección los alcances del *software*, ya que no todos son iguales y sus costos varían desde hacer un solo pago para comprarlo, hasta pagar rentas fijas de por vida. Y como todo, mientras más tiempo se le invierta en conocerlos y en afinarlos, más acertada será la programación que de él se obtenga.

Sus detractores argumentan, y suelen ser muchos, que son muy fríos, que toman decisiones incomprensibles, que son repetitivos, predecibles y no hay nada que se vaya a igualar a programar con tarjetas, con *feeling*, con sentimiento. En resumen, que las máquinas no piensan.

Sus promotores y defensores argumentan que no hay nada más peligroso que programar de acuerdo a un estado de ánimo, o hacerlo en estado de desconcentración y confiado a la memoria y el recuerdo de cuándo y cómo sonó. A final de cuentas, cada programación que arroja un *software*, debe de ser cuidadosamente revisada para comprobar que las reglas y las restricciones que se han implementado se cumplieron.

Por ello es necesario y recomendable hacer los ajustes pertinentes, pues el resultado de haber pulsado una tecla de función para "programar", solo consistió en agrupar y ordenar las canciones en el orden que hemos dado, programar, de manera real, consistirá en revisar, afinar, ajustar y centrar ese resultado en una programación armónica, equilibrada, con lógica y sobre todo balanceada.

Como en toda programación, no importa cómo se haya generado, es necesario revisar la separación de artistas, la de géneros, los ritmos, los autores, títulos, posiciones, hora y rotación de las novedades, y el resto de las categorías o grupos de programación. Es prudente recordar que hacer una programación es hacer una canción para cada día.

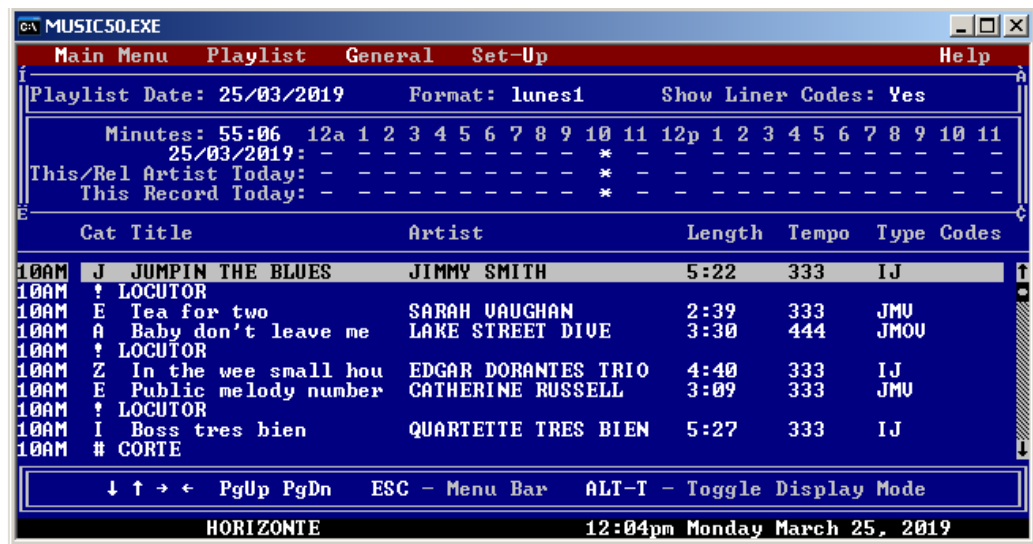
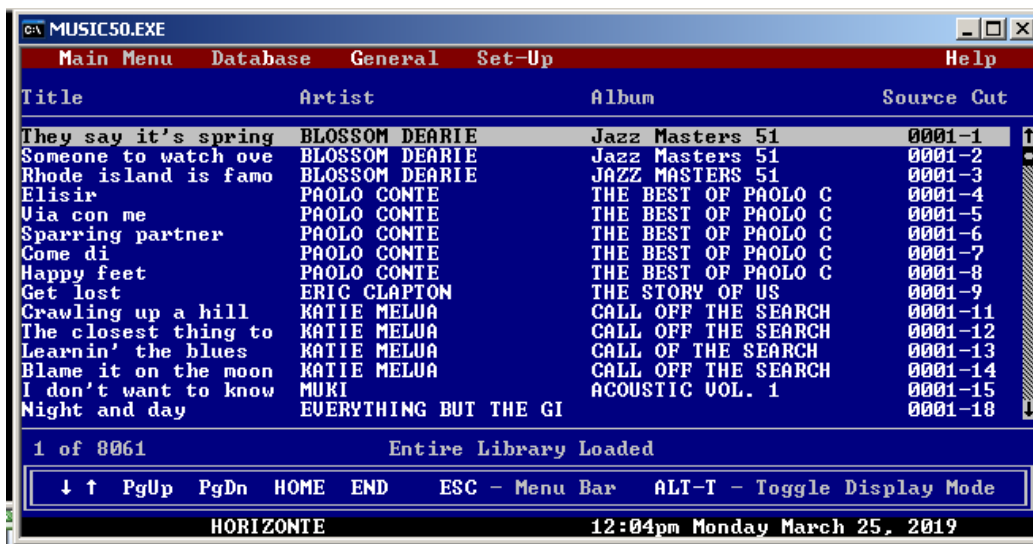
La variedad de *softwares* que existen en el mercado es amplia, cada cual con características particulares en cuanto a costos, accesibilidad y eficiencia. Entre los más importantes, destacan: *Powergold*, *MusicGen*, *Prophet Systems*, *MusicPro*, *Selector*, *Music Master*, *Natural Music*, etcétera, que en términos generales operan bajo las mismas características.

Entre las funciones que se deben considerar al momento de adquirir cualquier *software* son: categorización de temas musicales, campos de captura en fichero electrónico, fácil acceso de las librerías musicales, reglas y restricciones de manejo amigable, relojes de programación, análisis de rotación, cambio masivo de canciones entre categorías, reportes por campo e historiales gráficos.

No importa que *software* se adquiera, lo importante es tomar siempre en cuenta que estas herramientas optimizan el tiempo, facilitan el manejo de los catálogos,

permiten llevar un análisis de qué se ha tocado, cómo se ha tocado, ayuda a mantener la frescura de la programación, pero nunca sustituye al *feeling*, al sentimiento, al toque mágico que cada programador posee y que se rige con base a los estados de ánimo.

Pantallas del software de programación *Music Pro*, la primera imagen muestra parte del catálogo musical y la segunda el listado de temas para programar de una emisora



## Pantalla que muestra la librería musical capturada en el software en *Natural Music*

Jazz Digital HD3 Song Browser

File Browser Settings Tools Help

New Open Delete Find Print History Listen Columns Filter Help Close

Sort by: Title, Artist, then, then

Music Categories: All Songs, Categorized Songs, C Category C, E Category E, R Category R, X Category X, Un-Categorized Songs, Special Show Categories

Source	Category	Title	Artist	Intro	Length	EndType	Tempo	Year
1003	C	A Bid For Sid (Mono)	Marcus Miller / Trombone Shorty & Alex Bailey		04:27	Fade	2 / 2	2017
1019	R	A Fan's Mail (Tron Song Suite II)	Thundercat		02:39	Fade	3 / 3	2017
1003	E	A Love Supreme (Live)	Carlos Santana / John McLaughlin		09:46	Fade	2 / 2	2015
1016	C	A Quiet Grl (From Wonderful Tree)	Bill Charlap / Bill Charlap Trio		01:36	Cold	1 / 1	2018
1003	R	A Silver Moon	Phronesis / Jasper Helby, Ivo Neame & Anton Eger		05:53	Cold	2 / 3	2016
1006	R	Abraham	Miles Milesley		04:48	Cold	2 / 2	2017
1002	E	Addicted To Love	The Hot Sardines		03:26	Cold	2 / 2	2016
1000	E	Afro Blue (9th Wonder's Blue Light Basement Remix) [I	Robert Glasper / Phonte & Erykah Badu		05:07	Fade	2 / 2	2012
1013	E	Aja	Christian McBride		06:49			2000
1009	R	Aitama	Julian Argüelles / Ivo Neame, Sam Lasserson & James Maddren		07:37	Cold	2 / 2	2018
1008	R	All Res	GoGo Penguin		05:16			2016
1002	C	Almost Like Being in Love	Red Garland / Paul Chambers & Art Taylor		04:50	Cold	3 / 3	2006
1009	R	Almost Went Too Far	Joe Armon-Jones		06:25			2018
1014	R	Ancestral Memories	Baptiste Trotignon / Yosvany Terry		05:38			2017
1008	R	Ball	Joey Alexander		05:06			2018
1015	E	Blackbird	Brad Mehldau		04:59			1970
1008	R	Blackman	Jeff Parker		02:56			2016
1008	E	Blessings In May	Joe Lovano		06:18			2013
1006	C	Blue Train	John Coltrane		10:44	2		2015
1005	C	Blues Walk	Lou Donaldson		06:43	Fade	2 / 2	1987
1006	R	Bud Like	Kenny Barron / Kenny Barron Trio		05:28	Cold	3 / 3	2016
1015	R	Calling Mr Wolf	Citrus Sun		04:04			2018
1010	C	Cantaloupe Island	Herbie Hancock		05:34			1999
1008	R	Cap de bonne espérance	Florian Pellissier / Florian Pellissier Quintet		06:26			2016
1016	E	Cheremoya	Conte Candoli, Lou Levy		05:52			2007
1007	E	Cherry from the Film Knife in the Water	Krzysztof Komeda-Trzostski / Bernt Rosengren & Krzysztof Kom		03:09	Fade	3 / 3	2014
1016	R	Con Alma	Dizzy Gillespie		05:01			2016
1018	R	Confessin' (That I Love You)	Allen Toussaint		02:51			2016
1013	R	Confessions Pt. II	BadBadNotGood / Colin Stetson		07:01			2017
1011	R	Consequence Of Love	Gregory Porter		03:20			2016
1014	R	Conversation	Boris Kozlov, Rudy Royston, David Gilmore		05:49			2016
1011	R	Coup de foudre à Thessalonique	Florian Pellissier		04:22			2018
1000	R	Cycles	Simone Prallio / Klaus Mueller & Brandi Disterheft		03:19	Cold	1 / 1	2016
1016	R	Depression's Promises	Benjamin Fauquier Project		07:26			2016
1003	R	Do They Know	Takuya Kuroda		03:25	Cold	2 / 2	2016
1007	R	Doxy	Branford Marsalis / Branford Marsalis Quartet & Kurt Elling, Joey C		03:53	Cold	2 / 2	2016
1016	R	Fare Walker	Christian McBride / Christian McBride Trio		06:47			2016

230 Songs [UNFILTERED]

---

# CAPÍTULO VIII

## ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN



La Programación Radiofónica



Para la configuración y establecimiento de los diversos estilos, perfiles y formatos existen componentes que son de carácter universal, sin importar si el formato es musical, hablado o noticioso, y son conocidos como elementos de producción.

Para el diseño y creación de una estación existe una serie de elementos fundamentales de producción cuyo propósito es darle vida y personalidad al aire.

Los elementos son:

- La identificación
- El slogan
- Rompecortes
- Promocional (promos)
- Entradas
- Salidas
- Fríos

## **8.1 La identificación**

La Identificación o ID es la carta de presentación de una emisora que define su personalidad. Una correcta identificación debe reunir todos los elementos que conforman a una emisora, es decir, cómo es, qué toca, cómo suena, dónde lo hace, etcétera; es la identidad y la personalidad reunidas en una serie de elementos definidos.

El orden, el estilo y su manufactura estarán determinados por la creatividad del programador y del productor.

Los componentes de una identificación son:

- Las siglas de la estación - XEXX o XHXX – según la banda.
- El nombre de la estación.
- La frecuencia, que equivale a su ubicación en el dial o cuadrante.
- La duración de la transmisión en horas. Hay estaciones de 24 y de 18 o 19 horas (generalmente en los estados de la República).
- La potencia en watts, preferentemente en la versión oficial de la hora.

- El lugar de transmisión y, en ocasiones, su cobertura.
- El nombre de la organización o grupo al cual pertenece la estación. En este renglón normalmente se repite el nombre de la emisora.
- La firma del grupo u organización radiofónica. Hay quienes rubrican la identificación con el nombre de la estación y su slogan o frase de posicionamiento. Otras incluyen fonotipo.
- Cuando se trabaja en el diseño de la identificación, generalmente deben producirse dos versiones:
  1. Una versión larga que siempre se programa al inicio de la hora. Es la llamada versión oficial porque reúne todos los elementos de carácter legal.
  2. Una versión abreviada o corta, que usualmente se programa en el minuto treinta del reloj. Suele ser de menor duración, es considerada de posicionamiento.

## 8.2 El slogan

Es un elemento de producción que hace referencia a una frase de batalla y cuya finalidad es definir, con una expresión corta y sencilla, el perfil del producto. Es una herramienta de marketing que cuando se utiliza apropiadamente tiene el efecto de construir, mantener y recordar el nombre del producto y, con un poco más de suerte de la que se puede imaginar, convertirse en un símbolo que tenga un importante significado para la emisora y por ende para el grupo radiofónico.

En cambio, cuando no se utiliza de manera adecuada se convierte en un estorbo, restándole presencia y personalidad a la emisora. De hecho, escribir y crear un buen slogan llega a ser un elemento decisivo, definitivo para que la gente lo recuerde.

Un slogan es una frase, una composición cuyo propósito es personalizar un producto y resumir en pocas palabras cómo la audiencia lo percibe. Y más que eso, es proyectar las bondades de la estación que son únicas y distintivas.

Estos son algunos ejemplos de slogans:

- “Claridad informativa y todo el jazz”. Horizonte 107.9
- “La estación de la gran familia mexicana”. Radio Centro
- “Más y mejor música”. Universal Stereo

- Magia Digital W-FM
- "La estación de la gente joven". Radio Capital
- "Una buena costumbre de la gente joven". Radio Capital
- "Campeona en éxitos musicales". Radio Éxitos
- "La estación de la manzana". Radio Hits
- "La música que llegó para quedarse". Radio 6-20
- "80's, 90's y más". Mix FM
- "La Rancherita del Cuadrante". Radio 710
- "La que regala flores". La Consentida
- "Orgullosamente mexicana". Radio 710
- "Plataforma musical de América Latina". Radio Variedades
- "El Buen Tono de la Radio". XEB
- "Arcón de Bella Música". Estéreo Joya
- "Salvajemente gruperá". La Z
- "Aquí suena, la K-Buena". K-Buena
- "Música ligada a tu recuerdo". El Fonógrafo
- "Total music". Beat FM
- "La que más me gusta". Radio 710
- "Un mundo de música y claridad informativa". Horizonte 107.9
- "Solo éxitos". Digital 99
- "Todas las alternativas". Reactor 105.7
- "Siempre clásica". Opus 94
- "La B grande de México". XEB
- "Rock sin fronteras". Órbita
- "Viajera en el tiempo". Yucatán FM
- "Idea musical". Rock 101
- "Puro, total y absoluto rock & roll". Rock 101
- "Todo el tiempo contigo". Stereo 100
- "El color de la música". Azul 89
- "La voz de la América Latina desde México". XEW
- "Información que sirve". 88.9 Noticias
- "Solo música romántica". Amor 95.3
- "Siempre hits". Oye 89.7
- "Tu gran compañera". Radio Universal
- "La máxima dimensión en radio". Stereo Rey

Un buen slogan genera recordatorio, es decir, que al momento de escucharlo la audiencia debe ser capaz de asociar automáticamente a la estación con su perfil, con su sonido, con su esencia, con su personalidad y sus características en general.

### **8.3 Rompecortes**

El rompecorte es un elemento cuya función es crear el efecto de “romper” con las cargas de mensajes de los cortes de emisora, sobre todo cuando en épocas específicas los cortes de emisora suelen ser extensos.

El rompecorte es una frase corta y que recuerda constantemente (posiciona) el nombre de la estación. Algunos rompecortes pueden ser útiles para ligar bloques musicales de más de tres canciones. Hay rompecortes para mandar a corte y para el regreso del mismo. Debe ser corto, directo y sencillo. Debe grabarse con intención firme y enfática.

### **8.4 Promocional o autopromos**

Un promocional, o simplemente promo, es un valioso auxiliar en el proceso de transmisión ya que con ellos podemos hacer una breve descripción del perfil de la emisora. Ubica al oyente en la frecuencia y posición en el cuadrante, recuerda eventos específicos de la estación, actuales y próximos; el nombre de la estación, programas y promociones de regalos en cabina y unidades móviles. Es posible, bajo ciertas circunstancias, ser utilizados como rompecortes, aunque no es recomendable por su duración. La duración del auto promo es mucho mayor al slogan y las frases de posicionamiento, pero no debe exceder ciertos límites, ya que podría tener el mismo efecto que un excesivo corte de emisora, lo que se traduce en *switch* o cambio de sintonía por parte del escucha. El estándar de duración de un autopromo es de treinta a sesenta segundos máximo. Sin embargo, dos estaciones en la ciudad de México, WFM y Radioactivo, hicieron de sus promos algo especial y su duración llegó a ser de dos a cinco minutos.

### **8.5 Entradas**

Es tradicional que en producción radiofónica todos los programas estén vestidos con una rúbrica de entrada y una de salida. Este diseño de producción le permite al oyente ubicar la hora del programa y las características de su contenido.

La entrada de un programa debe explicar clara y nítidamente qué es lo que va a escuchar durante el tiempo señalado. El texto, escrito con un lenguaje sencillo, debe explicar con sencillez qué es lo que va a suceder, durante cuánto tiempo y con qué frecuencia.

## 8.6 Salidas

La salida, por su parte, tiene como objetivo dar por concluida la emisión, reiterar el tipo de programa o evento programado, anunciar la frecuencia del mismo, la hora de inicio y fin, así como el agradecimiento e invitación para continuar en sintonía, tanto para el mismo programa, como para el resto de la transmisión.

En algunos casos se recomienda proporcionar una serie de datos como el nombre del titular de la conducción, la producción, así como otros elementos humanos involucrados en la transmisión del programa.

## 8.7 Fríos

Son elementos que se graban sin música, suelen ser de breve duración y generalmente se utilizan para ligar canciones, como elementos para mandar a corte, para regresar de ellos como rompecortes, para marcar (pisar) canciones, para montar en el fundido de melodías, etc., la variedad de su utilización es infinita.

## 8.8 Repetición

Un concepto fundamental en la programación radiofónica es la repetición, esto es, la transmisión constante de una serie de elementos de producción y programación, cuyo objetivo es mantener en la mente del oyente las propiedades, características, personalidad y atributos de la estación. Son muy necesarios para que puedan ser recordados durante las encuestas y estudios específicos de investigación de audiencias.

Los elementos que deben repetirse de manera ordenada, metódica y constante son:

- Las siglas de la estación.
- La posición en el dial de la emisora.
- El nombre de la conductora o conductor del espacio.
- Rotación de un número determinado de canciones, elementos de producción de la emisora, de acuerdo a políticas expresas de la programación y planes de trabajo.

---

# CAPÍTULO IX

## LA FINALIDAD DE LA PROGRAMACIÓN



La Programación Radiofónica

De acuerdo con los criterios que hemos visto, hacer una programación no se trata de juntar programas o música sin razón o motivo, o programar espacios de contenido para llenar huecos. Por ello, quien tenga a su cargo el diseño y elaboración de una programación, sea cual fuere su naturaleza, es decir, musical o de contenido, debe estar perfectamente convencido de su objetivo y finalidad.

## 9.1 El propósito de programar

Se programa para:

- Estar informados: las noticias se ofrecen en tiempo real.
- Ofrecer diversidad: la radio es capaz de presentar y programar producciones de todo tipo, para todos los gustos y todos los niveles. Desde uno que aborda temas de género, hasta los realizados por las fuerzas armadas, pasando por los de salud, de ciencia y tecnología, deportivos, literatura, adultos mayores, comunidad LGTBTTIQA, entre otros.
- Hacer la vida práctica: hacer dos cosas a la vez, puedes estudiar mientras escuchas la radio o puedes escuchar la radio sin poner tanta atención.
- Generar un ambiente de relajación: permite alejarse de los ruidos de la calle.
- Ofrecer variedad y diversidad musical y de contenidos: en la radio hay diferente música y escuchas lo que quieres.
- Estimular los sentimientos: una buena programación radiofónica debe ser capaz de generar una respuesta inmediata y eficaz en los sentimientos del radioescucha: felicidad, nostalgia, tranquilidad, tristeza, reflexión, te hace cantar, te pone a bailar, te hace llorar, vibrar, etcétera.
- Mejorar el ánimo: hay quien puede asegurar, que una buena programación lo ha sacado de la depresión o lo ha estimulado a hacer radio.
- Evocar recuerdos: una canción permite recordar cosas, un lugar, una situación, un amor, un momento, etcétera.
- Escuchar nueva música: a mí no me gustaba el jazz y ya me gusta.

# CONCLUSIONES

"La radio es el teatro de la mente y lo reúne todo, los personajes y las situaciones junto con las palabras". Así lo expresaba David Ogilvy, distinguido personaje del mundo de la publicidad. La radio es el más íntimo de los medios y llega a serlo muchas veces más que la propia vivencia del ser humano porque su escenario es la imaginación.

La radio ha trabajado en nuestras mentes, ayudándonos a crear mapas internos del mundo y de nuestro lugar en él, motivándonos a imaginar y a construir comunidades y localidades a las que no pertenecemos o inclusive, que nunca conoceremos.

Existen muchas formas diferentes de escuchar, dependiendo de lo que escuchemos y de cómo lo hagamos: desde la forma más plana e informativa, cuando nos dicen el pronóstico del tiempo o los encabezados de las últimas noticias, hasta la forma multidimensional, llena de niveles y estratos, cuando nos obligan a proyectar la geometría de un estadio y a ver y a sentir la trayectoria de una pelota en un gol o un home run.

Aún como mero ruido de fondo, la radio le proporciona a la gente una sensación de seguridad que el silencio no les da. Una sensación de compañía en medio de su soledad.

Es por esto, que continuamente la gente vuelve a la radio, aunque no la escuchen atentamente. Sin embargo, al día de hoy, aunque la radio como invento y fuerza cultural siempre acabe relegado, es un medio de comunicación que se rehúsa desaparecer.

En medio de este bombardeo cada vez más intenso de imágenes, propaganda y oferta visual y de entretenimiento, en mi opinión, mientras exista gente que quiera recuperar y estimular su imaginación, habrá el deseo y la necesidad de escuchar radio. Habrá que diseñar nuevas formas de programación mediante agresivas estrategias radiofónicas para conservarse vigente dentro de los grandes acontecimientos.

También hay una tarea de para formar a una nueva generación de programadores que simultáneamente busque preservar la memoria sonora. La formación de estos es a largo plazo.

Podemos concluir con una serie de reflexiones sobre el comportamiento de la radio en general estableciendo que, una estación de radio bien programada, brinda compañía, información, actualización y pasión por lo que ahí se escucha. Respecto a la programación musical diremos que la mayoría de la gente utiliza la música como una forma de regular sus emociones. Esto quiere decir que las elecciones musicales pueden ser vistas como el reflejo de nuestra personalidad. Un programador de radio debe saber que la música depende de lo que la rodea, de



dónde y cuándo la escuchas, de cómo es ejecutada, de quién la interpreta, de con quién la escuchas, y finalmente de cómo suena: éstas son las cosas que determinan si una pieza musical funciona y si logra lo que se propone conseguir.

La programación es como un ser vivo y se mueve. Los programas nacen, crecen, se reproducen, o los copia la competencia y mueren. En radio todo y nada es nuevo a la vez y depende del compromiso del programador para que la radio siga conservando su esencia mágica e imaginativa.

Diseñar una programación radiofónica no es un asunto complicado, no es una tarea del otro mundo. Solo exige disciplina, entrega y creatividad. Y con el propósito de dejar claro el proceso concluiremos con los pasos básicos:

1. Saber la finalidad de la programación
2. Definir el formato y perfil de la emisora
3. Diseño de contenidos
4. Selección y catalogación musical
5. Diseñar los relojes de programación
6. Delinear los elementos de producción

Con todo listo, ha llegado el momento de programar e ir al aire.

# Glosario

## A

- **Abrir la programación:** Procedimiento cuya función es Incluir novedades y temas complementarios del catálogo musical.
- **Acoplado:** Material musical que se graba para su uso en cabina, protege el original, y compendia los éxitos.
- **Adulto contemporáneo:** Formato que corresponde a otra variante del Top 40.
- **Al aire:** Expresión que simboliza el momento en que se desarrolla una transmisión radiofónica.
- **AM:** Amplitud Modulada, formato de transmisión de señal que emplea la banda de transmisión que utiliza el rango de frecuencias entre 535 y 1kHz.
- **Anuncio:** Mensaje, spot, comercial, o cualquier producto radiofónico que se programa al aire. Su duración es variable, pero en términos generales son de 20, 30 o 60 segundos.
- **Arbitron:** Empresa que se dedica a la medición de audiencias. Empresa que cuenta con más de 60 años en el mercado y que basa su fortaleza y liderazgo en el desarrollo de metodologías, estándares y tecnologías para la evaluación y análisis de las audiencias en radio. Llegó a México en 1998 y realizó su primera encuesta (trimestral) en 2001 (otoño). Hasta el 2002 cubrió ciudades como Guadalajara y Monterrey. Suspendió sus servicios en México en 2007.
- **Armonía:** Es la producción simultánea de sonidos, formados por tres o más sonidos diferentes.
- **Armstrong, Edward:** Inventor, en 1938, de la Frecuencia Modulada.
- **Audiencia:** Es la población o grupo de personas que sintonizan una emisora determinada.
- **Audiencia Activa:** Radioescuchas que participan de encuestas y promociones radiofónicas.
- **Audio:** Sonido, modulación.
- **Automatización:** Sistema diseñado para la transmisión sin la participación de operadores y locutores. Existen varias emisoras que actualmente trabajan bajo este sistema.
- **Autopromo:** Descripción breve del perfil de una emisora.

## B

- **Botonear:** Expresión que se emplea al movimiento para cambiar de estación. También se le conoce como *switch*.
- **Broadcasting:** Término que significa transmisión, radiodifusión.

## C

- **Cabina:** Espacio diseñado para llevar a cabo una transmisión de radio. Hay cabina de locutor, cabina de operador y cabina de estudio de grabación.
- **Cama:** Música que se utiliza como fondo para grabar comerciales y otras producciones. Ver fondo.
- **Canciones (temas):** Unidades elementales para realizar una programación.
- **Carta programática:** Documento que muestra todos los programas de una emisora en días y horario.
- **Catálogos:** Grupos de canciones o temas con características particulares, que generalmente corresponden a los años o épocas.
- **Categorías:** Grupos donde se clasifican las canciones, que comparten características similares como la época, los ritmos, los géneros, etc.
- **Cerrar programación:** Procedimiento que consiste en programar y tocar solamente los éxitos probados, sin incluir novedades, como parte de una estrategia de programación.
- **Charts:** Listas de popularidad. Son parámetros que pueden ayudar a conformar una programación musical.
- **CHR:** Formato musical que significa *Contemporary Radio Hits*. Es una forma moderna del Top 40.
- **Coincidental:** Metodología que registra el comportamiento de la audiencia simultáneamente con la transmisión al aire.
- **Cold:** Se dice de una canción cuando termina de golpe.
- **Comercial:** También conocido como Spot. Es la unidad mediante el cual se conforma el corte correspondiente.
- **Comercialización:** Es el proceso mediante el cual se dispone del tiempo aire para su venta a publicidad.
- **Compact disc (CD):** Dispositivo que se emplea para almacenar sonidos, imágenes o textos. Utiliza un rayo láser para grabar o leer.
- **Comunicador:** Profesional que ejerce la actividad dentro del terreno de la comunicación.
- **Comunicólogo:** Profesional que se dedica a la investigación de la teoría de la comunicación.
- **Concesionada:** Modalidad que permite a una emisora comercializar su tiempo aire. Su contraparte es la permissionada.
- **Concesionario:** Persona física o moral que tiene la concesión de un servicio o la distribución de un producto.
- **Consola:** Dispositivo que se emplea para la transmisión de señales de radio o para realizar grabaciones en un estudio.
- **Continuidad:** Secuencia y horarios para la programación de la publicidad al aire.
- **Continuista:** Es el responsable de la programación de las pautas comerciales o publicitarias.
- **Control remoto:** Es el procedimiento mediante el cual se genera una señal fuera de la cabina de radio. Ocurre en eventos especiales, conciertos, y en difusión de noticias.

- **Corte comercial:** Elemento de programación que se conforma con unidades publicitarias. Suelen tener espacios predeterminados que se establecen con estrategias particulares a cada estación.
- **Cortinilla:** Elemento de producción que se utiliza para separar bloques o segmentos. Son comunes en noticieros.
- **Crossfade:** Es la mezcla o combinación progresiva del *fade in* de un tema y el *fade out* del otro.
- **Cuadrante (dial):** Dispositivo que muestra el orden de las emisoras de radio. Actualmente son digitales que han sustituido a los de perilla.
- **Cue:** Señal que se da para dar comienzo a una grabación o a la participación de un locutor al aire.

## D

- **Dalet:** *Software* incluyente que se emplea para programación y continuidad.
- **Dat:** Dispositivo de almacenamiento de audio cuyo funcionamiento es similar al cassette. La diferencia es el tamaño, su calidad digital y su capacidad de almacenamiento.
- **Daypart:** Ver partes del día.
- **Demo:** Versión de demostración que permite la prueba de un programa.
- **Dial:** Ver cuadrante.
- **DJ o Disc Jockey:** Personaje que ha sido relevante en la evolución de la radio, animador, conductor especializado.
- **Dummy:** Forma preliminar de presentar un programa. Es el equivalente al Demo.

## E

- **Easy listening:** Formato que comprende música suave, generalmente baladas.
- **Ecuilización:** Acción y efecto de reforzar o atenuar las frecuencias de los sonidos sin llegar a eliminarlas totalmente para conseguir una mejor relación entre la señal y el ruido.
- **Editar:** Seleccionar partes de una grabación para unir, cortar, etc.
- **Efectos sonoros:** Elementos de producción que ayudan a darle realce a un producto determinado, cápsulas, emisión en vivo, radiodramas, dramatizaciones, etc.
- **Emisora:** Estación de radio.
- **Empaquetar temas:** Proceso que en programación evita que artistas y temas similares aparezcan con demasiada frecuencia.
- **Empatía:** Sentimiento que consiste en la capacidad de ponerse en la situación de los demás. Característica que debe poseer un locutor o conductor de radio.
- **Encuestas:** Conjunto de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio a un número determinado de personas sobre un tema en particular.
- **Entrada:** Elemento de producción que marca el inicio de un producto radiofónico.
- **Época:** Periodo de tiempo que se señala por los hechos ocurridos en él o por las personas que participaron en ellos.

- **Escaleta:** Corresponde a una guía o un guion resumido.
- **Estación de radio:** Emisora que puede ser AM, FM o HD.
- **Estudios de audiencia:** Formas y métodos para determinar las características de los que escuchan radio.
- **Éxitos (hits):** Son aquellas canciones de moda y que la audiencia siente cercanas. Generalmente son las que alcanzan altas ventas en tiendas especializadas.

## F

- **Fade in:** Corresponde al inicio de una canción que aumenta progresivamente su volumen.
- **Fade out:** Es el proceso inverso, y corresponde al final de una canción disminuyendo progresivamente su volumen.
- **Fading:** Desvanecimiento o incremento gradual en el volumen de un sonido.
- **Feeling:** Se refiere al sentimiento o emoción. Un programador se basa en sentimientos o emociones para realizar una programación.
- **Fidelidad:** Se refiere al grado de lealtad y confianza de un segmento de población hacia una estación de radio determinada.
- **FM:** Modelo de transmisión de señal electromagnética que emplea el rango de 88 a 108 MHz en la banda de modulación de frecuencia.
- **Fondear:** Proceso de musicalización de un segmento hablado.
- **Fondo:** Música o segmento específico que se utiliza para fondear una grabación en frío. (Ver cama).
- **Fonoteca:** Espacio habilitado para la concentración y resguardo de música y programas de una emisora.
- **Formato:** Tipo o estilo de programación que ofrece una estación de radio, mediante un orden establecido y con una audiencia predeterminada.
- **Frecuencia:** Número de ciclos por segundo con que viajan las ondas en el espacio.
- **Fríos:** Elementos de producción que se graban sin música. Suelen utilizarse en fundidos o *crossfade* durante la programación.

## G

- **Género:** Hace referencia a la composición de la programación: Hombre, Mujer,
- Dueto, Grupo Vocal, Instrumental, etc.
- **Género musical (Código sonoro):** Estilo de música con el que se clasifica cada tema.
- **Guía de programación:** Mecanismo para establecer orden y secuencia de las categorías de programación. Establece la orden de paso.
- **Guion:** Es la herramienta fundamental que hace posible la coordinación del equipo técnico y humano para la elaboración de un producto radiofónico determinado.

## H

- **Hábito de escucha:** Es la costumbre de escuchar la radio en varios momentos del día.
- **Hardware:** Conjunto de elementos materiales que constituyen el soporte físico de una computadora.
- **Hertz (Hz):** Unidad de frecuencia de un movimiento vibratorio que equivale a un ciclo de oscilación por segundo. Se mide en kilohertz (Khz) y megahertz (Mhz).
- **Hoja de programación:** Es la cuadrícula donde se presenta la programación impresa.
- **Hora nacional:** Es el programa que se transmite en todas las emisoras del país. Lo genera RTC (Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación).

## I

- **IBOPE:** Empresa que se dedica a la medición de audiencias. Empresa que surge de la asociación en 1991 con IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística) Latinoamérica, y en 1995 con AGB Europa, ambos líderes en el ámbito internacional de la medición de audiencias, y cuya misión es contribuir a la toma de decisiones de sus clientes, proporcionando información confiable, oportuna y relevante; producto de la investigación de medios y publicidad de excelencia. IBOPE, realiza 15,000 muestras mensuales en el área metropolitana de la ciudad de México, que consiste en 14,000 telefónicas y 1,000 en hogares. La selección es aleatoria.
- **Identificación o ID's:** Identificadores de la estación o de un programa determinado.
- **Identificación oficial:** Identificador del nombre, la frecuencia, la dirección y la potencia de la estación que debe transmitirse por lo menos una vez cada hora, a la hora.
- **IMER:** Instituto Mexicano de la Radio. Órgano descentralizado del gobierno federal.
- **Impactos:** Número de veces que se repite un producto radiofónico y alcance en un segmento de audiencia determinado.
- **Ingeniero de audio:** Es el responsable de la correcta ecualización del sonido de una emisora al aire.
- **Ingeniero de grabación:** Es el responsable de la grabación de los elementos radiofónicos en un estudio.
- **Ingeniero de planta:** Es el responsable del correcto funcionamiento del equipo de trasmisión.
- **Ingeniero de transmisión:** Es el responsable de que la transmisión de una emisora salga al aire sin cortes.
- **INRA:** *International Research Associates:* Empresa dedicada a la medición de audiencias.
- **Intro:** Espacio musical antes de que empiece a cantar el cantante.
- **Investigación:** Proceso para determinar y medir las características de la audiencia y el estado general de una emisora.

## J

- **Jingle:** Elemento cantado que puede ser comercial o promocional. Puede también representar el slogan, la firma o el logo de una estación de radio.
- **Juegos y concursos:** Actividades radiofónicas que fueron establecidos por Gordon McLendon, quien también estableció el primer formato noticioso.

## K

- **Kilohertz (kHz):** Unidad de frecuencia de un movimiento periódico que produce mil vibraciones por segundo.

## L

- **Locutora locutor:** Comunicador cuya función es establecer un vínculo entre su estación y la audiencia.
- **Librerías de producción:** Galería de sonidos y efectos preproducidos que se utilizan para realizar producciones radiofónicas. Son libres de derechos.
- **Liners:** Son todos aquellos elementos de producción que se utilizan en programación, fríos, rompecortes, promocionales, etc.
- **Listas de popularidad:** Son parámetros que pueden ayudar a conformar una programación musical.
- **Logger:** *Software* de grabación de la transmisión al aire y que funciona como cinta testigo.

## M

- **Marketing:** Conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan alcanzar el máximo beneficio en el consumo de un producto.
- **Master:** Corresponde a la grabación original de un producto determinado.
- **Master room:** Centro de operaciones, transmisión, y/o grabación.
- **Megahertz (MHz):** Unidad de frecuencia que equivale a un millón de Hertz.
- **Melodía:** Frase conductora que dicta la cadencia (rápida, lenta, fuerte, suave) de la música.
- **Mensaje:** Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.
- **Mercado:** Conjunto de consumidores de un determinado producto o servicio.
- **Micrófono:** Dispositivo que transforma las ondas sonoras en corrientes eléctricas para aumentar su intensidad, transmitir las y registrarlas.
- **Metodología:** Conjunto de métodos utilizados en la investigación científica.
- **Multiperfil:** Es el formato radiofónico que comprende y programa diversos géneros musicales sin correspondencia entre sí.
- **Música:** Es el elemento fundamental de una emisora, aun de aquellas cuyo formato es hablado o de contenido.
- **Mono:** Contracción de monoaural, que equivale a un sonido simple, en un solo canal. La AM es básicamente monoaural. (Ver estéreo).
- **Monitorear:** Actividad que ayuda a vigilar el funcionamiento a actividad de la competencia y de la propia transmisión.

## N

- **Narración:** Exposición de una serie de sucesos que pueden ser reales o imaginarios.
- **Noticia:** Es el relato de un hecho o suceso que tiene especial significado para la sociedad.
- **Noticiero:** Conjunto de noticias o hechos.
- **Noticiero:** Quien da las noticias o hechos.
- **Novedades:** En una programación musical, se refiere a las canciones que recién ingresaron a la rotación.
- **NSE:** Acrónimo que indica el Nivel Socio económico de una estación de radio.

## O

- **Oldies:** Formato creado por Bill Drake. Su programación consiste en música del recuerdo.
- **Operación:** Es el proceso mediante el cual se genera la señal de radio desde la cabina de transmisión a través de la consola.
- **Operador:** Encargado y responsable de llevar a cabo la transmisión diaria de una estación de radio. Es el complemento del locutor.
- **Orden de paso:** Determina con cual categoría inicia la programación, y con cual termina.
- **Outro:** Se refiere a la manera como termina una canción, puede ser en fade, o cold.

## P

- **Partes del día (daypart):** Son las partes en que se divide un día en función de la programación. Generalmente se consideran cuatro partes.
- **Pauta:** Relación que indica el número de veces que un producto radiofónico debe ser transmitido. Puede ser pauta publicitaria o promocional.
- **Pegar:** Término que se emplea cuando una canción "pega", y que se vuelve un éxito.
- **Perfil demográfico:** Corresponde a un determinado segmento de población con características particulares.
- **Perfil radiofónico:** Corresponde a las características intrínsecas de una emisora.
- **Perfil sonoro:** Significa como suena una estación de radio, muy rítmica, rítmica, muy suave, suave, estridente,ailable, reflexiva, etc.
- **Permisiónada:** Modalidad que comprende a aquellas emisoras que no tienen la facultad de comercializar su espacio radioeléctrico. Su contraparte es la concesionada.
- **Pitch:** Graduación o ajuste de la velocidad que se aplica a un producto grabado.
- **Popeo o popear:** Exhalación brusca de un locutor ante el micrófono.



- Usualmente se produce al estar demasiado cerca y pronunciar palabras con la letra P.
- **Posicionarse:** Se dice de la estación, programa o cualquier producto radiofónico que ha logrado la aceptación de la audiencia.
- **Postproducción:** Sesión radiofónica que se aplica para dar el terminado fino de un producto determinado.
- **Preproducción:** Preparación de todos los elementos radiofónicos para la creación de un producto determinado.
- **Producción:** Se refiere a cualquier programa o producto radiofónico.
- **Productor:** Es el responsable de, crear, producir, grabar y supervisar la correcta transmisión de un evento radiofónico.
- **Programación musical:** Orden determinado en el que aparecen las canciones.
- **Programador:** Responsable de realizar la programación diaria de una emisora.
- En algunos casos puede ser el responsable del manejo integral de su emisora.
- **Programas hablados o de contenido:** Son aquellos que carecen de música y su contenido tiene como propósito la difusión de temas sociales o de interés particular para una audiencia determinada.
- **Promoción:** Preparación de las condiciones óptimas para ofrecer artículos con el propósito de dar a conocer un producto o incrementar sus ventas.
- **Promocionales:** Elemento de producción que promociona cualquier actividad interna de alguna estación.
- **Promotor:** Representante de compañías disqueras cuya misión es dotar de novedades discográficas para alimentar una programación musical.
- **Público meta:** Objetivo, *target*.
- **Puente musical:** Sonido empleado entre los elementos de un programa, liga, refuerza y forma parte de una producción determinada (ver cortinilla).

## R

- **Radiactivo:** Antigua estación de radio que transmitía en el 98.5 de FM de la ciudad de México.
- **Radio hablada:** Formato que involucra programas noticiosos, informativos, y/o de interés social. Después del temblor del 85, se incrementó este formato.
- **Radiodrama:** Ver Radionovela.
- **Radionovela (Radiodrama):** Narración producida para su radiodifusión, generalmente en capítulos seriados.
- **Ráfaga:** Fragmento de breve duración, de naturaleza ágil y dinámica que separa eventos o situaciones
- **Rating:** Corresponde a la audiencia estimada que sintoniza una estación. Es el tamaño de la audiencia segmentada. Mide el tamaño de la audiencia.
- **Recall o recordatorio:** Metodología que se aplica 24 horas después de un evento. Apuesta a la memoria o recordatorio del encuestado.
- **Recurrente:** Categoría de programación.
- **Reloj (Hot Clock):** Descripción gráfica de la secuencia de todos los elementos que conforman una programación

- **Repetición:** Principio básico de la radio para generar hábito de escucha.
- **Ritmo:** Elemento que une y da forma a la melodía y a la armonía.
- **Rock 101:** Antigua estación de radio que transmitía en el 100.9 de FM de la ciudad de México.
- **Rompecortes:** Elementos de producción que sirven, especialmente, para separar los spots en los cortes comerciales.
- **Rotación:** Es a la cantidad de veces que se programa una canción o un elemento de producción.
- **Rúbrica:** También se utiliza para designar a las entradas y salidas de programas. Se dice rúbrica de entrada y rúbrica de salida.

## S

- **Salida:** Elemento de producción que marca el final de un producto radiofónico.
- **Saturar:** Es la distorsión de una transmisión, grabación o producción, por exceso de volumen.
- **Segmentación:** Preferencias que van generando sólidos hábitos en los heterogéneos niveles de audiencia.
- **Servidor:** Hardware o dispositivo donde se almacena música, elementos radiofónicos y publicidad.
- **Shedule editor:** Menú de un *software* cuya función permite editar una programación musical.
- **Silencio:** Elemento radiofónico que puede ser valioso en un argumento, pues invita a la reflexión, centra la imaginación, y magnifica un hecho o acción determinada, especialmente en las series dramatizadas.
- **Simulcast:** Transmisión simultánea en dos o más frecuencias.
- **Slogan:** Elemento que hace referencia a una frase de batalla. Su finalidad es definir, con una expresión corta y sencilla, el perfil de un producto.
- **SMS:** Modalidad de mensajes que se emplean en la telefonía celular.
- Actualmente se ha posicionado entre la audiencia y la radio.
- **Software:** Herramienta informática cuyo propósito es optimizar y automatizar la programación de una emisora.
- **Splicing tape:** Cinta que se utiliza para la edición en cintas electromagnéticas.
- Aunque muchos productores utilizan con mayor frecuencia editores digitales, hay estaciones que aun trabajan con cintas de carrete abierto.
- **Spots:** Comerciales o mensajes cortos.
- **Stereo:** Sonido que a diferencia del monoaural, se genera en dos canales.
- **Sweepers/Liner/Jingle:** Elemento de producción que sirve para separar temas o canciones dentro de un bloque o segmento musical.
- **Switchero:** Acción de cambiar una estación de radio por otra (ver botoneo).
- **Sync Point:** Se dice del punto de sincronización entre la intervención del locutor y el inicio de la voz del intérprete.

## T

- **Target:** Objetivo, blanco, público meta.

- **Tarjeta de programación:** Sistema de programación mediante el cual nació el primer formato de radio. Este sistema ha sido sustituido por *softwares*, aunque aún existen estaciones que programan de esa manera.
- **Temas (ver canciones):** Unidades musicales que se emplean en la programación.
- **Testimonial:** Prueba de la calidad o veracidad de algo. En radio es el radioescucha que comprueba, por ejemplo, la veracidad de una promoción.
- **Tiempo aire:** Es el elemento intangible que se ocupa o llena con diversos productos, ya sea programas, música, comerciales o contenido diverso.
- **Top 40:** Primer formato de radio creado por Todd Storz, un visionario de la radio.
- **Top Ten:** Son las diez canciones más populares de un medio determinado, radio, revistas especializadas, etc.
- **Tráfico:** Es el nombre que también recibe el área o departamento responsable de la continuidad de una emisora.
- **Transistor:** Dispositivo electrónico constituido por un pequeño bloque de material semiconductor que cuenta con tres electrodos, emisor, colector y base. Sirve para rectificar y amplificar los impulsos eléctricos.
- **Transmisión:** Proceso de envío de señales electromagnéticas.

## U

- **Unidad móvil:** Unidad motorizada cuya función es realizar actividades promocionales en beneficio y apoyo de la programación al aire.

## W

- **Watts:** Nombre de la potencia en vatios de una emisora. Su potencia se expresa en watts.

## Principales géneros musicales

- Blues
- Corrido
- Country
- Cumbia
- Disco
- Electrónica
- Flamenco
- Folk
- Funk
- Gospel
- Heavy Metal
- Hip Hop
- Indie
- Jazz
- Merengue
- Pop
- Punk
- Ranchera
- Rap
- Reggae
- Reggaeton
- Rumba
- Rhythm and Blues
- Rock
- Rock and Roll
- Salsa
- Samba
- Son
- Soul
- Tango
- Vallenato

# Fuentes de consulta

## Bibliografía

- ALBERT, Pierre; TUDESQ, Andre-Jean, *Historia de la radio y la televisión*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1980.
- BERENDT, Joachim E., *El jazz: De Nueva Orleans a los ochenta*, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1998.
- BETANCOURT, J.; CHIBÁS, F.; SAINZ, L.; TRUJILLO, O., *La creatividad y sus implicaciones*, Ed. Academia, La Habana, 1994.
- BOHMANN, Karin, *Medios de Comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial Mexicana/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1989.
- BONILLA Gutiérrez, Carlos, *Campañas de comunicación y cabildeo*, Ed. AB Comunicación, México 2003.
- BYRNE, David, *Cómo funciona la música*, Ed. Sexto Piso, México, 2015.
- CELNIK, Jacobo, *Satisfaction: Conversaciones con el rock*, Ed. Aguilar, México, 2015.
- *Código de ética y Manual práctico de estilo radiofónico del IMER*, IMER, México, 2012.
- COPLAND, Aarón, *Cómo escuchar la música*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995.
- CORRAL CORRAL, Manuel, *Los medios masivos y la comunicación*, en: *Manual de Comunicación*, Ed. Compañía Editorial Continental, México, 1987.
- CURIEL, Fernando, *La telaraña magnética o el lenguaje de la radio*, Ed. Oasis, México, 1984.
- DE ANDA y Ramos, Francisco, *La Radio: El despertar del gigante*, Ed. Trillas, México, 1997.
- FATHERLEY, Richard W. y MACFARLAND, David T., *The Birth of Top 40 Radio: The Storz Stations' Revolution of the 1950s and 1960s*, Ed. McFarland & Company, Inc., 2014.
- MEJÍA Barquera, Fernando, *Historia mínima de la radio en México (1920–1996)*, 2007, <http://radiomex.blogspot.com/2007/09/historia-mnima-de-la-radio-en-mxico.html>
- FERRER Rodríguez, Eulalio, *La historia de los anuncios por palabras*, Ed. Maeva, Madrid, 1989.
- FIGUEROA, Romeo, *¡Qué onda con la radio!*, Ed. Alhambra Mexicana, México, 1997.
- FORNATALE, Peter y MILLS, Joshua, *Radio in the television age*, The Overlook Press, New York, 1980.

- GIOIA, Ted, *Historia del jazz*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, México, 1997.
- GLICK, Edwin, "The life and death of the Liberty Broadcasting System", en *Journal of Broadcasting*, Philadelphia, 1979.
- GREIG, Charlotte, *Los 100 discos más vendidos de los 50, 60, 70, 80 y 90*, Ed. Libsa, Madrid, 2014.
- KEITH, Michael, *Radio programming. Consultancy and strategies*, Focal Press, Boston, 1987.
- LÓPEZ Vigil, José Ignacio, *Radialistas apasionados*, Ed. Artes Gráficas Silva, Quito, 1997.
- MACFARLAND, David, *Contemporary radio programming strategies*, Lawrence Erlbaum Publishers, Hillsdale, 1990.
- MACFARLAND, David, *The development of the Top 40 radio format*, Arno Press, Nueva York, 1972.
- MARTÍ Josep, María, *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*, Pòrtic, Barcelona, 2000.
- MARTÍ Josep, María, *Modelos de programación radiofónica*, Feed-back, Barcelona, 1990.
- MARTÍNEZ Costa, María Pilar; MORENO, Elsa, *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*, Ariel, Barcelona, 2004.
- MATA, María Cristina, *Investigación radiofónica. De las palabras a los hechos*, Ed. UNDA- AL, Quito, 1995.
- MORENO, Elsa, *La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales*, en *Comunicación y Sociedad*, vol. XII, nº 1, 1999.
- MUÑOZ, José Javier; GIL, César, *La radio, teoría y práctica*, Ed. IORTV, Madrid, 1994.
- NORBERG, Eric G., *Programación radiofónica, estrategias y tácticas*, IORTV, Madrid, 1998.
- ORTIZ Oderigo, Nestor R., *Historia del jazz*, Ed. Ricordi Americana, 1952.
- ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHÁMALO, Jesús, *Técnicas de comunicación en radio*, Ed. Paidós, Barcelona, 1994.
- PRŮFIG, Katrin, *Formatradio ein Erfolgskonzept?*, Vistas, Berlín, 1993.
- RAMÍREZ Gómez, José Agustín, *La casa del sol naciente*, Ed. Nueva Imagen, México, 2006.
- ROMO, Cristina, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, Publicación Ciencias de la Comunicación-ITESO, número 7; México, julio de 1982.
- ROUTT, Edd; MCGRATH, James; WEISS, Frederic, *The radio format conundrum*, Hastings House, New York, 1978;
- VENTÍN Pereira, José Augusto, *Programación en radio: una propuesta teórica*, Fragua, Madrid, 2003.

- VICTORIA, Pilar, *Producción Radiofónica: Técnicas básicas*, Ed. Trillas, México 1998.
- VIVALDI, Martín; *Géneros Periodísticos*, Ed. Paraningo, Madrid, 1980.

### **Filmografía y videografía**

- Hip-Hop Evolucion, Banger Films, 2016.
- Jazz: A Film By Ken Burns, 2001.
- La Maison de La Radio, 2013.
- Ochéntame otra vez: Himnos de los ochenta parte 1, 2 y 3, RTVE, 2018.
- Pulp: A Film About Life, Death & Supermarkets, 2015.
- The Boat That Rocked (Radio pirata/Los piratas del rock), Studio Canal y Working Title Films, 2009.
- Todo el mundo es música, RTVE, 2018.