



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLAN



¿ Y AHORA QUE...?

**LOS JOVENES EN CONTACTO
CON SU SEXUALIDAD**

**UN CASO DE PRODUCCION
RADIOFONICA**

MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA

PRESENTA:

FRANCISCO JAVIER HERNANDEZ MELGAREJO

1996

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A MI LORY, POR SU AMOR IRRENUNCIABLE DE MADRE.,
A MOY, POR SU EJEMPLO DE HONESTIDAD DE HOMBRE Y PADRE.
A MI AGUE, QUE POR SU APOYO SE LOGRO REALIZAR ESTA.
A MI CHUS, POR SU ENTUSIASMO.
A LUIS, POR SUS CONSEJOS.
A JOAQUIN, POR SU CARIÑO.
A MI TIO HUGO, POR SU APOYO Y PACIENCIA.
A MI TIA CHELITO, POR SU AMABLE ATENCIÓN.
A IVONNE POR SU ALIENTO.

A FRANCISCO GUADALAJARA
A JESUS FIERRO
A ANDRES MONROY
A JORGE CHAVEZ

¿Y AHORA QUÉ...?
los jóvenes en contacto con su sexualidad.
Un caso de producción radiofónica

INDICE

PRESENTACIÓN	1
ALGO IMPORTANTE ANTES DE EMPEZAR	5
1. LA RADIO COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN	8
1.1 Antecedentes de la radio	11
1.2 Características del medio radiofónico	15
1.3 El código radiofónico	18
1.4 El gulón radiofónico	23
1.5 Los formatos radiofónicos: de chile, mole y pozole	27
1.6 La producción radiofónica	33
1.6.1 Pre-producción	38
1.6.2 Producción o realización	39
1.6.3 Post-producción	40
2. ¿Y AHORA QUÉ...? UN ESPACIO RADIOFÓNICO EN EL CUADRANTE	45
2.1 Qué es ¿Y ahora qué...?	48
2.2 El por qué de ¿Y ahora qué...?	52
2.3 De dónde viene ¿Y ahora qué...?	54
2.3.1 Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	55

2.3.2 Consejo Nacional de Población (CONAPO)	57
2.4 Equipo mínimo para una producción radiofónica. El caso de ¿Y ahora qué...?	61
3. ¿Y AHORA QUE...? EN PROBLEMAS. Contextualización del problema	68
3.1 ¿Y ahora qué...? antes del cambio	71
3.2 ¿Y ahora qué...? cambia	82
3.3 ¿Y ahora qué...? al final	92
3.4 ¿Y ahora qué...? fuera del aire	99
4.- REFLEXIONANDO SOBRE ¿Y AHORA QUE...?	104

ANEXOS:

Anexo 1. Cinta de un programa de la serie radiofónica ¿Y AHORA QUE...?.

Anexo 2. Evaluación de la serie radiofónica ¿Y AHORA QUE...?, por medio de sesiones de grupo.

Anexo 3. Investigación sobre los conceptos de juventud, sexualidad y adolescencia.

Oh cajita, únete a mi cuando escape
para que tus bulbos no se rompan al llevarte
de la casa al barco, del barco al tren;
para que mis amigos puedan seguir hablándome
junto a mi lecho, a mi dolor.

Al terminar la noche y comenzar la mañana
de sus victorias y de mis pesares prométeme
que no has de callar súbitamente

BERTOLD BRECHT

PRESENTACIÓN

El nacimiento del presente trabajo encuentra su raíz poco antes de terminar la educación media superior o ceceachera. Es en la clase de "ciencias de la comunicación" y en particular la tesis de Armand Matteiart la que me llevaría a estudiar comunicación. Explicaba el maestro que era necesario esforzarnos como profesionales para tener en nuestro poder los medios de comunicación masiva y así conseguir un cambio social bajo la teoría marxista.

En la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) campus Acatlán, se renovó en mí el Interés por todos los procesos de comunicación ante las diversas circunstancias sociales en que se producen y aplican.

Estudie la preespecialidad de periodismo electrónico por la oportunidad y alcance de los medios electrónicos en las sociedades contemporáneas como quedó de manifiesto en las explosiones presentadas en San Juanico en el 1984 y en los sismos que sacudieron la ciudad de México en 1985.

En ese momento comenzó a crecer en mí la necesidad de crear nuevos y diferentes programas en función de los intereses del posible contratador, sin olvidar tomar en cuenta las necesidades culturales, políticas y sociales del país.

En mayo de 1992 fui invitado por la Dirección de Comunicación en Población del Consejo Nacional de Población (CONAPO) para responsabilizarme de la reestructuración del programa de radio, que busca informar y orientar a los adolescentes y jóvenes de la zona metropolitana de la ciudad de México sobre diferentes aspectos de la sexualidad, el desarrollo fisiológico y socioafectivo propio de la

adolescencia y otros temas relacionados con la problemática de ese periodo de vida, objetivo que en el programa no se cumplía.

Aceptar esa invitación constituía un reto a mi capacidad profesional y a la vez representaba la posibilidad de llevar a la práctica algunas ideas respecto al aprovechamiento de la radio y su potencial creativo.

Con anterioridad había observado que en nuestro país, en la gran mayoría de los programas producidos para las diferentes audiencias, se ha exagerado en la verbalización monótona y aburrida, olvidándose del potencial creativo de la radio, situación que se presenta con mayor constancia en la banda de frecuencia de A.M. y en particular en programas de opinión o foros de discusión en vivo con teléfonos abiertos, tales como "Pregúntale a EMI", "Verdades" o "Frente a frente".

Por ello acepté el compromiso y la oportunidad que me brindaba el CONAPO en la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?*. Mi tarea principal, fue la de producir un mensaje atractivo para los jóvenes en un programa institucional, lo cual me llevó a comprometerme con esta audiencia para ofrecerle una radio de calidad con información sobre tópicos de sexualidad.

Es frecuente que en proyectos de esta naturaleza gestados en instituciones gubernamentales, cuyos objetivos deben ser alcanzados en plazos muy cortos, mismos que muchas veces no se cumplen por distintos factores, no exista la posibilidad de realizar un registro de las experiencias que se van generando, con lo que la posibilidad de reflexionar sobre el trabajo realizado es casi nula.

Debido a esto decidí elaborar el presente trabajo para obtener mi título profesional, cuyo propósito central es exponer mi experiencia y aportar algunas ideas, para superar algunas problemáticas que pudieran enfrentar producciones radiofónicas institucionales como fue el caso de la serie *¿Y ahora qué...?* dedicada a orientar e informar a los jóvenes y adolescentes de la zona metropolitana de la ciudad de México, sobre diferentes aspectos de la sexualidad en el desarrollo fisiológico y socioafectivo propio de la adolescencia y otros temas relacionados con la problemática de ese periodo de vida. Esta experiencia comprende todo el año de 1992.

A continuación expongo de manera genérica las partes que la componen:

El capítulo 1, LA RADIO COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN, habla de la naturaleza de este medio en las sociedades modernas, el cual se ha convertido en una parte indispensable de la vida cotidiana; de su surgimiento para cubrir las necesidades de comunicación a larga distancia. Menciona las funciones, características, ventajas y desventajas de la radio. Aborda el código radiofónico, los diferentes formatos radiofónicos, los tipos de guión y a la producción radiofónica.

En el Capítulo 2, *¿Y AHORA QUE...? UN ESPACIO RADIOFÓNICO DENTRO DEL CUADRANTE*, se observa que la serie radiofónica se transmite por una estación que se define como cultural y se enmarca a la serie radiofónica *¿Y ahora que...?* como un programa de asuntos públicos con formato de mesa redonda dedicada a difundir información sobre temas de sexualidad. Se especifica el objetivo de la serie, del Consejo Nacional de Población como emisor de la misma y del apoyo del Instituto Mexicano de la Radio para su emisión, de su por qué, cuándo, cómo y dónde.

En el Capítulo 3 *¿Y AHORA QUE...? EN PROBLEMAS*. Exponen las dificultades que enfrentaba la serie radiofónica dando un contexto de lo que sucedía alrededor de la misma. Se habla de las transformaciones sufridas desde que se asigna a los integrantes del equipo de producción la serie. Y para finalizar, se enuncian los porqués de su salida del aire, con lo cual concluye la memoria.

Al final de los 3 Capítulos, se Incluye una reflexión sobre el trabajo realizado en la serie radiofónica de *¿Y ahora qué...?* de lo que fue, significó y si aportó algo a la industria de la radiodifusión.

Más adelante se encuentran las fuentes consultadas : bibliografía y hemerografía para todos aquellos que están interesados en investigar sobre la radiodifusión.

Al término encontraremos tres anexos, el primero dedicado a una grabación en cinta de un programa de la serie producido durante el periodo de *¿Y ahora qué...?* al final con su respectivo guión. El segundo anexo es la evaluación que elaboró la Dirección de Comunicación en Población para conocer el Impacto de la serie en el público meta. Y el tercero es una investigación que pretende despejar dudas al rededor de los conceptos de juventud, adolescencia, y sexualidad, importantes en esta memoria.

ALGO NECESARIO ANTES DE EMPEZAR

El Consejo Nacional de Población (CONAPO), desde sus inicios (1974), ha utilizado los medios de comunicación masiva para difundir mensajes de salud reproductiva, tamaño de la familia, educación sexual y vida familiar, de acuerdo con la política poblacional del país. Al analizar las acciones de comunicación en población se evidencian tres diferentes periodos.

El primero de ellos va de 1974 a 1976, años en donde se dan los primeros pasos en materia de población para reducir los índices demográficos. En esta etapa los mensajes se orientaron básicamente a la necesidad de reducir el tamaño de la familia.

El segundo periodo comprende de 1977 a 1979, y durante él se dieron los primeros pasos para diseñar la política demográfica que integra el aspecto del crecimiento poblacional y también variables demográficas como la distribución de la población en el territorio nacional; esta fase conserva la línea definida en el primer periodo al tratar básicamente la temática que se refiere a la planeación familiar.

La tercera etapa va de 1980 a 1992, y muestra una apertura a otro tipo de mensaje, sobre todo en las áreas de educación sexual y vida familiar, con producciones de programas o series para audiencias específicas. En este momento se instrumenta la serie radifónica llamada *¿Y ahora qué...?*, dedicada a informar y orientar a los jóvenes y adolescentes sobre diferentes aspectos de la sexualidad (Ver el por qué de *¿Y ahora qué...?*)

Dado que el CONAPO requiere prestadores de servicio social, el que esto escribe se inserta en la serie primero como asistente de producción (de enero a mayo) y

posteriormente como productor de la misma (de mayo a diciembre). En ello iba la responsabilidad de ofrecerle a los radioescuchas, en este caso los jóvenes un espacio que por su forma y contenido fuera atractivo pues carecía de este atributo, deseaba que el programa funcionara de forma imaginativa y creara imágenes sonoras mentales para dejar de lado su verbalización "monótona y aburrida" y por hacer de la serie algo digno de ser escuchado y esperado en este supermercado llamado cuadrante.

A partir de conocer y manejar gran parte del bagaje conceptual de lo que es la radio: sus características, sus herramientas para trabajar en ella, de la técnica en la redacción de un guión, de su lenguaje radiofónico y de su producción en general, se consiguieron los objetivos deseados de parte del equipo de producción (locutor, asistente de producción, técnico y productor).

Sin embargo, además de este conocimiento en la serie radiofónica se requirió de la investigación para realizar programas con un buen nivel de información; tarea que no es muy socarrida en muchos de los programas radiofónicos.

En el caso de la serie de *¿Y ahora qué...?* se utilizó a la investigación en dos diferentes formas:

1) La investigación para la producción.

Basada en la realización de entrevistas a personajes que opinaran al respecto de algún tema o la investigación en libros, periódicos y revistas para el desarrollo de alguna cápsula informativa o dramatizada. A estos apoyos los integrantes del equipo de trabajo en *¿Y ahora qué...?* les llamamos recursos de producción. (Ver la producción radiofónica)

2) La investigación para el conocimiento de las audiencias.

Esta fue la base para conocer a nuestra audiencia y ubicarla en su contexto, saber sobre quiénes son, cómo son, qué hacen, qué prefieren, qué problemas tienen y cómo los resuelven. (Ver anexo 2 y 3)

La tarea tiene una enorme relevancia en cualquier tipo de producción radiofónica dado que ésta metodología procura obtener información sobresaliente para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. (Ver la producción radiofónica)

Este apoyo nos enseña que el trabajo en radio se debe entender como un complejo metodológico que cada producción tiene a partir de sus necesidades.

Así pues, el presente trabajo inicia con un marco teórico de la radio, seguido de la experiencia profesional en la producción de *¿Y ahora qué...?*, y para finalizar la evaluación y valoración de del trabajo realizado en la serie.

1. LA RADIO COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN

La radio es un medio de comunicación masiva de gran alcance y penetración que encontramos cotidianamente en el hogar, la oficina, taller, o en cualquier lugar de reunión o trabajo. Pero para explicar su naturaleza de medio de comunicación masiva es necesario examinar sus características.

Una buena parte de los mensajes que recibimos nos llegan a través de los medios de comunicación masivo. "La escritura fue el primer medio de comunicación a distancia con la aparición de la imprenta,(...) le sucedieron, la fotografía, el fonógrafo, el cine mudo, la radio, el cine hablado, el cine a colores, la televisión, el video hasta llegar a nuestra época con las " nuevas tecnologías " (1). Tenemos el caso de la industria de la reproducción de la palabra y de la música por medio de cassettes y discos que ha masificado también este tipo de comunicación. (2)

Para definir a los medios de comunicación masiva convendría enunciar los conceptos uno por uno y así evitar puntos de vista deformados o equivocados pues cada uno de ellos en sí son complejos.

"El medio, lo podemos definir como el instrumento técnico de reproducción multiplicadora de la palabra hablada o escrita, de la música y del movimiento.

"Masiva, quiere decir que el mensaje puede llegar a centenares de miles y aún a millones de personas, más allá de los fronteras nacionales y aún más allá del planeta tierra, cosa que pudimos comprobar en las retransmisiones de los astronautas norteamericanos desde la luna."(3)

Son medios de comunicación masiva por que establecen de parte de los transmisores, un flujo de mensajes a los cuales corresponde un conjunto de respuestas probables de parte de los receptores.

La información recibida por medio del radio es sin duda un mensaje realizado para ser captado por un receptor, en base a un código de señales o como lo plantea Abraham Moles, diseñado en base a un paisaje mental efectuado a través de la percepción del mundo que le rodea, de acuerdo a sus experiencias y conocimientos que tenga sobre el mismo.

A su vez el receptor del mensaje que también maneja un código de señales o un paisaje mental acorde a sus experiencias y conocimientos y crea una imagen más o menos igual a la que el emisor envió con su mensaje.

Para lograr la comunicación (emisor - receptor) deben compartir un repertorio de experiencias para que el mensaje transmitido sea recibido satisfactoriamente. En este sentido el receptor entra en relación con el mensaje...

"... en primer lugar conoce el código (o tiene el mismo paisaje mental descrito por Moles) en que viene cifrado el mensaje. En segundo lugar la recepción no es pasiva implica un esfuerzo (mayor o menor). Hay una dosis de actividad en el momento de la recepción del mensaje, actividad que significa selectividad, discriminación o aceptación. Aún en este plano de abstracción en que nos hemos situado tenemos que comprender que la comunicación humana nunca es una comunicación entre autómatas".(4)

De tal manera que la participación del público en un programa radiofónico es activa en relación al mensaje cuando tiene la oportunidad de hacerlo por algún medio (teléfono, fax, etc.), claro, si lo que escucha despierta, mantiene y gratifica su atención. En otras palabras el receptor de mensajes en la radio, por lo menos en los programas de

la llamada "radio hablada" (noticiarios, mesas redondas, programas de comentario, etc.), casi siempre tiene la posibilidad de dar respuesta al mensaje.

Los medios masivos de comunicación constituyen una característica propia de la sociedad moderna y se han convertido en una parte indispensable de la vida cotidiana. Janowitz citado por Denis Mc Quail (5), explica que estos comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales los grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, cine, radio, etc.) para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso.

La comunicación masiva, continúa Mc. Quail , tiene características propias bien definidas como son:

- Por lo general las comunicaciones masivas requieren de organizaciones formales complejas. La producción de un programa radiofónico exige el uso de recursos de capital y por consiguiente un control financiero, gran cantidad de personal y cuerpo directivo altamente especializado, y supone la aceptación y aplicación de controles normativos.
- Se dirige a públicos amplios. Aunque no es posible determinar con exactitud las dimensiones de cual cantidad da origen la comunicación masiva si debe ser mayor a la audiencia de una conferencia o a una obra teatral.
- Las comunicaciones masivas son públicas, es decir, su contenido esta abierto a todos.

- El público es heterogéneo. La masa está integrada por miembros muy diferentes; provienen de diversos estratos sociales, tienen distintas ocupaciones, modos de vida y grados de prestigio, poder e influencia que difieren entre sí.

- Llegan simultáneamente a una gran cantidad de personas que se hayan lejos unas de otras. La radio y la televisión logran este resultado de un modo más completo que los otros.

- En los medios masivos de comunicación, el emisor se dirige a una audiencia anónima y su relación con el público la mayoría de las veces es impersonal.

- Por último explica que el público de los medios es un conglomerado de individuos a los que los une un foco de interés común, en una situación de comunicación masiva.

Continúa Mc Quail y explica que estas características que se mencionaron estarán presentes en diversos niveles en una situación de comunicación masiva.

García Camargo (6) escribe que la radio ha sido uno de los medios de comunicación de más rápido desarrollo, el más oído y popular, vigente en la vida familiar de los pueblos, parte vital del diario acontecer y en muchos casos medio de difusión de la cultura y de la recreación del espíritu, pero no es del todo conocido. Así entonces resulta necesario, revisar sus antecedentes.

1.1 ANTECEDENTES DE LA RADIO

Para hablar de los antecedentes de la radio es necesario remontarnos hasta 1832, fecha donde Samuel Morse descubre lo que sería su antecedente más inmediato: el

telégrafo, con éste y el código Morse se logra la transmisión de mensajes por medio de alambres a la velocidad de la luz. Más tarde el problema era realizar esa misma transmisión, pero ya sin la ayuda de ningún alambre. (7)

Heinrich Hertz en una prueba experimental logra mandar mensajes y entablar una comunicación a distancia sin el uso de cables. En 1889 consigue a través de ondas electromagnéticas crear una comunicación radifónica. James Clerk Maxwell encontró que al unir el magnetismo y electricidad se producían ondas electromagnéticas capaces de viajar por cualquier medio a trescientos mil kms/seg.

Posteriormente Guillermo Marconi, con base en la teoría de Hertz, busca afanosamente una aplicación práctica de tal descubrimiento y realiza sus primeros experimentos de transmisión inalámbrica, logrando enviar el sonido de unas campanitas por medio de las ondas hertelianas (nombre que le fue dado a propósito de haber realizado los primeros experimentos Heinrich Hertz). Para 1894, queda demostrada la posibilidad de comunicarse a distancia sin utilizar cables. (8)

En 1903, el inglés John Fleming descubre la válvula de electrodos llamada también diodo, que permite amplificar las señales generadas por los aparatos transmisores y receptores.

Por el año de 1907, el científico norteamericano Lee de Forest inventa una nueva válvula amplificadora de triodo, la cual amplificaba aún más las ondas y le daba un impulso mayor al nuevo medio de comunicación.

Ahora bien, en México la Industria de la radiodifusión se inicia en la década de los veinte y la historia señala la existencia de dos pioneros. Por un lado a Constantino de

Tárnava en Monterrey, y por el otro, al señor Adolfo Gomez de Fernández en la ciudad de México, sin poder precisar todavía quien de los dos fue el precursor de la radiodifusión. "Sin embargo, el primero es mencionado como fundador por su ilustre origen, es decir, razones ideológicas". (9)

No hay que olvidar que es en esta década donde las actividades económicas y militares se hacían en favor de la Primera Guerra Mundial, por lo que se retiene para sí el aprovechamiento del medio, y su uso era casi telefónico.

Las empresas productoras de aparatos comienzan a darse cuenta de la falta de una programación regular y tener al mismo tiempo una audiencia asegurada. El primer paso fue fabricar receptores en serie, que vendidos a precios accesibles aseguraban un mercado de masas. La radio dejaba de ser bidireccional para convertirse en unidireccional, es decir deja de ser para uso personal y se transforma en un medio masivo. Cuatro años más tarde empiezan a aparecer los primeros anuncios publicitarios.

La aparición del magnetófono en 1939, permite dar otro gran paso: la posibilidad del trucaje, cambiar el sonido directo, en vivo, "verdadero", por otro que permitiera el montaje y la permanencia de una grabación.

En la década de los cincuentas, se produce lo que sería una verdadera revolución en la radio: los transistores, dispositivos semiconductores que amplían las corrientes eléctricas eliminando otra vez el hilo: el cable que unía las instalaciones eléctricas. En radiofonía empezaron a usarse en 1955 y trajeron como consecuencia una audiencia mucho mayor que se movía por el campo, la oficina, la fábrica, esto por la miniaturización de los componentes del aparato receptor.

La aparición del disco blando fue desplazando paulatinamente a los músicos de los estudios radiofónicos; la consola facilitó mezclas y efectos especiales, las unidades móviles se trasladaron hasta el lugar mismo en que ocurrían los hechos creando un escenario sonoro mayor. Más recientemente, la alta fidelidad, en 1973, permitió una calidad musical muy superior a la que se conseguía hasta entonces.

Lo que posteriormente sería la radio, tal y como lo conocemos actualmente vendría a concretarse a principios de la década de los cincuenta con el descubrimiento de la televisión.

"Con la aparición de la televisión en México (1950), la radio tuvo que replantear su trabajo. Para algunos el pronóstico fue su pronta desaparición. Cambió horarios desplazando su programación de tarde a las primeras horas de la mañana o al medio día. Comenzó a trabajar para públicos diferentes según edad, sexo, preferencias. Y en esta necesidad de definir con claridad sus públicos, de hacer estudios de audiencias, logró retomar un lugar y perfiló con más nitidez sus ventajas: compañía en soledad, música variada, entretenimiento, servicios, velocidad y espontaneidad surgieron entonces como sus características más notables". (10)

La conformación de este estilo propio contribuyó por una parte a una mayor especialización de las funciones que en ella se desempeñan: guionistas, productores, operadores de audio, editores, locutores, periodistas, musicalizadores, actores radiofónicos, etc. y por otra parte la obligó a funcionar como un medio autónomo que no compite con la televisión y algunas veces alternativo ante los otros medios.

Debemos recordar que sólo se puede evolucionar buscando nuevas fórmulas. La radio es un complejo de técnicas y procedimientos las cuáles se desarrollaron en su momento rápidamente, pero de esto dependió en sobre medida el conocimiento de las características del medio.

En este sentido enumeremos esas propiedades de la radio.

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO RADIOFÓNICO

En las obras consultadas al respecto, se encuentra coincidencia en considerar algunas de las características propias de la radio como "limitaciones", en tanto que otras constituyen "recursos" que pueden contribuir a superar esas limitaciones. Enciclopedia of Education (11), Kaplún (12), Romo (13).

Unisensorialidad

Se dice que la radio es un medio unisensorial en tanto que sólo puede emitir sonidos, ya sean voces, música, efectos, etc.; su mensaje por lo tanto, sólo puede ser percibido por el hombre a través del sentido auditivo.

Esta unisensorialidad acarrea dos consecuencias inmediatas: el riesgo de distracción del oyente, puesto que para percibir el mensaje sonoro debe ejercer un esfuerzo de concentración y el peligro que se corre es, que el esfuerzo de concentración resulte fatigante para el que escucha.

En este punto no tiene mayor trascendencia si se toma en cuenta que los mensajes radiales tienen el poder de sugestión, estimulan la imaginación del oyente, provocando amplias y diversas "imágenes auditivas" o imágenes sonoras mentales, a diferencia de los medios visuales que tienden a provocar una percepción sensorial más dirigida a los sentidos: el radio se dirige al pensamiento y a la razón.

En relación con el punto anterior, debemos considerar que el oído es el sentido de la comunicación humana por excelencia y el órgano más sensible en la esfera afectiva

del hombre. La comunicación radiofónica debe tener entonces, además del componente conceptual, el componente afectivo, directo, vivencial, que permite al oyente "sentir" la emisión.

Unidireccionalidad

Una limitación inherente al radio (pero también al resto de los medios masivos de comunicación) es la ausencia del interlocutor; no se conoce de manera inmediata la reacción de los oyentes. Esto puede acarrear problemas de dependencia (aceptación pasiva de lo que se escucha) o de contradependencia (rechazo automático de algo que se impone desde fuera). Sin embargo, encontramos en la creatividad, un factor que puede disminuir considerablemente las consecuencias de la unidireccionalidad es *la empatía*, es decir, la medida en que el comunicador (locutor, guionista, actores, etc.) se sitúan en el punto de vista del receptor a base de observación, investigación e introspección. De esta forma, los mensajes empáticos generan una relación de *identificación* con el oyente que contrarresta la unidireccionalidad propia del medio.

Condicionamiento del auditorio

La utilización de la radio con fines comerciales, tan generalizada en países como el nuestro, ha conformado hábitos y actitudes en el auditorio que propicia que el nivel de atención y comprensión de los mensajes sea bajo y superficial, es decir, se oye radio, pero no se escucha. En este sentido, las posibilidades que tiene un programa preocupado por difundir mensajes de interés para los jóvenes, de ser escuchado con atención son escasas. Por lo tanto para que el mensaje sea atractivo a la hora de transmitirlo, debe responder a motivaciones profundas del auditorio, a partir de sus necesidades y experiencias, de manera que logren la relación empática de identificación que se mencionó en el punto anterior.

Fugacidad

EL mensaje radiofónico, al inscribirse en un tiempo específico, es inmediato y fugaz; no es posible volver atrás ni detenerse en un momento dado, a fin de volver a escuchar el mensaje. Esta situación plantea la necesidad de ser reiterativos para lograr una buena comprensión; al mismo tiempo, esta reiteratividad o redundancia exige que la información expuesta en un espacio de tiempo determinado, no sea muy amplia. La constante repetición resta tiempo a la emisión de información.

Con ello se tiene el riesgo de producir una cierta monotonía o lentitud del mensaje. Una vez más la superación de esta limitante estaría dada por la capacidad del equipo de producción al usar la creatividad inherente del medio, a fin de que, la necesaria codificación y reiteración de la información no derive en un programa monótono y aburrido.

Cobertura

Una característica inherente a la radio y quizá la más importante desde el punto de vista de la comunicación es la capacidad de cobertura. La radio, está al alcance de todos; alfabetos, analfabetos, pobres, ricos, poblaciones urbanas y campesinas, etc. Su preponderancia comunicativa no tiene rival en todos aquellos núcleos marginados inaccesibles para otros medios de comunicación. Donde amplios grupos de poblaciones viven desnutrición, analfabetismo y aislamiento informativo, provocando que la radio, sea el único contacto con la sociedad y/o con la realidad.

En este sentido Koplún apunta:

"Es imperativo de la época, de nuestros países subdesarrollados, la utilización más adecuada de este medio de comunicación social, con una programación que despierte el interés popular tanto por su calidad técnica como por su contenido.

(...) El objetivo de la radio es realizar programas que sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades".(14)

1.3 EL CÓDIGO RADIOFÓNICO

El código es uno de los componentes fundamentales de todo proceso de comunicación. Por código se entiende un conjunto de reglas que sirven para generar mensajes. (15)

En el caso concreto de la radio, en virtud de su particular naturaleza tecnológica, los elementos expresivos que pueden ser utilizados son exclusivamente de carácter auditivo. Estos elementos son tres: la voz, la música, y los efectos sonoros.

El código radiofónico propiamente dicho, es entonces aquel sistema de reglas de uso y combinaciones de estos elementos que el emisor y el receptor utilizan, tanto para la producción como para la interpretación de los mensajes radiofónicos. O para decirlo en otros términos, el código radiofónico establece de qué manera la voz, la música y los efectos sonoros puede ser usados y articulados para la transmisión de significados.

Ahora bien, es necesario agregar al código radiofónico el silencio que aunque no se encuentre contemplado como tal, al entrar en juego con los otros elementos crea un significado, una imagen o transmite una idea.

La voz es el elemento radiofónico por excelencia y se define como el sonido que produce el aire expellido por los pulmones al hacer vibrar las cuerdas vocales.

Asimismo, debemos considerar las cualidades de esta.

Tono: Es el resultado de la rapidez de la vibración de las cuerdas. Mientras más rápido, más aguda la voz y cuanto menos rápido, más grave.

Timbre: Esta característica hace la diferencia de las voces. Para entender más claramente, no es lo mismo un "Do", producido por un violín que por un piano.

Intensidad: Depende del volumen y de la cantidad de aire que se utiliza para difundir la voz.

Cantidad: Es la duración, mayor o menor de un sonido emitido.

Estas cualidades, además del uso, las inflexiones y la intensión hacen una clasificación de voces. Ahora bien, en este sentido es importante conocer los variados aspectos de las voces que en este sentido explica Ma. Cristina Romo.

A) Respiración: Para hablar frente a un micrófono, lo más importante es saber respirar. Es necesario aspirar aire por la nariz antes de comenzar hablar. Esta debe pasar desapercibida. Si no hay reserva de aire, las últimas sílabas se apagan.

B) Vocalización: Consiste en articulación y dicción. Es pronunciar claramente todas las sílabas y todas las letras de tal manera que se puedan leer los labios, pero que resulte natural al oído.

C) Énfasis: Significa hacer inflexiones ascendentes y descendentes con matices emocionales en el discurso del locutor.

D) Naturalidad: Al hablar por radio se tiene que hacer como si estuvieras platicando con un amigo.

E) Volumen: La voz debe ser modulada de tal manera que no resulte estridente, ya que ni siquiera los aparatos en el estudio pueden solucionar la estridencia de la voz ni bajando el volumen.

F) Velocidad: Tenemos que hablar normal dando la cantidad adecuada de tiempo a las palabras (como si se estuviera hablando con un amigo) de tal manera que asimile rápidamente el escucha.

G) Posición ante el micrófono: Se recomienda colocarse más o menos a 25 centímetros del micrófono y tratar de mantener la misma distancia durante todo el discurso.

H) Improvisación: Aunque siempre lo más conveniente es que esté plasmado en el guión lo que se va a decir, el buen locutor debe ser capaz de improvisar, estructurar frases correctas y lógicas al micrófono, sin guión alguno.

I) Lectura: La clave para la locución radiofónica es leer bien y que no se note lo que se está leyendo.

La música es el segundo elemento del código radiofónico y un excelente auxiliar del guión. Esta puede servir para decir sin palabras el lugar, la época, el tiempo, el estado de ánimo; es una ayuda para intensificar la acción; para establecer la ambientación en general.

Es necesario entender, por supuesto, que en este momento no nos referimos a la música cuando es el mensaje principal de la radio, sino cuando se utiliza como recurso auxiliar, dado que fue en esta forma como se utilizó en la serie radiofónica ¿Y ahora qué...?.

La música entonces puede aparecer de la siguiente manera.

A) *La cortinilla*: Es un fragmento musical previamente escogido, que sirve para separar dos escenas. Se escoge de acuerdo al tipo de programa.

B) *El puente*: Es una especie de intermedio musical al que se le da más importancia que a la cortinilla y su duración es más grande.

C) *La ráfaga*: Es un fragmento corto de música fuerte y dramática cuya duración es de unos cuantos segundos.

D) *La fanfarria*: Es un trozo de música que se utiliza para situaciones festivas.

E) *Identificación de entrada y salida*: Son las dos funciones importantes de la música en cualquier programa de radio.

Al planear la utilización de la música e incorporarla al guión, debe tomarse en cuenta que abusar de ella resulta contraproducente. Su demasiada continuidad hace pesado el ambiente. Es necesario un justo medio.

Los efectos de sonido son el tercer elemento y tienen como finalidad ambientar situaciones, complementarias e ilustrarlas. Su fuerza surge de la asociación visual que el ser humano hace cuando escucha un sonido. Se seleccionan y se incorporan al

programa de radio de acuerdo al realismo y fuerza que puedan proporcionar a la producción.

Por último **el silencio** es por defecto, una forma de sonido, conviene mencionarlo porque en ocasiones la ausencia de sonido, ayuda a crear momentos de expectación o puede ser un signo de puntuación, siempre y cuando no se convierta en baches o lagunas de la emisión.

Raymundo Mier apunta:

"El carácter estrictamente sonoro de la transmisión radiofónica (...) impone condiciones altamente específicas (...) a la emisión de los mensajes. En el campo de esta última se produce la necesidad de una permanente reproducción metonímica de las condiciones contextuales de la emisión, con todas las implicaciones que esto acarrea. Sobre la cadena discursiva deben aparecer estas marcas, estos elementos sonoros que permitan reconstruir a partir de puros vestigios asociados a lo que ésta siendo significado (...). Estas marcas despliegan y constituyen una narración que subentiende otros géneros de mensajes, como una superficie inherente al mensaje radiofónico. Esto conlleva necesariamente a la construcción de estructuras y estrategias particulares de la lectura (...) y que buscan apuntalarse sobre otros discursos semióticamente más complejos o complementarios".(16)

Así pues, para Raymundo Mier no basta tener algo que decir por radio, si no decirlo bien y desplegar todos los elementos del código radiofónico para obtener fragmentos sonoros de la realidad y hacer posible que el mundo quepa en la cabina de radio; y a su vez la fantasía se corporalice en la mente de alguien.

Es posible que por medio de estas estrategias el discurso radiofónico encuentre su apuntalamiento en los dispositivos colectivos que rigen la escucha: asociaciones, recuerdos y fantasías, que abran su circulación hacia niveles de discursos multiplicables y variables.

De hecho, el gran apoyo en la producción de un mensaje radiofónico radica en este código para lograr obtener fragmentos sonoros de la realidad que estimulen, mantengan, llamen la atención y posteriormente queden articulados en una estrategia, para ser materializados en una obra literaria llamada guión.

1.4 EL GUIÓN RADIOFÓNICO

La mayoría de las palabras que se pronuncian ante los micrófonos han sido previamente escritas. A través del radioreceptor escuchamos por lo tanto su lectura. Salvo aquellos programas encomendados a locutores especializados con facilidad de improvisación, que han de narrar cuanto ven en las retransmisiones de actos políticos, sociales, deportivos o de espectáculos, todas las demás audiciones habladas requieren de la intervención de redactores que, para cada una, han de componer el correspondiente guión.

La Real Academia Española define el guión como el escrito en que breve y ordenadamente, se han apuntado algunas cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin (17). Otros lo definen como la estructura auditiva que codifica por escrito; el proyecto de la emisión sonora (18); "la pauta del mensaje sonoro".

Es decir, que un guión en radio es un conjunto de los textos o escritos que componen un programa destinado a la radiación. Sin embargo más que un texto:

"es el esquema detallado y preciso de la emisión que comprende el texto hablado, la música que se ha de incluir y los efectos sonoros que se insertarán, e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa. Sólo con esa guía detallada (de ahí su nombre de guión) es posible producir buenos programas y evitar toda confusión, toda improvisación, a la hora del montaje". (19)

Ciertamente el guión tiene otras cualidades expresadas en *El Guión. Su Lenguaje Literario*, de Ma. de Lourdes Lopez, (20) del cual se toma la siguiente reflexión:

"Partimos pues de que el guión es, por los requisitos de su escritura, una obra cabal, del toda completa y terminada y sin embargo, no será conocida ni reconocida hasta su interpretación posterior o su traducción final a otras vías.

En tanto que es la escritura para relatos posteriores, el guión, a pesar de su esencia y formas narrativas aún siendo él mismo un relato cabal, en un lapso de vida muy corto se transforma en otra obra: un radio teatro, el noticiero, una mesa redonda, y así deja de ser. Al resumir las dos vías, podríamos decir no sin cierto fatalismo que el guión es para dejar de ser o para "no ser".

Resumiendo todo lo anterior, podríamos decir que el guión es en el mejor de los casos, un producto más que conocido, presentido, o intuido a través de otros. Y a pesar de todo ello, sólo a partir del guión es posible plantear una realización radiofónica.

El tipo de producción hace variar el guión y por ello sus posibles contenidos y formas. Obviamente estarán en relación directa la presencia cualitativa y cuantitativa de los elementos del guión con el objetivo del producto final programado. Pero existen constitutivos básicos: la idea central del mensaje, su adecuada codificación lingüística, precisión narrativa y utilización de los recursos propios de cada medio.

El guión concretamente, contiene los elementos requeridos para la comunicación y expresión de toda narración. Precisa la escritura de parlamentos o intervenciones de la voz hablada, indicaciones sonoras o visuales, música, acotaciones para los actores cuando los requiera el tipo de programa, etc.. Todos los elementos que permitan la completa estructuración narrativa. (21)

El guión en radio no es sólo un texto, es también el plan de una estructura sonora que deberá conjuntar los elementos de manera lógica y racional; una disposición racional permitirá la adecuada decodificación de significados.

Ahora bien, cuando se escribe un guión de radio hay que tener en cuenta el tipo de público a que se dirige y los recursos y posibilidades de realización. Dependiendo del programa se diseña el correspondiente guión. En este sentido Ma. Cristina Romo Gil (22) expone cuatro de las formas más comunes de guión en radio.

A) El guión completo: Generalmente es el adecuado para programas dramáticos. En él se incluyen todas las palabras, efectos y música que van a ser escuchados por el auditorio.

B) El guión semicompleto: Se utiliza para aquellos programas en los que participan personas con su opinión o de textos que no dependen del guionistas. El escritor redacta los textos de los locutores o actores y sólo marca los espacios de participación de otras personas. Este tipo de guión se usa en programas de entrevistas, mesas redondas o en revistas.

C) El guión listado: Es frecuente cuando un programa consiste en una secuencia de partes grabadas de antemano y en el guión sólo se marca esa secuencia. Los programas de variedades suelen ser presentados en forma de lista.

D) La hoja de continuidad: Aunque no es un guión propiamente dicho, sirve de guía. Es la lista diaria de las canciones, programas, mensajes y proporciona el tiempo preciso en que se transmitirán.

Una vez conocida las cuatro formas de guión más usuales en radio, es conveniente enlistar algunos lineamientos generales para la redacción del mismo para su cabal comprensión.

Mario Kaplún (23) sugiere utilizar un vocabulario de uso corriente, es decir palabras comunes que puedan ser comprendidas sin necesidad de recurrir a el diccionario, utilizar o preferir palabras de longitud corta lo mismo para las frases.

Otro punto importante es la sintaxis, sugiere Mario, se prefieran operaciones simples (sujeto, verbo, predicado) sin oraciones subordinadas para lograr la mayor claridad en el mensaje. Asimismo, prosigue, que el manejo de las cifras sean simplificadas y redondeadas, ahora si se trata de pesos y medidas, es recomendable manejarlas, tomando puntos de comparación entre sí. Del mismo modo, es necesario incluir algunas observaciones para la diagramación del mismo.

A) Los llamados operador y efectista se escriben con mayúsculas y subrayados, así como sus indicaciones correspondientes.

B) Los llamados a locutores o personajes, se escriben con mayúsculas sin subrayar; los parlamentos o textos que les corresponde van en altas y bajas de la mitad de la hoja en adelante.

C) Las acotaciones para locutores o personajes como: (CON CALMA), (PENSANDO), se escriben con mayúsculas entre paréntesis en la columna del texto.

D) En las indicaciones al operador debe especificarse la música, clasificación o nombre del disco, nombre de la pieza, lado y número de track.

E) Cuando se trata de utilizar material de apoyo como una entrevista previamente grabada, se hace de la siguiente manera: se indica al operador la presencia de estos

materiales, marcándole el número de plataje o tiempo de duración de la misma, así como el texto de inicio y final del mismo.

F) Se escribe en máquina con letra grande y a doble espacio para la facilitar la lectura.

G) No cortar las palabras al final de la línea ni párrafos al final de la hoja, para no romper el ritmo de la lectura del locutor.

En lo que toca al estilo, afirma Kaplún, debe ser coloquial, pero al mismo tiempo no para una multitud sino para un mismo escucha. " Tiene que sonar con la llaneza del lenguaje hablado, incluso a veces con las imperfecciones del mismo ". (24)

De hecho, el tipo de programas surgidos a lo largo de la historia de la radio han determinado distintos géneros radiofónicos los cuales con sus características propias, se reflejan en los guiones correspondientes.

1.5 LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS: DE CHILE, MOLE Y POZOLE

En primera instancia podemos agrupar los programas de radio en dos grandes géneros: los musicales y los hablados. Evidentemente a nosotros nos interesan estos últimos pues *¿Y ahora qué...?* es una serie donde su materia prima es la palabra, se trata de un programa perteneciente a la llamada "radio hablada". Y son estos los que nos permiten expresar ideas, transmitir un mensaje. La música juega un papel complementario, a veces muy importante pero nuestra herramienta esencial es la palabra.

Ubiquémonos en los programas de este tipo. Una clasificación elemental se finca en el número de voces que intervienen.

1. En forma de monólogo.
2. En forma de diálogo
3. En forma de drama.

Los programas monologados constituyen la forma más habitual de la charla radiofónica individual. Son los que ofrecen menos dificultades de producción pero también los más monótonos y limitados.

En los programas dialogados se supone la intervención de dos o más voces. Dentro de este tipo de programas se incluyen como veremos, muy diversos formatos tales como la entrevista, mesa redonda, el diálogo didáctico, el radioperiódico, el reportaje, etc.. Suelen ser más atractivos e interesante por la variedad de voces. Son de producción más difícil que los anteriores pero más radiofónicos.

Los dramatizados (radiodramas) podrían homologarse al género diálogo y ser considerados como una variante o subdivisión del mismo, ya que tienen en común el utilizar varias voces pero su rasgo distintivo reside en que estos desarrollan un historia determinada con personajes dramáticos.

Así, los trece modelos más clásicos y usuales en el mundo de la radio, son los siguientes:

(25)

1. La charla:
 - A) Expositiva, B) Creativa, C) Testimonial
2. El noticiero (formato noticia)
3. La nota
4. La crónica
5. El comentario

6. El diálogo:

A) El diálogo didáctico, B) El radio consultorio

7. La entrevista informativa

8. La entrevista indagatoria

9. El radioperiódico

10. La radio revista (programas misceláneos)

11. La mesa redonda:

A) Mesas redondas propiamente dichas, B) El debate o discusión

12. El radioreportaje:

Con base en: A) Documentos vivos, B) Reconstrucciones

13. El radiodrama

A) Unitaria, B) Seriada, C) Novelada

1. La charla: Es un discurso o un monólogo muy explotado en radio. La charla expositiva, es la más común; alguien que habla por radio con el fin de explicar algo, divulgar conocimientos dar consejos, etc. La charla creativa cambia el propósito de la charla; ya no se trata tanto de exponer un tema sino de motivar, de llamar la atención sobre una cuestión. **La charla testimonial** trata de despertar la inquietud del oyente por la propia experiencia directa; " Yo estuve ahí.. A mí me sucedió tal cosa...." A veces no es un libreto escrito sino la expresión espontánea, el relato de alguien que vivió o está viviendo una situación que cuenta y reflexiona sobre ella.

2. El noticiero: Es un programa que da a conocer los acontecimientos de interés general. La unidad componente de este servicio es la nota o noticia; información amplia de un hecho.

3. La nota: es la información de un hecho dado en un espacio de tres a cinco minutos. No incluye comentarios y opiniones personales, pero sí ofrece detalles antecedentes del hecho, así como menciones de las opiniones que otros han vertido acerca del suceso. Suministra al oyente elementos de interpretación para que se forme una idea más cabal del hecho; e incluso elementos de juicio.

4. La Crónica: Es un relato pretendidamente objetivo, amplio y detallado de un acontecimiento ordenado cronológicamente. No es necesario precisar que muchas veces una crónica hábil es un comentario disimulado; no explicita un juicio, pero lo induce y lo sugiere.

5. El comentario: Involucra un análisis y una opinión acerca del hecho que se comenta. Procura no sólo dar información sino también orientar al oyente, influir sobre él e inclinarlo a favor de una determinada interpretación de un hecho, que se considera la justa y correcta.

6. El diálogo didáctico: En esta categoría se comenta en términos populares y accesibles, el problema planteado por una situación cualquiera. Es un diálogo ágil, natural. **El radio consultorio,** otra variante del diálogo es un programa realizado con base en consultas de los oyentes, quienes las formulan por carta o teléfono. Puede ser de carácter general o especializado y su principal ventaja reside en que los temas reflejan intereses reales y concretos de la audiencia.

7. La entrevista informativa: Se puede definir esquemáticamente como un diálogo basado en preguntas y respuestas. Regularmente forma parte de programas como el radioperiódico, la radlorevista, el radioreportaje o también puede existir sola.

8. La entrevista indagatoria: En este tipo de programas se citan preguntas polémicas; el periodista puede recoger las opiniones adversas, y en base a ellas, hacer preguntas "duras", cuestionadoras a líderes de opinión o figuras públicas.

9. El radioperiódico: Este formato desarrolla igual que un periódico escrito distintas secciones: noticias nacionales, noticias internacionales, política, economía, cultura, espectáculos, etc. Brinda sobre cada uno de estos tópicos, no sólo informaciones, sino también crónicas, comentarios de opinión editorial.

10. El programa misceláneo, la radio revista: Estos programas se realizan en base a temas y secciones variadas. Su limitación está dada por su mismo carácter misceláneo; como debe ofrecer en cada emisión varios temas y secciones, todos ellos deben ser presentados en forma breve y ágil, no puede dar sino una visión rápida y superficial de cada uno.

11. Las mesas redondas: Son programas en base a la participación de dos o más invitados a fin de ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o la exposición de una cuestión determinada. Por lo general los invitados son especialistas en el tema de ocasión, pero también puede participar en la mesa redonda el hombre común, sobre todo, aquel que de alguna manera vive el problema. Cada uno de los participantes aporta datos desde perspectivas y disciplinas distintas que pueden ser complementarias o no. Hay siempre un conductor o moderador que coordina el programa, formula preguntas dirigidas a todos los invitados. Concede la palabra a los distintos participantes, administra el tiempo, regula la duración de la intervención de cada uno, resume los distintos aportes o las diferentes posiciones, etc. y expone las conclusiones a que se haya podido llegar al término del diálogo.

Dentro de este tipo de programa puede distinguirse dos tipos de formatos. (25)

A) *La mesa redonda* propiamente dicha, es lo que los ingleses llaman panel. Se invita a diferentes personas para que cada una aporte su información.

B) *El debate* a diferencia del anterior, busca la discusión la controversia, se propone desde el inicio oponer y confrontar posiciones.

Si hay un conflicto, invitará al programa a las dos partes en pugna para que expongan el problema desde su propia posición y lo discutan.

12. El radioreportaje: No es una breve exposición sobre un tema sino una presentación relativamente completa del tema. Del reportaje con base en documentos vivos el principal alimento es la entrevista, se utilizan charlas o declaraciones testimoniales. Se apela a todos los recursos posibles para ilustrar el tema. Debe existir el deseo de saber más, de indagar, de profundizar cada vez más. El reportaje con base en reconstrucciones es regularmente un hecho histórico sucedido hace tiempo. Esta categoría se vale de citas, escritos de los protagonistas, recurso y testimonios de sus contemporáneos.

13. El radio drama: Es el más activo en intervenciones de locutores o actores radiofónicos, música y ruidos o efectos. La historia puede ser real o imaginaria de cualquier manera el oyente se sentirá involucrado. Paradójicamente en la mayoría de las veces una ficción, se acerca más a la vida real.

Podemos distinguir tres tipos de programas realizados con formato de radio dramas. *El unitario:* la acción comienza y termina en esa emisión. *El seriado:* cada capítulo

presenta un trama independiente que puede ser seguida o comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores. *La radionovela* hay que escucharla casi íntegra; si se pierde algún capítulo es difícil reubicarse y seguir el argumento; si se pierde varios capítulos es difícil comprender la historia.

El guión como pudimos observar (en sus formas, modalidades y estructuras) es el punto de articulación donde convergen todos los elementos examinados en los apartados anteriores para dar paso a un formato radiofónico y posteriormente iniciar la producción específica.

La serie radiofónica *¿Y ahora qué...?* se puede ubicar como un programa dialogado con el formato de la mesa redonda o panel. Aunque algunas veces tuvo tintes de debate por lo movilizador y por la carga emocional de los temas a tratar. En *¿Y ahora qué...?* sólo a partir del tema y de los especialistas en cabina se conocía el formato que tomaría.

Es importante mencionar que la serie pudo haber tenido tintes de entrevista por la presencia de invitados al programa, la dinámica del mismo consistía en dirigir preguntas específicas a los integrantes de la mesa redonda durante toda la producción.

Examinemos a continuación la producción radiofónica.

1.6 LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

El diccionario de Radio y Televisión definen a la producción como:

" La acción, modo y efecto de producir un programa para radio, cine o televisión. / Por extensión, dicese a veces del programa mismo. / Equipo encargado de poner al servicio del equipo de realización los equipos y personas necesarias, así como de llevar el control de presupuestos y gastos de un programa". (26) Por su parte el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española entiende por esta palabra: " Acción de producir. /Cosa producida. /Acto o modo de producirse ". (27)

Observando que las definiciones no están lo suficientemente acabadas, estaremos de acuerdo entonces con la que plantea Teodoro Villegas (28) pues concibe a la producción radifónica como " Un largo proceso creativo en el que se interpelan una serie de acciones, tanto de índole puramente técnica como creativa ".

El proceso de producción radifónica continúa Villegas, se inicia en el conocimiento y manejo de su materia prima, el sonido. El sonido se nos presenta en tres opciones o actos: el sonido voz, el sonido música y el sonido ruidos o efectos. Los tres componentes del código radifónico en una interrelación directa y absoluta se presenta la síntesis del lenguaje radifónico. El buen manejo de estos elementos en la multiplicidad de posibilidades expresivas dan paso a la producción radifónica.

En este sentido, la producción radifónica ofrece una inmensa flexibilidad de posibilidades que dan paso a la creatividad en el mensaje, a esta la podemos definir como la actividad que: "...supone básicamente una conducta comunicativa destinada a transmitir alguna cosa a otras personas y se diferencia esencialmente de la conducta informativa, en la medida que no se pretende transmitir solamente informaciones, sino también sentimientos y emociones, por eso se le califica como expresiva ". (29)

Hay que decir que el lenguaje radifónico, va a poder ser aprovechado a partir del conocimiento del código radifónico y del buen manejo del equipo e instalaciones con que cuenta la radio, de las cuales se hablará más adelante.

La producción radiofónica es, entonces, labor de conjunto. El conocimiento adecuado del sonido y el manejo del equipo técnico para su almacenamiento o su transmisión. Además de la conjunción de labores humanas en aspectos técnico-creativos.

El primer conjunto se refiere a la concurrencia de sonidos (simultaneidad) y su concatenación (disposición y orden de aparición) que tiene como principio el ritmo; y el segundo conjunto ocupa al equipo de producción (locutor, asistente de producción, técnico y productor) que buscan en base a creatividad y apoyados por el primer conjunto, recrear "realidades sonoras" o radiofónicas a través del sonido. Otra herramienta que posibilita la creación de realidades sonoras, es el juego del volumen en el sonido aparentando acercamiento de personas u objetos. A éstos se les llama planos o niveles.

Los planos posibles a manejar son:

Primer plano o de presencia: Ubica lo inmediato, lo cercano, se utiliza primordialmente con los protagonistas y cuando la música o los efectos son protagonistas al sustituir la palabra.

Segundo plano o de relación: Permite ubicar personajes cercanos a la escena que se desarrolla; situaciones o secciones muy ligadas en tiempo o espacio a los protagonistas de la acción.

Tercer plano o de referencia: Permite ubicar una relación más lejana de personajes y situaciones, así como vestir la escena con los elementos que permiten ubicar la contextualidad de su desarrollo.

El fondo: no es más que la ambientación pertinente a la acción o escena.

Estas cuatro posibilidades de ubicación espacial no son excluyentes unas de otras y pueden utilizarse alternativamente siempre y cuando respetemos la concurrencia y concatenación del sonido. Ahora bien, existen también otros elementos que contribuyen con los aspectos técnicos creativos y son:

Las Mezclas o las Disolvencias: La primera nos da la posibilidad de unir varios sonidos: voz y música; voz y ruido; voz, música y ruido; música y ruido; ruido y sonido. lo que nos permitirá recreaciones de la realidad más elaboradas y fieles a las necesidades rítmicas y de significación al programa. Las segundas son las formas de salida o entrada de otra música u otro efecto.

Tenemos tres opciones para la realización de las disolvencias.

Disolvencias altas: Cuando un nuevo sonido llega al nivel en que se encuentre el sonido ya existente y este empieza a descender de volumen hasta desaparecer.

Disolvencias medias: Cuando dos sonidos se mueven simultáneamente uno hacia abajo y otro hacia arriba; el primero para desaparecer y el segundo para ocupar el lugar del primero.

Disolvencias bajas: Cuando el sonido existente desciende de volumen hasta casi desaparecer, en ese momento aparece un nuevo sonido que ocupa su lugar.

Pero la actividad creativa no se basa únicamente en el manejo de la música, de sonidos o efectos, si no también en los manejos rítmicos del lenguaje oral acompañados de un buen mensaje, por ello debemos conocer, en su mínima expresión el manejo de la voz, desde su estructura biológica hasta sus últimas posibilidades expresivas, pasando

por la mecánica de proceso respiración-emisión de voz. La voz como Instrumento, no sólo la palabra, sino la innumerable gama de posibilidades que el hombre puede emitir y manifestar infinidad de sentimientos y actitudes. (Ver el código radiofónico)

Es indispensable el buen manejo de la articulación del lenguaje y la dicción, pero no basta con ello; hay que saber entonar y matizar para hacer flexible la búsqueda intencional de inflexiones y énfasis, con lo que daremos al escucha una referencia directa de la Intensión deseada (Ver el código radiofónico).

Sólo a partir de conocer y manejar estos dos aspectos fundamentales de la radio, el sonido y el equipo técnico que la integra, podemos concebir la realidad del lenguaje radiofónico y sus posibilidades de significación.

Así, para la realización de un programa de radio debemos tener en cuenta esta realidad radiofónica, además comprenderla con los conceptos que Villegas (30) explica como partes integrantes de la metodología para iniciar la concepción de un producto radiofónico. Los puntos que a continuación se expresan, fueron adaptados para concebir la producción de la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?*. A continuación se enumeran los elementos y la forma en que se aplicaron en la serie.

La idea: Los programas generalmente empiezan con una idea a realizar en el programa. En *¿Y ahora qué...?*, la idea, fue la programación de temas acordes a las necesidades de comunicación del CONAPO, informando y orientando a los jóvenes sobre temas de sexualidad en las transmisiones de la serie.

La sinopsis: Es la información con que se cuenta para realizar el programa. En la serie, la sinopsis, fue resultante de la investigación o "justificación" que se realizó a propósito del

tema. A partir del mismo, se jerarquizaron las ideas más importantes ordenándolas de manera lógica para realizar el guión.

El objetivo: Se refiere al público al que está dirigido el programa. En el programa el destinatario del mensaje, lógicamente fueron los jóvenes. A partir del objetivo (los jóvenes) se definió el tratamiento de la información.

El guión literario: Se refiere a la planificación de un programa. En *¿Y ahora qué...?*, además de planear la producción, el guión literario observó la forma de dirigirse a nuestro público (lenguaje, tono y estilo), de qué tema hablaremos y con qué elementos humanos y materiales contamos.

El guión técnico: Establece lo que será el programa. De igual forma para la serie aquí se materializaron los elementos con que contó el programa para salir al aire.

1.6.1 PRE-PRODUCCIÓN

Esta etapa también es conocida como selección de recursos y es de dos tipos, material (música, efectos de sonido, libros, etc.) y humana (actores de teatro y locutores). Es de gran importancia, pues es en este momento cuando se empiezan a integrar los elementos técnicos y humanos para la producción. De hecho "con la creación del guión literario termina la primera fase de producción radiofónica y entramos a la segunda, la pre-producción".(31)

Es necesario apuntar la importancia de la selección de recursos de producción ya que estos son los que enriquecen y hacen interesante la producción en especial cuando es

un programa donde la palabra hablada permanece por largo tiempo como es el caso de *¿Y ahora qué...?*.

De acuerdo con la Guía de Producción Radiofónica del CONAPO diremos que en esta etapa se selecciona la música y todos los recursos de producción (grabados o en vivo) que se encontrarán en la emisión del programa, de acuerdo a las exigencias del guión. De esta forma se realiza la selección de efectos, definiendo antes cuales serán de estudio y cuáles pregrabados. Se debe tener especial cuidado en la selección de voces haciendo pruebas a diferentes locutores y actores (casting) para saber quién se ajusta a las características del personaje, quién da el ritmo, el timbre, la intencionalidad en la lectura, y el tono requerido.(32)

En fin debemos tener contemplados los recursos y de esta forma acercarnos a un buen producto radiofónico.

Ahora bien, para apoyar a la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?*, se utilizaron recursos de producción como cápsulas informativas, dramatizadas, entrevistas grabadas, textos literarios, poéticos, notas periodísticas, música, ruidos o efectos y actores que apoyaran la realización de estos, además de seleccionar e invitar a los jóvenes y especialistas que asistirían al programa.

1.6.2 PRODUCCIÓN O REALIZACIÓN

Podemos definir a la realización como el momento más importante de la producción donde se verán concretizadas todas las ideas planteadas en el guión. Es importante pensar en la real y efectiva interrelación de todos los elementos expuestos

anteriormente, y de las posibilidades de creación presentes en el medio.(Ver código radiofónico)

En cuanto a la grabación o realización puede hacerse de dos formas: en frío o en caliente. En *frío* es cuando se graba sin la presión del tiempo pudiendo repetir las veces que sea necesario cualquier parte del programas cuando no haya sido del todo satisfactoria. En *caliente* es cuando todos los elementos que conforman la producción se van integrando en el momento de la emisión, esto da cierta naturalidad a la producción pero obliga a poner mayor atención porque es imposible repetir cualquier fragmento. En este tipo de producciones es probable encontrar algunos errores.

¿Y ahora qué...? es un programa realizado y grabado en vivo o en caliente, sujeto a la presión del tiempo y expuesto a las vicisitudes que se pudieran presentar a la hora de la producción.

1.6.3 LA POST-PRODUCCIÓN

Entendemos por post-producción al proceso de edición (utilizar o eliminar) de los fragmentos del programa a emplear para definir el producto final de la producción, una vez realizado el programa.

Es aquí donde se puede corregir, o redondear las ideas que se plasmaron en el guión, eliminar pausas, quitar o aumentar elementos que nos ayuden al manejo rítmico del producto, ajustar los tiempos requeridos, etc.

Finalmente es necesario escuchar con atención el programa completo para saber si cumplió o no con las expectativas que nos habíamos creado de él dando por terminada la post-producción.

Desgraciadamente este momento de la producción no se incluía en el trabajo de la serie radiofónica, por ser un programa realizado y grabado en vivo, sin tener la posibilidad de trabajar sobre los errores para retransmitir la emisión.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Villar, Josefina. *El Sonido de la radio*, p. 27.
- 2.-Pardinas, Felipe. *Manual de comunicación social*, p. 169.
- 3.- Ibídem, p. 170.
- 4.- Prieto Castillo, Daniel, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, p. 21.
- 5.- Mc Quail, Denis. *Sociología de los medios de comunicación*, p. 58-59.
- 6.- García Camargo, Jimy. *La radio por dentro y por fuera*, p. 81.
- 7.- Del Campo Anaya, Yolanda y Huerta Lagunes, Xochitl del Carmen. Tesis, *La producción radlofónica ¿reflejo del gusto del auditorio?. Analisis de tres casos*, p. 21.
- 8.- García Jiménez, Mónica Patricia. Tesis, *Argonáutica ¿cultura dentro de rock 101?*, p. 14.
- 9- Arredondo Ramírez, Pablo y Sánchez Ruiz, Enrique E. *Comunicación social, poder y democracia en México*, p.94.
- 10.- Crovi Drueta, Della. *Perfiles del cuadrante*, p.258.
- 11.- Wilson Tomas. (et. al.) *Encyclopedia of education*, Vol. 3, p.117-120.
- 12.- Kaplún Mario. *Producción de programas radlofónicos*, p.78.
- 13.- Romo Gil Ma. Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p.35.
- 14.- Op..Cif. p. 162.
- 15.- Romo Gil Ma. Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 43.
- 16.- Mier Raymundo. *Radlofonías hacia una semiótica*, p. 46.
- 17.- Raluy Poudevida, Antonio. *Diccionario porrua de la real academia de la lengua*, p. 356.
- 18.- Osorio citado por Kaplún Mario. *Producción de programas radlofónicos*, p.269.
- 19.- Kaplún Mario. *Producción de programas radlofónicos*, p.272.
- 20.- López Alcaraz, Ma. de Lourdes. *El guión. Su lenguaje literario*, p. 24.
- 21.- Ibídem, p.25.
- 22.- Romo Gil Ma, Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 57-58.
- 23.- Kaplún Mario. *Producción de programas radlofónicos*, p. 276
- 24.- Ibídem. p. 279.
- 25.- Ibídem. p. 136-140.
- 26.-Cebrian Herreros, Mariano. *Diccionario de radio y televisión*, p. 122.
- 27.- Raluy Poudevida, Antonio. *Diccionario porrua de la real academia de la lengua*, p. 781.
- 28.- Villegas, Teodoro. *El sonido de la radio*, p. 165.

- 29.- García Jiménez, Mónica Patricia. Tesis, *Argonáutica ¿cultura dentro de rock 101?*. p. 44
- 30.- Op. Cit. p. 172.
- 31.- Op. Cit. p. 174.
- 32.- Consejo Nacional de Población. *Guía de producción radiofónica*, p. 7.

2. ¿ Y AHORA QUÉ...? UN ESPACIO RADIOFÓNICO EN EL CUADRANTE

Hasta el momento la clasificación más completa de las estaciones de radio que conforman el cuadrante en nuestro país, se basa en el tipo de autorización con que cuentan.

El artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión, dice que las estaciones de radio pueden ser:

"comerciales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas (...) las emisoras comerciales requieren de una concesión otorgada por el Gobierno Federal a través de la Dirección General de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; a las demás les basta un permiso otorgado por la misma dependencia (1).

A partir de esta especificación podemos decir que las emisoras de radio sintéticamente son de dos tipos: de concesión comercial y de autorización cultural.

Ahora bien, debemos entender por radio "comercial", aquella que vende sus espacios a anunciantes y difunde música con el mismo propósito, por lo que es comúnmente llamada radio-tocadiscos.

En esta definición no debemos excluir a las estaciones que dedican sus espacios a la palabra hablada, dictando en sus emisiones noticias, pues esta forma de hacer radio ha revelado la posibilidad de obtener, en términos monetarios, jugosas ganancias para los empresarios, los casos Radio Red, Formato 21, Radio Fórmula, Radio Acir, pueden darnos una idea.

Sin embargo el éxito y la permanencia de la música programada en las estaciones radio-tocadiscos se debe a que el disco abarata los costos de producción y resulta más fácil y económico realizar barras musicales que otro tipo de producciones.

En tanto por radio " cultural " se entiende:

"...el grupo de estaciones transmisoras que no utilizan la concesión estatal de modo comercial; y aquellas que teniendo su catálogo de anunciantes y patrocinadores, acupan el tiempo de emisión en programas cuyo contenido se refiere a las disciplinas artísticas, particularmente la música ". (2)

Como radio cultural se considera a aquellas estaciones que basan sus emisiones en temas " cultos ", música " culta ", etc., pero principalmente porque en ellas los únicos mensajes publicitarios son gubernamentales, o no lucrativos.

Por lo general instituciones educativas y culturales están a cargo de este tipo de estaciones como la UNAM, la SEP, o por consorcios de radio del estado como el IMER, que tienen como objetivo principal difundir mensajes cultural-educativos.

Una de las estaciones del IMER (hasta fines de 1992) es "Estéreo Joven" en la cual por su operancia, autorización y contenidos, según definiciones, es una estación de tipo cultural. Y es precisamente en ésta donde se produjo la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?* con el apoyo del Consejo Nacional de Población teniendo como propósito realizar la difusión de información sobre sexualidad para los jóvenes y adolescentes de la ciudad de México y del área conurbada.

En estas estaciones radiofónicas según María Cristina Romo, los locutores parecen cercanos al público, y la música pasa por un proceso de selección más rígido. Los locutores parecen estar próximos a las vivencias del público y cuidan del lenguaje; sin

embargo, con frecuencia son engolados y con una impostación que parece indicar que lo que ellos dicen sí es serio y formal y, en consecuencia alejan al público que se está animando a escuchar a la otra radio. (3)

El lenguaje de *¿Y ahora qué...?* contrarío a la apreciación de Cristina Romo, no es serio sino coloquial e informal y encuentra su sustento en la audiencia a la cual se dirige (los jóvenes). Es un programa que responde con seriedad a la difusión de información sobre sexualidad.

"La programación de la radio cultural está constituida precisamente por más producción de programas.(no sólo barras musicales). (...) También tanto programática como organizacionalmente la presión del tiempo es mucho menor. Es, diríamos, una radio sin prisas en donde el tiempo se puede alargar, si lo que está pasando al aire es interesante o todavía no culmina. La generalidad de las estaciones prefieren ser voceros de eventos culturales y artísticos y no participan en política y asuntos sociales. No hay compromisos con anunciantes pero sí con financiadores, que en la mayoría de los casos son instancias gubernamentales". (4)

Aunque últimamente algunos de los radiodifusores comerciales dedicados a la difusión de noticias, han trabajado en la realización de diversas producciones, los otros grupos de este tipo se han estancado en realizar sólo barras musicales, y es un hecho que en la radio cultural pese a la existencia de música programada, es variada la oferta de programas diversos para audiencias específicas como es el caso de *¿Y ahora qué...?*

¿Y ahora qué...? tampoco es un vocero de asuntos culturales ni artísticos, es un programa informativo de tipo social que busca apoyar las políticas de población del gobierno federal difundiendo información sobre diferentes aspectos de la sexualidad, el desarrollo fisiológico y socioafectivo propio de la adolescencia y otros temas relacionados con la problemática de ese periodo de vida.

" México es un país integrado principalmente por jóvenes. En 1985 y según las proyecciones de población (INEGI-CONAPO) suman alrededor de 41 millones, más

de la mitad de los habitantes de la ciudad de México. Y más de la mitad de ellos, tenían menos de 20 años de edad. De los comportamientos reproductivos que los jóvenes adopten depende la estructura demográfica del país. (...) Es por ello que se requieren acciones educativas integradas y amplias que profundicen en el conocimiento de los problemas demográficos, así como en la búsqueda de soluciones".

Difundir entonces, contenidos sobre sexualidad en un programa de radio es muy importante, en especial por dar respuesta a las inquietudes y dudas de los jóvenes y adolescentes con respecto a ella misma. Por otro lado puede coadyuvar ha crear conciencia difundiendo conceptos básicos, actitudes y prácticas sexuales, de tal suerte que se puedan evitar embarazos no deseados y puedan así consolidar su plan de vida.

" La serie se enmarca dentro del Proyecto MEX/89/P15 Educación y Comunicación en Población en el año 1990, de Naciones Unidas y CONAPO: que pretende una educación y comunicación en población que de manera integral responda a las características, necesidades y expectativas de los jóvenes ". (5)

Es en este año cuando sale al aire la serie *¿Y ahora qué...?*, sin embargo el que escribe, se inserta en ella hasta enero de 1992 como prestador de servicio social y en mayo del mismo año, como productor de la serie.

2.1 QUE ES ¿Y AHORA QUE...?

La radio, no es únicamente un ruido de fondo de las actividades cotidianas, también es un espacio abierto para el tratamiento de diversos temas en donde se puede participar, donde se encuentran interlocutores: no sólo los especialistas o las figuras de autoridad, también los pares, los cofrades que a veces expresan lo que uno mismo quisiera externar. También están ahí los oídos atentos, las personas que lo toman a uno en cuenta, quienes responden de manera más o menos personalizada a las dudas e inquietudes, aquellos que escuchan a veces con más disposición que la pareja, el jefe, los padres, los cuates, el maestro, el vecino, o los compañeros.

Tal vez ésta sea justamente, una de las características distintivas de la tendencia actual en la radio de la zona metropolitana de la ciudad de México: una apertura hacia una respuesta por la necesidad de los diversos grupos sociales e individuos de hacer valer las propias opiniones y posiciones con respecto a los asuntos públicos y también privados.

Puede observarse entonces, una tendencia general en la programación radiofónica hacia mensajes informativos y de opinión, que se manifiesta en el formato de los noticieros o "informativos", conducidos por un "líder de opinión", que no se limita a leer noticias, también las comenta y complementa con reportajes, charlas o entrevistas con especialistas, comparecencias de funcionarios públicos, entre otros.

Podría hablarse de una relativa apertura de la radio para tratar todo tipo de temas, aun los que están relacionados con tabúes, y que tradicionalmente no se ventilaban públicamente. Apertura también para permitir la expresión de opiniones diversas, aun las encaminadas a criticar a las instituciones sociales, y a los poderes públicos, o bien las que cuestionan la legitimidad de normas y hábitos tradicionales.

¿Y ahora qué...? es un programa informativo con formato de mesa redonda, que se transmite totalmente "en vivo", donde comparecen especialistas (sexólogos, biólogos, sociólogos, antropólogos, etc.) y jóvenes (de 14 a 25 años) para opinar e informar a un amplio sector de la población total del país (los mismos jóvenes). La serie radiofónica nace el 21 de abril de 1990; es una producción del Consejo Nacional de Población (CONAPO) y la radioemisora Estéreo Joven del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

¿Y ahora qué?, se transmite todos los sábados de 12:00 a 13:00 horas., y aborda durante su emisión temas sobre sexualidad, en tiempos oficiales de RTC de la Secretaría de Gobernación. El auditorio al que se dirige es al sector juvenil, de entre 15 y 25 años.

aunque es importante observar que de acuerdo con el Informe de los Reportes de Llamadas Telefónicas en 1991; el rango de edad se extiende a los jóvenes de 13 años y adultos de hasta 35 años de edad. La mayoría de los radio escuchas son estudiantes de diferentes niveles de instrucción y viven en colonias populares. (6)

Así pues, " el objetivo general de la serie radiofónica es, informar y orientar a los adolescentes y jóvenes de la zona metropolitana de la ciudad de México, sobre diferentes aspectos de la sexualidad, el desarrollo fisiológico y socioafectivo propio de la adolescencia y otros temas relacionados con la problemática de ese periodo de vida".(7)

John f. Newman, (8) a este tipo de programas con formato parecido al de *¿Y ahora qué...?*, les llama programas de asuntos públicos y los define así por lo que llegan a significar a la población; esos programas regularmente tocan temas que afectan a la mayoría de los residentes de la ciudad. La gente los discute en sus conversaciones diarias. La estación de radio presta el servicio al ventilar la discusión pública de esos problemas. Su propósito es suministrar información que sirva como base de la opinión pública. Kaplún define a este tipo de programas como mesas redondas (Ver el guión radiofónico) y son programas basados en la participación de dos o más personas invitadas, a fin de ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o de una cuestión determinada. Se invita a diferentes especialistas para que aporten información, sin embargo también puede participar en la mesa, el hombre común sobre todo aquel que de alguna manera vive el problema. Hay siempre un conductor o un moderador que coordina el programa y concede la palabra.

Así pues, la serie radiofónica al contar con un formato de mesa redonda busca aclarar cuestiones (o temas) sobre sexualidad y analizarlos desde diversos ángulos y no oponer posiciones antagónicas como lo hace el debate. (Ver tipos de guiones).

Así la opinión y el comentario es la parte sustancial de la serie radiofónica. El comentario según Kaplún, involucra el análisis, y la opinión, no sólo da información sino también orienta al oyente e influye en él a favor de una determinada interpretación del hecho que se considera la justa y la correcta. El comentario aprueba o condena, aplaude o censura.(9)

La serie radiofónica dedica su espacio a ventilar información sobre sexualidad debido a la existencia de una gran demanda de la misma por parte de los jóvenes, dada la situación genital, social y fisiológica que viven. Luego entonces se hace necesario y urgente que el adolescente y joven posea una adecuada orientación sexual y productiva dentro de un marco adecuado de valores para que cuando se tomen decisiones respecto a su sexualidad éstas sean tomadas de manera sensata y no perjudiquen a nadie ni así mismo.

Mencionar que la sexualidad (Ver anexo 3) tiene características propias, desde la infancia hasta la muerte del individuo, y que se tiene el derecho de expresarla durante cada etapa de la vida dentro de los límites de libertad, responsabilidad y respeto, permitirá que el adolescente experimente menor grado de angustia o temor por esa manifestación que como ser sexual vive.

2.2 EL POR QUÉ DE ¿Y AHORA QUÉ...?

Dada la necesidad de algunas instituciones gubernamentales para dar a conocer un mensaje específico (de índole político), utilizan los medios de comunicación masiva para asegurarse de que la campaña será recibida por algún público dadas las características de este tipo de comunicaciones.

En ese sentido el Consejo Nacional de Población (CONAPO) a partir de las metas planteadas por el Programa Nacional de Población (documento en que se fincan los objetivos a alcanzar para disminuir el crecimiento demográfico de el país) va a requerir de una serie radiofónica dirigida a adolescentes de áreas urbanas tocando cuestiones de población, demografía y anticoncepción.

En 1984, se establece un convenio interinstitucional (Dirección de Comunicación en Población , Gerencia de Estéreo Joven) de tipo verbal, para que el CONAPO cuente con un espacio radiofónico de 30 minutos semanales, tiempo que posteriormente va aumentar a una hora.

El interés gubernamental por acercarse a los jóvenes deriva de los datos obtenidos por el mismo Consejo al respecto de los grupos de edad que conforman nuestra población. En este sentido para el año de 1986 el 50% de ésta, era menor de dieciocho años, en tanto que el 65% se ubicaba abajo de los veinticinco años. (10)

EL programa que nació en ese momento fue llamado Entretiempos, antecesor de ¿Y ahora qué...?, contó con un horario de 22:30 A 23:00 horas los días sábados.

Resulta frecuente que los programas de gobierno tengan los horarios más inadecuados de transmisión, por lo cual, se realizó una petición formal para cambiarlo pues difícilmente lo podía escuchar el público al que se pensaba impactar. Esta solicitud se realizó en mayo de 1986 y para junio de ese mismo año se cuenta con el horario de 20:30 a 21:00 horas.

En su etapa inicial Entretiempos fue un programa realizado en "frío" lo cual contrastaba con lo intenso y cálido que resulta el ejercicio de la sexualidad. Con el cambio de horario la producción opera una transformación pues ésta ahora sería en vivo o en "caliente", por más de 18 meses. Es así como Entretiempos llega al cambio presidencial (en 1988) y con éste, nuevas directivas al CONAPO, los cuales cambiaron el nombre de Entretiempos por el de *¿Y ahora qué...?*

Dado que a los nuevos encargados de la serie les parecía inadecuado el horario, se negoció uno nuevo y un mayor espacio al aire, para apuntalar por medio del programa las expectativas demográficas del país. Así, la emisión de *¿Y ahora qué...?* se establece al aire de 12:00 a 13:00 horas los días sábado.

Sin embargo, como sucede en casi todas las instituciones públicas y algunas privadas, el trabajo realizado en los años anteriores fue olvidado por esa administración y negado el avance que tuvo o logró la serie.

De tal suerte que *¿Y ahora qué...?* hubo de contar con nuevos elementos dispuestos a aprender los complejos mecanismos de lo que significa hacer un programa con estas características; es decir nos encontramos con una renuncia a la experiencia, como si el aprendizaje de una especialidad fuera tan sencillo y superficial que no costara ningún esfuerzo llegar a desarrollarlo.

Así los nuevos elementos que dirigirán la " nueva serie " se perderán en el enorme espectro de posibilidades que ofrece el realizar un programa para jóvenes: Por un lado, se olvidaran que es un programa para una institución gubernamental como el CONAPO; que persigue objetivos concretos y con lineamientos trazados aunque muchas veces no especificados, y por otro, lo usarán para satisfacer sus propios intereses, al programar temas que no tienen que ver con el objetivo del programa, ni con la institución, y si con objetivos personales por lo cual la serie trataba temas como: moda, música, belleza, etc..

2.3 DE DONDE VIENE ¿ Y AHORA QUE... ?

Podemos definir a la comunicación en población como el instrumento que permite la difusión de la educación en población a través de los medios de comunicación colectiva. Se concibe como un proceso social con la intención de proporcionar en los receptores la toma de conciencia y la responsabilidad acerca de su papel en la búsqueda de armonía entre las variables demográficas y las del desarrollo socioeconómico del país. (11) De esta forma es como el CONAPO define a la comunicación en población y la ubica para conseguir sus objetivos.

Así pues, las acciones de comunicación en población se agrupan en cuatro proyectos, considerando el medio a través del cual se difundieron, a saber: radio, televisión, cine e impresos. Evidentemente a nosotros nos concierne lo hecho en radio.

Las producciones realizadas en radio pueden agruparse en dos categorías: 1) mensajes cortos, democápsulas y cápsulas informativas y 2) programas para audiencias específicas. Los mensajes cortos y democapsulas son de 30 segundos de duración, de carácter permanente, que difunden la educación en población para el público en

general. Los primeros buscan el impacto en cuestiones de vida familiar, conducta anticonceptiva, etc. y los segundos sólo proporcionan información de demografía. Las cápsulas informativas, por su parte, promueven los programas específicos. Ahora bien, los programas para audiencias específicas buscan invitar a la reflexión y a la comprensión de los fenómenos de población, como es el caso de *¿Y ahora qué...?*.

En ese sentido es necesario conocer más a fondo al Consejo Nacional de Población y al consorcio radiofónico por el cual se transmitió la serie radiofónica.

2.3.1 INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

'Estéreo Joven ,cultura que sí se escucha'
Slogan de Estéreo Joven.

El Instituto Mexicano de la radio es un organismo público descentralizado que desde 1983 (año de su nacimiento) agrupa las emisoras y los servicios de radiodifusión del Gobierno Federal (diez en ocho estados y siete en la capital de la república). Entre sus funciones destacan las siguientes: (12)

- A) Estimular la integración nacional y la descentralización cultural.
- B) Fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado.
- C) Realizar estudios y organizar un sistema de capacitación en materia radiofónica.

Asimismo, su principal objetivo ha sido apoyar al gobierno en la tarea de hacer llegar a todo el país mensajes culturales y de interés general; así como brindar entretenimiento a la niñez, juventud, la mujer, la senectud, los obreros y los campesinos con programación que en ningún momento exalte la violencia, al sexo, o los vicios; alternando con una

comercialización adecuada que permita lograr la autosuficiencia financiera de las emisoras y "realiza un esfuerzo por equilibrar la comunicación social con nuevos modelos educativos, culturales y de entretenimiento". (13)

Las estaciones del grupo IMER que se encuentran en los estados son XHUAN FM Estéreo Frontera (Tijuana B.C.) , XEFQ Radio Cananea (Cananea Son) XHUAR FM Estéreo Norte (Cd. Juárez Chih.) XERF Radio Frontera (Cd. Acuña Coah.) XEBCO Radio Occidente (Colima, Col.) XELAC Radio Azul (Lázaro Cárdenas Mich.) XHSCO FM Estéreo Itsmo (Salinas Cruz Oax.) y es en Chiapas en donde se encuentran las tres restantes XERA "La Voz de los Altos" (San Cristóbal de las Casas) XRCAH "La Voz de Soconusco" (Cacahoatan) y por último XEMIT "La voz de Balun Canan" (Comitán). Todas ellas son estaciones de gran tradición que conjugan la experiencia y el espíritu de innovación, tradición y vanguardia musical.

No está por demás hacer notar que XERMX OC Radio México Internacional aunque se encuentra radlando desde el Distrito Federal, su frecuencia es de onda corta y su objetivo es el de dar a conocer los valores artísticos, culturales y acontecimientos relevantes del país al mundo, ya que cubre Centroamérica, el Caribe, Sudamérica, el sur de Estados Unidos, Canadá y parte de Europa, Asia y Oceanía.

Ahora bien, las estaciones que operan en Amplitud Modulada son: XEB, la B grande de México, la cuál desde su fundación en 1923 ha contribuido a darle difusión a la música popular mexicana con el apoyo a intérpretes, autores y compositores nacionales.

XERIN, Radio 710 es la estación tropical del Grupo IMER, Melodías de catálogo y de promoción son la base del su perfil.

Desde 1939, "XEQK proporciona minuto a minuto la hora exacta de México", así como un sin número de bienes y servicios en cápsulas de 6 segundos, muchas de las cuáles forman parte de la memoria radiofónica que todos compartimos.

Por otro lado en Frecuencia Modulada se encuentra la estación que difunde música "cultura" con el propósito de hacerla accesible a un auditorio más extenso que al que habitualmente se dirigen las otras estaciones del cuadrante y esta es XHIMER FM Opus 94.

Y por último XHOF FM Estéreo Joven, la estación del sector mayoritario de la población del país: los jóvenes. Es aquí donde se dieron cita las expresiones más representativas de música juvenil: jazz, blues, afroantillana, reggae, canción popular contemporánea, teniendo mayor peso la música rock (hasta fines de 1992 cuando desaparece la estación). Y es en ella donde se realizaba la radicación de la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?*. La estación la definían de la siguiente manera:

"Una programación elaborada con estricto criterio selectivo y el comentario sustentado en la información y la experiencia, hacen de Estéreo Joven una estación actual, ambiciosa, a la altura del público de nuestro país. (...) Es además un foro de participación donde se da cita la juventud mexicana para expresar cuanto le preocupa, siente, piensa y prefiere". (14)

¿Y ahora qué...? era uno de esos foros de participación de los jóvenes y adolescentes donde podían expresar a demás de lo que les preocupa, sienten, piensan y prefieren, sus pareceres del programa y de los temas que se trataban al aire.

2.3.2 CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN

Los primeros antecedentes de la planeación demográfica en México se remontan a la década de los años treinta, cuando se incorporaron en el plan sexenal 1934-

1940 las consideraciones en torno al impulso que debería darse al crecimiento de la población del país, buscando también el equilibrio entre los habitantes y el espacio de territorio nacional.

Sin embargo, a principios de los años setentas, se extiende en el país la preocupación por las implicaciones negativas que podría tener el entonces explosivo crecimiento de la población en su proceso de desarrollo.

Por esta razón a fines de 1973 se expidió la Ley General de Población con el objetivo fundamental de regular los fenómenos demográficos para contribuir a la elevación sustantiva de la calidad de vida de los mexicanos.

México fue el segundo país en el mundo que reconoció y elevó a rango constitucional en 1974, el derecho de los individuos a decidir libre, responsable e informadamente el número y espaciamiento de hijos, con el reconocimiento de la plena igualdad jurídica entre el varón y la mujer.

En este mismo año y al amparo de la mencionada ley, se creó el Consejo Nacional de Población (CONAPO), organismo interinstitucional encargado de la planeación demográfica del país y surge con el objetivo de incorporar los principios de la política poblacional en los programas de desarrollo socioeconómico.

En 1977 en sesión plenaria del CONAPO ante el entonces Presidente de la República, José López Portillo, se presentaron las metas nacionales de crecimiento demográfico: 2.5 para 1982 y alrededor de 1.0 para el año 2000. A partir de este planteamiento, el Consejo inició una serie de esfuerzos tendientes a establecer un

marco de metas a nivel nacional y regional, tanto en materia de crecimiento natural como de retención, reubicación, y reorientación de los flujos migratorios. (15)

La necesidad de crear un organismo de esta naturaleza radica en la complejidad y amplitud de la política de la población, la cual, no puede ser responsabilidad exclusiva de algún sector pragmático; por el contrario se vuelve indispensable la colaboración directa de las dependencias gubernamentales cuyas actividades tienen mayor incidencia sobre los fenómenos poblacionales.

El Consejo Nacional de Población está encabezado por el secretario de Gobernación que es su presidente y por un secretario general, quien está encargado de cumplir las funciones de naturaleza técnica y administrativa del Consejo así como la ejecución de los acuerdos y trabajos del mismo. El Consejo se encuentra integrado por:

Las Secretarías de Gobernación, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Educación Pública, Desarrollo Social, Trabajo y Previsión Social, Reforma Agraria y por el Departamento del Distrito Federal. Además de organismos integrantes del Sistema Nacional de Salud: Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE) y la Secretaría de Salud. Es importante mencionar que para lograr la descentralización de la política poblacional existen los Consejos Estatales de Población (COESPOS) en todas las entidades federativas.

Para cumplir sus funciones la Secretaría General del Consejo cuenta con las siguientes unidades técnicas:

La Dirección General de Estudios de Población

La Dirección General de Programas

Coordinación del Programa de la Mujer

Centro de Documentación sobre Población y Mujer " Antonio Carrillo Flores "

Las principales actividades que lleva a cabo la Secretaría General del Consejo son las siguientes:

Realiza estudios demográficos y socioeconómicos necesarios para orientar las acciones encaminadas a regular el crecimiento poblacional y a racionalizar la distribución geográfica de la población.

Establece las normas que rigen las acciones que en materia de población realizan los estados. lleva a cabo evaluaciones que permiten mantener la coherencia entre las políticas estatales y la política nacional de población.

Proporciona información, asesora y da apoyo técnico en la materia a instituciones académicas y organismos no gubernamentales que lo soliciten.

Lleva a cabo actividades de investigación, diseño de estrategias comunicacionales y curriculares, encaminadas a difundir los mensajes y contenidos de la educación en población a través del sistema educativo nacional y de los medios de comunicación colectiva. Este último punto tarea exclusiva de la Dirección de Comunicación en Población.

La Dirección se encuentra compuesta por dos departamentos a saber: proyectos y producción audiovisual. Los dos trabajan de manera independiente pero de manera complementaria en las acciones de comunicación de la Institución. El primero define los lineamientos de los proyectos de comunicación en coordinación con la Dirección de Comunicación en Población, y el segundo ejecuta las tareas planeadas con la supervisión de la misma.

La Dirección cuenta con una sala de producción y post-producción de televisión, así como con una cabina de grabación de radio, espacios creados para reducir los gastos de producción y post-producción en algún producto audiovisual. Fue en la cabina de grabación donde se realizaron las cápsulas informativas, dramatizadas o informativas que integraron los programas de la serie radiofónica.

2.4 EQUIPO MÍNIMO PARA UNA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA. EL CASO DE ¿Y AHORA QUÉ...?

La radiodifusión, como cualquier otra empresa en la que se incursiona, exige, además de las ideas innovadoras, creativas y prácticas, el conocimiento del equipo necesario para hacer posible la emisión.

"El equipo mínimo requerido es, micrófonos, cartucheras, una tornamesa, una grabadora reproductora de carrete abierto, una "cassettera" o "deck", una consola mezcladora, procesadores de audio y equipo de baja y alta frecuencia para realizar la transmisión."(16)

En Estéreo Joven además de este equipo, se contaba con un reproductor de discos compactos y un ecualizador de voz que se utilizaba para disfrazar la voz o voces de los invitados cuando era solicitado, mantener oculta su identidad.

La cabina de transmisión de Estéreo Joven donde se realizaba *¿Y ahora qué...?* se encontraba integrada por dos compartimientos, cada uno con una entrada independiente pero unidos por un muro con ventana acústica. En el recinto acústico, se encontraban las fuentes sonoras, es decir los locutores, los micrófonos, etc., en el segundo recinto estaba la cabina de operación, desde donde se controlan los aparatos necesarios para la transmisión y grabación del programa: tornamesas, grabadora y reproductora de cintas magnéticas, cartucheras y demás equipo.

En la primera sala se encontraban dispuestos micrófonos y sillas según el número de invitados al programa. En esta sala se acomodaba a los especialistas o jóvenes invitados para iniciar la mesa redonda vertiendo los participantes opiniones y/o datos desde su propia perspectiva.

En la otra sala los materiales " técnicos " estaban acomodados de la siguiente manera: en la cabina de control, al entrar, se encontraban dos tornamesas y a su lado, los teléfonos que nos ponían en contacto con los radioescuchas. En la parte superior se habían colocado unos soportes para mantener los bafles con los cuales nos monitoreábamos y bajo ellos, se encontraban dos grabadoras reproductoras de carrete abierto.

De lado derecho estaba la fonoteca de Estéreo Joven, la cual se constituía de aproximadamente 420 carretes de música continua del género rock, preferentemente de todos aquellos temas que han pasado a los posteridad como leyendas musicales, aunque también estaban presentes las manifestaciones de roca de los últimos años.

En la parte izquierda se encontraba el vidrio que conectaba visualmente los dos recintos. En la parte inferior del vidrio se ubicaba la consola mezcladora de doce

canales, a la cual se encontraba conectado todo el equipo. Sobre el mismo mobiliario y en la parte izquierda, estaba la "cassettera" o "deck", encima de éste, el reproductor de discos compactos y al costado de ellos dos cartucheras y el ecualizador.

Estéreo Joven contaba con personal capacitado para la operación y mantenimiento preventivo y correctivo en las áreas de transmisión y estudio.

Es necesario hacer énfasis en la adecuada colocación de todos los elementos que constituyen el equipo para evitar atropellamientos y molestias en la realización.

Hay que hacer notar que Estéreo Joven no contaba con una tecnología de punta ni siquiera con los materiales que Teodoro Villegas (17) explica como importantes, sin embargo se tenía lo indispensable para realizar la radiación de cualquier programa:

"... Independientemente de sus dimensiones, (se refiere Villegas al cuarto acústico) debe estar adecuadamente acondicionado en cuanto a acústica con material aislante que evite la filtración de ruidos provenientes del exterior y que aisle los ruidos propios del estudio, es decir, el sistema de aire acondicionado y los ruidos de impacto como los generados en el piso; además deberá contener un tratamiento antivibratorio, así como un tratamiento acústico a las frecuencias de resonancia buscando una buena difusión y el adecuado tiempo de reverberación con su propia curva tonal, todo ésto combinado con una buena iluminación y sistema de ventilación".

Estéreo Joven no tenía un sistema de aire acondicionado ni una buena iluminación, sin embargo, en la cabina había una buena disposición al trabajo de parte del personal de la estación y del equipo de producción de *¿Y ahora qué...?*

Además de los instrumentos técnicos para hacer posible cualquier producción radiofónica, es necesario el elemento humano. Ahora bien el equipo de trabajo que generalmente se conforma para una producción consiste en: locutor, asistente de

producción, productor y técnico o tornamesista. En el caso de la serie radiofónica ¿Y ahora qué...? se requirió del siguiente personal:

Coordinador General: Este fue el papel de la Dirección de Comunicación en Población. Mantuvo una relación constante entre los participantes de la producción de la serie radiofónica, a fin de realizar un programa que cumpliera con los objetivos de la política demográfica del país.

Departamento de Producción: Coordinó, supervisó, y asignó las acciones que se consideraron pertinentes para la producción del programa.

Departamento de Proyectos o los Investigadores: Tuvieron la tarea de realizar documentos de investigación, a partir de los temas a tratar en la serie, a éstos comúnmente se les llamó "Justificaciones" del programa.

Asistente de Producción: Apoyó al productor en todas las actividades relacionadas con la serie para el buen funcionamiento de la misma.

Conductor: De él dependió el buen manejo y dosificación de la información dentro de cabina.

Productor - Realizador: Es el responsable directo de la transmisión del programa en su aspecto técnico, así como en lo referente a los contenidos. Coordinó el equipo de producción, (locutor, asistente de producción y técnico o tornamesista) las intervenciones de los invitados, el tiempo en cabina, los recursos de producción y en general la producción.

Todos los elementos antes mencionados, trabajaron para lograr el impacto de la serie y conseguir el cumplimiento de su objetivo. Sin embargo fueron los integrantes del equipo de producción (locutor, asistente de producción y productor) quienes hicimos el llamado a los especialistas, confirmamos su asistencia, realizamos el guión, adaptamos el lenguaje científico que estudia el aspecto de la sexualidad, para hacerlo un lenguaje radiofónico, visualizamos los recursos de producción en cada programa (cápsulas informativas, dramatizadas, fragmentos poéticos o literarios, cortinillas, etc.), de la musicalización y en general de la producción de la serie.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Romo Gil, Ma. Cristina. *Ondas, canales, y mensajes. Un perfil de la radio en México.* p.29.
- 2.- *Ibíd.* p.58.
- 3.- Marcos Aguayo Durán. *Comunicación social 4* Vol. 1. p. 17.
- 4.- *Op. Cit.* p. 57.
- 5.- Consejo Nacional de Población. (Documento) *Proyecto de la nueva serie que sustituye a Entretiempos.* p. 2.
- 6.- Consejo Nacional de Población. (Documento) *Informe de reportes de llamadas telefónicas de la serie radiofónica ¿Y ahora qué...?, durante 1992.* p. 5.
- 7.- *Ibíd.* p. 6.
- 8.- Newman John F. *Periodismo radiofónico.* p.133-134
- 9.- Kaplún, Marlo. *Producción de programas radiofónicos.* p. 151.
- 10.- Consejo Nacional de Población. *Encuesta nacional sobre sexualidad y familia en jóvenes de educación media y superior (ENSEFAJEMS).* p. 19.
- 11.- Consejo Nacional de Población. *Memoria de labores del Consejo Nacional de Población.* p. 92.
- 12.- Altamirano, Sandra. *Revista de Información científica y tecnológica.* p. 48
- 13.- Instituto Mexicano de la Radio. *Catálogo del grupo IMER para venta de sus espacios en sus radiodifusoras.* p. 16.
- 14.- *Ibíd.* p.17.
- 15.- Consejo Nacional de Población. *Memoria de labores del Consejo Nacional de Población.* p. 35.
- 16.- Ojeda, Manuel, Valdés, Ana Ma. y Teodoro Villegas. *¿Cómo montar una emisora de radio?. El sonido de la radio.* p.123.
- 17.- *Ibíd.* p. 112-113.

3. ¿Y AHORA QUÉ...? EN PROBLEMAS

Contextualización de la serie

En México realizar un programa dedicado abordar temas sobre cuestiones de sexualidad es una tarea atrevida, más aún si está dedicada al público adolescente y joven.

Lo es precisamente porque basta recordar que de manera generacional, la sexualidad se ha visualizado como algo " malo " y " pecaminoso " y no como una parte de la vida en cualquier ser humano (1).

Anameli Monroy de Velasco explica que todo esto se debe precisamente a la influencia de cánones sociales tradicionalmente establecidos que provocan en el joven duda, temor, angustia y conflicto.

"En el devenir histórico se han presentado en las sociedades diversos cambios en los valores, normas, creencias, y otros aspectos culturales a fin de moldear las actitudes y comportamientos frente a la sexualidad; cabe mencionar que durante siglos se le considero como un asunto privado, propio de adultos; es decir no se le reconocía a los jóvenes esa cualidad." (2)

De aquí los temores, conflictos y angustia que provoca, en muchos adultos y lógicamente en los jóvenes, el simple hecho de hablar de ella; imaginemos la dificultad de plasmarlo en varias emisiones al mes, por un medio masivo como la radio.

Ahora, realizarlo para jóvenes, del área metropolitana, impone cierto respeto pues es precisamente en esta etapa de la vida donde la sexualidad adquiere un papel protagónico, por su actividad sobre todo desde el punto de vista genital, como participante y creadora de la cotidianidad.

Este inicio en sociedades como la nuestra, con frecuencia se caracterizó por la desinformación tanto de quienes lo están experimentando (los adolescentes) como de quienes conviven con ellos (los padres de familia y las instituciones). (3)

Ahora bien, sacar al aire un programa de radio con estas características en lo que a su contenido se refiere, necesita ser comunicable (accesible) y en cuanto a su forma ser atractivo (que llame la atención). Lograr hacer comunicable el discurso de los dirigentes del Consejo Nacional de Población, o el discurso científico de los eruditos en la materia constituye un reto.

Es bien sabido que en nuestro país programas de esta naturaleza son pocos, por lo que se vuelve más complicado encontrar la " fórmula mágica " para poner al aire mensajes de esta naturaleza sin agredir a las llamadas "buenas costumbres".

Esto en cuanto a lo concerniente a los contenidos de la serie; respecto a la planeación, el CONAPO a pesar de ser la Institución gubernamental que lleva algunos años realizando programas de esta naturaleza, no cuenta con una línea de trabajo definida para los programas de audiencias específicas, ni tampoco con una plataforma conceptual (estudio) que le permita ubicar al joven dentro de su contexto biológico, psíquico, social y cultural; y mucho menos sabe cómo llegarle.

Además los responsables de la serie, durante la prestación de mi servicio social, carecían del mínimo conocimiento teórico sobre las potencialidades, alcances y maneras de hacer de la radio, un medio atractivo de alta competencia en ella mismo y mucho menos tenían idea de cuáles eran los temas que debía abordar por la serie para cumplir sus objetivos.

Los responsables de la serie *¿Y ahora qué...?* con la práctica se vuelven productor, locutor y asistente, sin el conocimiento académico y profesional sobre cómo hacer radio, no quiero decir que esta experiencia no sea necesaria y de alto valor en un proyecto de esta índole, pero se requiere de la profesionalización de los recursos humanos del medio para explorar posibilidades y madurar tendencias para generar el desarrollo de esta industria.

Ahora bien el hecho de que fuera un programa institucional realizado en tiempos de RTC aseguraba cierta permanencia al aire, sin embargo para cumplir el objetivo de la serie planteado por el CONAPO no sólo se necesitaba la permanencia, sino lograr el impacto en la audiencia joven y adolescente de la ciudad de México con un programa atractivo, que en otros términos, tuviera consecuencias en la reducción de la tasa de crecimiento poblacional del país.

Por otro lado en lo que se refiere a la producción y realización de la serie presentaba cotidianamente en sus emisiones los siguientes problemas de los cuales se hablara en los apartados de *¿Y ahora qué...?* cambia y *¿Y ahora qué...?* al final.

- 1.- El Consejo Nacional de Población no tiene definidos los contenidos de la serie.
- 2.- Se exagera en una verbalización monótona y aburrida.
- 3.- No existe una investigación de los temas que abordará la serie.
- 4.- En los temas que aborda divaga en los temas y aparece la información dispersa.
- 3.- No toca los temas en profundidad.
- 4.- Se usa la música inadecuadamente (no llama la atención, ni es atractiva).
- 5.- Una mala conducción.
- 6.- Poca Información relevante.
- 7.- No tiene ritmo el programa.

8.- Muy limitados recursos de producción (cortinilla de identificación, cápsulas informativas, entrevistas, golpes musicales, chispazos, etc.)

9.- No existe un guión definido, sólo una escaleta (anotaciones) para salir al aire.

10.- Carece de inventiva la producción.

11.- Especialistas con discursos extensos y áridos.

12.- Poca presencia de jóvenes en cabina y en llamadas al programa.

En síntesis, se perfiló como una serie densa, cansada, que no despertaba interés ni atención. Por lo tanto no era fácil desarrollar una serie radiofónica dedicada a abordar temas sobre cuestiones de sexualidad y más si ésta era dedicada al público adolescente y joven, más aún, si formaba parte de los objetivos de una institución gubernamental como lo es el caso del Consejo Nacional de Población.

En los siguientes apartados se explican y detallan los problemas anteriormente mencionados, así como las soluciones que se llevaron a cabo por parte del equipo de producción (locutor, asistente de producción, técnico y productor). Apoyadas por la Dirección de Comunicación en Población, y por los Departamentos de Proyectos y Producción Audiovisual.

Es importante mencionar que los problemas por los cuales atravesaba la producción, no se solucionaron de un día para otro, sino mediante un proceso de cambio que duró aproximadamente cuatro meses.

3.1 ¿Y AHORA QUÉ...? ANTES DEL CAMBIO

En enero de 1992, la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?* teóricamente trabajaba con base en su objetivo el cual es informar y orientar a los jóvenes y adolescentes del área

metropolitana de la Ciudad de México sobre diferentes aspectos de la sexualidad en el desarrollo fisiológico y socioafectivo propio de la adolescencia, sin embargo en el área práctica poco se hacía para orientar e informar de manera clara y profunda a un público interesado en este tipo de información.

Las razones: poco compromiso, escaso conocimiento sobre el medio y un alto grado de desinterés por parte de los responsables al realizar o producir el programa.

Es necesario aclarar que en ese momento es cuando estaba realizando mi servicio social en la Dirección de Comunicación en Población desempeñando la tarea de asistente de producción en la serie radiofónica. Y es precisamente aquí, cuando al conocer a fondo la serie, empecé a reconocer sus carencias.

Así bien, a continuación expondré la problemática por la que atravesaba la serie en la etapa de enero a mayo de 1992.

¿Y ahora qué...? funcionaba como ya hemos dicho con: 1 locutor, 1 asistente de producción, 1 productor, 1 técnico; coordinados por los jefes de Departamento, el de Proyectos por un lado, y por otro el Departamento de Producción Audiovisual, dirigidos por la Dirección de Comunicación en Población.

Durante este periodo la serie radiofónica se encontraba sin tener sus contenidos definidos y con muy poca producción.

¿Y ahora qué...? no contaba con las temáticas a abordar definidas que por un lado plantearan las metas que persigue el Consejo y por otro, las necesidades de información de los jóvenes.

Sin la presencia de las temáticas establecidas, lo abordado en ese momento parecía salir de la manga con el único criterio de "yo creo que este puede ser interesante", es decir, el tema no estaba fundamentado en cuanto al objetivo del programa; sino en función de los diversos intereses de quienes estaban al frente de la serie.

Además un problema grave dentro del programa es que abordaba los temas superficialmente, sin profundidad, casi sin interés. También no existía ninguna investigación que les permitiera a los responsables, conocer las generalidades del tema por lo que durante la producción se divagaba en los temas; creando un brincoteo de un tema a otro. Metodológicamente hablando no existía una línea coherente dentro del programa.

Es lógico pensar que si en la planeación del programa no había un orden, imposible imaginar que su emisión fuera lo suficientemente objetiva en cuanto a información, y atractiva en cuanto a forma.

El alto grado de desinterés traía como consecuencia el hecho de no poder integrar ni siquiera una "escaleta" (4) que permitiera conocer de manera general el tema. Y si esto no se realizaba, era realmente atrevido hablar de una investigación de los temas y menos proponer una calendarización de los mismos, para su producción y realización en cabina. De hecho a los encargados del programa no les interesaba realizar la investigación pues afirmaban que "son los especialistas quienes desarrollan la temática".

En la mayoría de los programas no se realizaba la investigación para los programas abordados por *¿Y ahora qué...?*, cuando ésta resulta ser un...

"aspecto central en estas producciones, pues constituye el sustento en que se basa la producción de programas, la toma de decisiones a la hora de la programación, y en general la orientación del proyecto radiofónico. (...) La investigación refleja el interés específico al alimentar los contenidos de programas radiofónicos, sean éstos grabados o en vivo (...) a base de entrevistas, charlas, dramatizaciones, cápsulas o algún otro formato (...) esta metodología procura obtener información relevante para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento." (5)

Por otro lado el tratamiento de los temas así como la manera de guiarlos evidenciaba la carencia de cualidades, del conocimiento del medio y de las características que debe tener un locutor para conducir un programa de esta naturaleza. John F. Newman (6) explica la forma de hacerlo:

"El moderador en los programas de asuntos públicos (de esta forma califica los programas de mesa redonda con un perfil parecido al de *¿Y ahora qué...?*) debe mantener enfocado el programa en el tema principal. Guía los argumentos y evita desviaciones. Muestra la relación existente entre los puntos señalados por los oradores. Cada participante dispone de un tiempo determinado para presentar su punto de vista. Pide hechos que apoyen las opiniones presentadas.

"No permite a un orador que monopolice el micrófono, no participa en el programa como abogado de su propio punto de vista, pero debe contar con información que sirva para guiar la discusión y hacer preguntas que pongan de relieve todo el cuadro".

Si alguno de los participantes, finaliza Newman, no se une a la discusión, el moderador le hace una pregunta. Al final del programa el moderador resume brevemente la información y concluye el programa.

Es importante lo que Newman plantea, ya que esta es la forma tradicional de hacer un programa de mesa redonda, de aquí que *¿Y ahora qué...?* contara con el mismo diseño. Por lo descrito anteriormente podemos deducir que en un programa de esta naturaleza debe preferirse la información vertida en el programa, por encima de los personajes que participan en la mesa.

En *¿Y ahora qué...?* el locutor en este momento prefiere a los personajes que a la información. Tampoco no tiene conciencia del tiempo ni del manejo del mismo en el programa y además sin el apoyo de la investigación poco podía hacer para mantener enfocado el tema central.

Además de lo planteado por Newman, es importante recordar que una voz a través de la radio es equivalente a una voz autorizada, se le supone un saber, se finca en ella una verdad, de aquí el riesgo que implica el manejo inadecuado y poco experimentado que muchas veces se hace de este medio masivo.

Un locutor por si solo puede hacer comunicable un tema que no sea tan controversial o espinoso como lo es la sexualidad, sin embargo, algo tan delicado como ella, tiene que volverse comunicable (accesible) a través de diferentes visiones (a partir de la tarea investigativa), que a su vez debe tener coherencia (que tenga sentido), unificarse antes de salir al aire.

Por otro lado, la producción de la serie no contaba con el apoyo sustancial que ofrece el manejo apropiado del código radiofónico que es utilizado como ya sabemos, con el fin de realizar programas que llamen y mantengan la atención (Ver código radiofónico), es decir, no se trabajaba en desplegar todos los elementos del código radiofónico haciendo que el discurso en cabina no estuviera bien apuntalado, por subrayados musicales, ruidos o efectos para llamar la atención, cortinillas, puentes musicales, etc.

Ahora bien, de acuerdo con el apartado del código radiofónico, es importante elegir adecuadamente la música y un problema grave dentro de la producción de la serie consiste precisamente en la elección de la misma. El equipo de producción utilizaba indistintamente cualquier género musical sin importar el perfil que pudiera tener la

estación y mucho menos los gustos del público meta. Debemos recordar que Estéreo Joven es una estación rockera y por lo tanto su auditorio debe preferir este género musical. Pocas veces se buscan apoyos musicales como lo plantea Osorio que apoyen y complementen el tema a tratar.

"...todo mensaje lleva, consigo una serie de mensajes secundarios, pausas, tonos, titubeos, música y fondo, subrayados musicales. Estos elementos facilitan o entorpecen enormemente la captación del mensaje. Para que la faciliten es necesario cuidar la armonía de estos mensajes secundarios para que así, todos transmitan el mismo contenido. Es lo que se ha dado en llamar la ley de congruencia de los mensajes".(7)

Hasta ese momento ¿Y ahora qué...? no lograba tener en los programas esa ley de congruencia

Ahora bien en la realización al aire difícilmente se podía encontrar algún recurso de producción que apoyara el buen desarrollo del programa y cuando se hacía, se escogía quizá el adecuado, sin embargo la duración aproximada de éste, superaba por mucho los cuatro minutos. Es decir, el recurso de producción en lugar de solucionar una situación, la empeoraba haciendo al programa plano y cansado sin un punto de interés o clímax.

Otro de los recursos de producción pocas veces utilizado en la serie fue la recopilación de opiniones de jóvenes entrevistados y grabados, para que aparezcan al aire expresando sus diversas posiciones, posturas y/o puntos de vista entorno al tema. Con ello se perdía un género informativo de bastante relevancia. Es importante mencionar que " la entrevista constituye un apoyo a la producción, es decir, nos referimos no solamente a la entrevista grabada, de tipo periodístico, sino también, a las conversaciones y contactos interpersonales ". (8)

Ahora bien, es importante poner atención en lo referente a los especialistas que se contactaban y asistían en esta etapa de la serie radiofónica. Evidentemente no dependió directamente de ellos la buena o mala realización de la serie, sin embargo su presencia si es fundamental para la producción de un programa de mesa redonda.

El que se trate de un programa de mesa redonda, supone como dijimos, la presencia de los especialistas y asistentes en general y son ellos quienes tendrán en su poder la mayor parte del tiempo el micrófono, y es también en ellos donde el radioescucha deposita el saber por lo que se debe afirmar que en ellos se encuentra el peso informativo de la serie. Aunque no por eso se debe minimizar el trabajo de producción que se realiza alrededor de una serie.

Una mala elección de especialistas tenía como consecuencia poca información interesante y actual, pues aunque conociera el tema sus conocimientos necesitaban renovarse; porcentajes estadísticos, centros de atención y de consulta, datos bibliográficos, etc. Y esto sucedía debido a que el productor definía cuales de estos estarían en el programa sin importarles las opiniones de terceros (equipo de trabajo) también interesados en la creación de un buen producto radiofónico.

Asimismo por el hecho de no trabajar con jóvenes, el lenguaje de los especialistas en cabina resultaba difícil de entender por la utilización de una jerga "elevada" o muy técnica, y acaparaban el micrófono por más de cinco minutos como si estuvieran dando cátedra, cuando la duración máxima debe ser de tres minutos por participación.

(9)

Por otra parte los especialistas no sabían que su mensaje se dirigía a un tipo de público en particular y obviamente tenían dificultad para dirigirse al radioescucha, y si bien no

manifestaban preocupación ante esta situación cuando eran contactados y aseguraban su presencia en el programa, en cabina se ponía de manifiesto su desconocimiento y el discurso parecía desfazarse al referirse al público.

Debe hacerse notar que los especialistas continuamente faltaban al programa aunque tiempo atrás se hubiera concertado la cita y ellos la hubieran aceptado, perdiéndose así, un punto de vista importante dentro del programa.

Es importante mencionar la inasistencia de los especialistas al programa pues esta se debió a que no les resultaba atractivo, de hecho mostraban cierta apatía y además al ser invitados por teléfono se hacía más informal su invitación y el compromiso con la serie era menor.

En el caso de los jóvenes invitados, no tenían ningún conocimiento del tema a tratar y al estar frente al micrófono se inhibían teniendo por resultado intervenciones pequeñas y de poco aporte significativo para el programa. Hay que hacer notar la angustia que causa en el joven hablar sobre este tipo de tópicos además de todo el fenómeno psicológico que en ellos se gesta. Para explicar más claramente este proceso, es necesario ubicar al joven en su contexto. (Ver anexo 3)

Durante la niñez hay una estrecha conexión entre sentimientos y expresión corporal. El niño se expresa sin cortapisas ni limitaciones, por ejemplo, si está enojado "se bate en el berrinche", se priva literalmente; grita. Existe una capacidad expresiva ilimitada, lo mismo para la risa que para el llanto u otros sentimientos. Goza de un manejo corporal que le permite equilibrarse mentalmente, hecho que también es alimentado por la intensa indagación física y verbal. Esta cualidad infantil desaparece con la llegada del "momento adolescente", evidentemente se trata de un hecho que se va estableciendo

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

paulatinamente, pero es en esta etapa de la vida cuando finalmente se va consolidando la represión. (10)

Ciertamente la adolescencia goza de otro tipo de características muy particulares, pero carece de canales expresivos cuya principal forma es la simplicidad. Por ejemplo, si un adolescente quiere contorsionar su cuerpo, tiene que ir a una disco para bailar, en cambio es común ver niños que van por la calle contorsionándose sin poner la menor atención, en quienes los están observando.

Al mismo tiempo, el adolescente empieza a vivir fuertes cambios emocionales. Surge la atracción entre los sexos, sin embargo, se establece la confusión pues al mismo tiempo, el chavo o la chava siguen interesados por los juguetes. (11)

La búsqueda de identidad, le lleva al adolescente a experimentar paradojas en sí mismo. Su cotidianidad se ve envuelta del encuentro de sensaciones contrarias, alberga amor y odio (de manera intensa) por la misma persona al mismo tiempo . (12)

Sin embargo, es gracias a estas vivencias que el adolescente entra en movimiento. Es tan múltiple su estado que lo obliga a avanzar rápidamente. El adolescente es efímero, vive prácticamente en un continuo estado de cambio, de ensayo y error en el cual lo que cuenta más es el camino que se está viviendo y no el futuro a vivir.

Esta situación entremezclada le provoca confusión. De repente se encuentra a sí mismo atado en algo que no entiende, así que no le queda más que avanzar para seguir conociendo y conociéndose.

Por su parte el adulto, vive una mezcla de sentimientos encontrados, al respecto de la sexualidad adolescente. Surge en él miedo, porque no sabe cómo manejar la situación de un niño que se vuelve de buenas a primeras hombre, no sabe cómo manejarlo, cómo tratar con el que anteriormente fue solamente un niño. En este sentido la envidia se da por la comparación que el adulto hace de sí mismo frente al joven: observa su propio cuerpo, no tan firme ya como el de su hijo. A la flexibilidad perdida se une esa especie de amnesia que le dificulta recordar su propia adolescencia, y de ese modo tener la capacidad de enternecerse y emocionarse con los primeros pasos sexuales del adolescente. Esto último no quiere decir que todos los padres olviden o envidien, los hay desde luego quienes reviven su propio comienzo al ver el de su hijo, aunque en el promedio de la clase media urbana mexicana, solamente una minoría vive el arribo de los jóvenes a la pubertad con entusiasmo. (13)

La " época de la cultura adolescente ", que apunta Gustavo Sainz, (14) trajo a primer plano el fenómeno conocido como brecha generacional. Ante las dificultades para adaptarse a un medio ambiente previamente diseñada y poco dispuesto a involucrarse al conflicto, el adolescente entra en choque con el adulto que además detenta el poder. El joven entra de lleno al conflicto, en tanto el adulto lo evita prefiriendo imponer " sus " reglas.

Así el adolescente se repliega prefiriendo estar consigo mismo. La adolescencia es una etapa de desgaste intenso. Desgaste por vivir lo nuevo. Desgaste por luchar, para establecer ese ser nuevo ante los demás.

El adolescente mantiene constantemente un esfuerzo, por rescatar su pujante sexualidad, por obtener el reconocimiento de que ésta existe. En fin, su cotidianidad se

torna en una batalla continua por el reconocimiento de que lo que está viviendo es real, importante y respetable. La angustia generada baja casi siempre en el momento en que el adolescente encuentra un espejo en donde pueda verse reflejado. Ese espejo es su igual, otro como él. (15)

¿Y ahora qué...? en ese momento no es su espejo; y el joven por su parte no puede o no siente la confianza o la necesidad de expresar su sentir en el programa.

Como se puede observar, el programa había perdido el por qué de su objetivo, no le permitía al joven involucrarse con la serie y necesitaba una reestructuración a todo nivel, con novedosos aportes que le sugirieran nuevos horizontes.

En otro orden de ideas un punto que nos puede dar luz sobre lo involucrados que se sentían los jóvenes con la serie, es el promedio de llamadas por programa al aire, las cuales eran un máximo de siete por emisión. Se debe poner especial atención al hecho de que en cabina tuvieran fallas las líneas telefónicas o que estuvieran "muertos" los dos teléfonos, aunque esto no justifica que poco auditorio se preocupara por escuchar y marcar.(16)

Todas estas situaciones eran fácilmente identificables dentro de la Institución y en las transmisiones de la serie las cuales seguramente fueron captadas por el público radioescucha que estuvo pendiente de las mismas, lo cual no era favorable para la serie.

3.2 ¿Y AHORA QUÉ...? CAMBIA

El trabajo de reestructuración se inició cuando la Dirección de Comunicación en Población del Consejo quedó convencida de la necesidad de la misma, de esta manera, se rediseñó el proyecto de la serie radifónica el cual debería trabajar con el mismo tiempo al aire y presupuesto.

Cuando el nuevo diseño es terminado, los hasta entonces responsables de la serie son relevados de sus puestos y es en este momento, soy invitado a colaborar de manera directa como productor de la serie y así, desarrollar un programa que cubriera las expectativas del CONAPO y de los mismos jóvenes, es decir, el objetivo del nuevo equipo de trabajo en la serie, se enfocaba a realizar un programa creativo y de alto grado de Interés Informativo, con una línea institucional, que contara cada vez más con un mayor auditorio juvenil, y de esta forma se consiguieran las metas demográficas del país.

Aunque Salvador Novo asegure que el escucha en radio es un ciego y mudo voluntario, en *¿Y ahora qué...?* pensamos que hay que decir cosas inteligentes y decirías bien para que ese ciego y mudo no le cambie o le apague. No es suficiente tener algo que decir por radio, hay que saber cómo decirlo para que no se pierda en la bruma del espacio aéreo.

Es bien sabido que la eficacia del mensaje depende en gran medida de la riqueza sugestiva de la emisión; hacer que el mundo quepa en la cabina de radio y la fantasía se corporalice en la mente de alguien con una variada propuesta de imágenes auditivas.

Así pues estos eran los fundamentos para empezar a trabajar en la serie, además no podíamos ser superficiales pues caeríamos en lo sucedido en las décadas anteriores a la llamada "revolución sexual" creando tabúes y "ocultismos" en torno a la sexualidad.

La primera tarea a realizar fue dictada por la Dirección en Población por medio del Departamento de Proyectos, el cual desenmarañó el discurso científico que ha estudiado a la sexualidad. Así pues diseño, una plataforma conceptual que obtuvo un conocimiento amplio de los cambios biológicos y psicológicos que operan en los jóvenes durante su adolescencia.(Ver anexo 3)

En este sentido la Dirección actuó como el vidente que describe Arthur Rimbaud:

"El primer estudio del hombre que quiere ser poeta es su propio conocimiento total, escudriña su alma, la inspecciona, la toca, la comprende. Desde que la conoce, debe cultivarla (...) el busca por sí mismo, agota en él todos los venenos para conservar sólo las quintaesencias". (17)

Así pues, la plataforma conceptual se aterrizó como una propuesta temática para la serie y paralelamente se estructuró una calendarización de los temas para todo el año. Con esto se logró concebir a la serie como un conglomerado de temas interesantes y además se contó con el ya citado calendario de trabajo lo cual, sería el primer paso para alejar las premuras de tiempo.

Asimismo, el Departamento de Proyectos dadas las necesidades de información del programa, empezó a realizar investigaciones con el objeto de contar con un mejor conocimiento del tema a abordar, tratando de que éstas tuvieran suficiente información para poder trazar las directrices del programa en cuestión.

Posteriormente, los integrantes de la producción nos encargamos de adaptar el lenguaje médico científico que estudia la sexualidad, a un lenguaje radifónico, sencillo y coloquial, para lograr una buena recepción del mensaje por el auditorio.

El objetivo entonces quedaba bastante claro: Replantear en su totalidad la estructura del programa. Y la estructura de un programa de acuerdo con Marco Julio Linares (18) va a estar reflejada en el tipo de guión a utilizar en la producción.

Así pues, establecidas las necesidades se diseñó el guión de *¿Y ahora qué ...?* el cual contó con los elementos y apoyos dispensables para hacer la producción atractiva. Para definir el guión de la serie, es necesario utilizar dos tipos de guión que Ma. Cristina Romo Gil (19) explica en *Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio*; y realizar un híbrido con ellos. Por un lado está el *guión semicompleto* el cual, es utilizado en programas donde participan personas con su opinión o con textos que no dependen del guionista y/o productor; y por otro, el *guión listado*, útil para ubicar testimonios, cápsulas informativas, cortinilla, y demás recursos de producción requeridos en la misma. Debemos recordar que en la serie participaron los especialistas y jóvenes con sus observaciones personales. Por otro lado aparecieron en el programa, como se verá más adelante, cortinillas, cápsulas informativas o dramatizadas, puentes musicales, notas informativas, etc. apoyando al programa.

En el contenido del guión estaba dosificada la investigación con preguntas específicas dirigidas a los especialistas y jóvenes, esta misma planteaba por dónde debería de ir la serie, por dónde continuar, cómo debía desarrollarse para que al final, ella misma nos llevara a la conclusión.

Es importante decir que el guión de *¿Y ahora qué...?* servía únicamente como la guía del programa, no era un cartabón difícil de romper, de entrada la característica de éste era su flexibilidad. Si la emisión se tornaba "cansada" o no era muy dinámica como se buscaba, o era necesario bajar la tensión, se utilizaba un puente musical y en el ínter, se reorientaba o se realizaban algunas observaciones al conductor para hacerle saber los elementos que estaba perdiendo el programa. O bien si el momento radifónico indicaba que se debía incorporar algún recurso de producción, pero se estaban vertiendo elementos informativos más importantes dentro de cabina, continuábamos con estos últimos hasta que hubieran terminado y posteriormente dar salida a los recursos de producción si era necesario. El conductor, asistente, productor y técnico se encontraban en posibilidad de mostrar sus pareceres en cuanto fuera necesario para romper el esquema y seguir con lo que nos marcaba el instante radifónico. En suma, si la dinámica del programa no era acorde con el guión, en ese momento se podía reestructurar. Es importante marcar que no por ello, el programa tendría que brincar de un tema a otro, es decir, hablar de un tema y luego abordar otro y así sucesivamente.

Como se puede observar, el equipo de trabajo del programa *¿Y ahora qué...?*, desempeñó de modo eficiente cada uno su función en la serie, y a partir de operar como grupo se pudo trabajar en el desarrollo de ideas para solucionar los problemas que enfrentaba en su momento.

Esto fue lo que se llamó equipo de producción. Todos los elementos humanos estaban de tal forma concatenados, para que cada uno realizaría la función que le correspondía en la serie. En *¿Y ahora qué...?* no sólo se requirieron de buenos recursos de producción necesarios para hacer atractivo el programa, sino además, de un conductor con una voz versátil, de estilo singular para que el programa adquiriera

características propias; un asistente que con su apoyo reconociera los elementos faltantes o dispensables en el programa o la serie; un productor que con sensibilidad reconociera el "buen" desarrollo y centralización del tema, la "buena" musicalización y su oportunidad a la hora de la emisión, así como, la consecución de los objetivos del guión y en consecuencia los objetivos buscados por el Consejo; y un técnico experto en el conocimiento de la parte mecánica y técnica del programa para su buena realización y de esta forma, colaborar en las metas planteadas por el equipo de producción responsable.

Con frecuencia el conductor de radio casi siempre es considerado en los equipos de trabajo, como una especie de piedra angular, de hecho, gran parte del éxito de un programa depende de que el conductor sea capaz de proyectar una imagen definida y atractiva para producir impacto en el público y por lo tanto, permanezca al aire. Sin embargo, los integrantes del equipo de producción que intervinieron en *¿Y ahora qué...?* fueron igualmente importantes dentro de la producción.

Los integrantes del equipo de producción con base en la colaboración empezamos a incorporar a los programas los recursos de producción necesarios: entrevistas, cápsulas informativas, de identificación del tema a tratar en el programa, textos literarios o poéticos, etc. (Ver producción radiofónica), pues de acuerdo con Emilio Ebergenyi:

"hay una diversidad de voces en el cuadrante y es evidente que se ha dejado de lado un aspecto muy importante: la creación radiofónica (...) El trabajo en radio entonces, debe sustentarse en la literatura para lograr programas menos dispersos y con mayor creatividad".(20)

La serie radiofónica empezó a hacerlo al utilizar la investigación para lograr programas más objetivos, y con la utilización de fragmentos literarios o poéticos, se buscaba tener mayor creatividad.

Todos estos recursos de producción se pensaban en función del programa a abordar, sin embargo al realizar todos y cada uno de ellos, con la misma voz durante algún tiempo, resultaba cansado y monótono, por lo que fue necesario buscar el apoyo especializado en este sentido. En una producción con un mediano presupuesto se podría pensar en locutores o actores radiofónicos, pero el presupuesto de la serie no alcanzaba a cubrir este tipo de gastos, por lo que fue necesario buscar el apoyo de estudiantes de la Escuela Nacional de Teatro, por lo que se realizaban "castings" a fin de lograr un banco de voces de las cuales pudiéramos echar mano para este tipo de realizaciones. A los jóvenes convocados se les explicaba las características del programa, el auditorio al que se dirige, los objetivos perseguidos con la realización de la misma, se les proporcionaba el guión técnico y durante la realización se les hacía notar en que medida se necesitaba intencionalidad de la voz, edad, énfasis, velocidad etc. para lograr un buen producto radiofónico y lograr impacto en el mensaje.

Es necesario mencionar que los jóvenes arriba mencionados sólo apoyaban a el programa durante la grabación; no intervenían en el diseño de la cápsula; al final de ésta, se les daba el crédito correspondiente, y se les otorgaba una grabación del programa en que participaron, en correspondencia al apoyo ofrecido. De esta forma la serie lograba contar con más elementos auditivos: para conseguir, llamar, mantener y gratificar la atención de los radioescuchas. (Ver anexo 2)

Hay que hacer un acento en la tarea de integrar a los programas elementos atractivos y frescos. Emilio Ebergényi menciona que "la labor imaginativa y el guión han sido poco

explotados y se debe en mucho a que no existe una buena compenetración del grupo de producción con el radioescucha (...) y además la tarea de hacer atractivo el programa es exclusivo del guionista o del productor" y quizá esto ha contribuido a que la radio se olvide en alguna medida de ella".

Un problema en México es que en la mayoría de los casos, el productor es también guionista y conductor o asistente de producción. Esto es así apesar de tener clara la diferenciación del trabajo profesional entre guionista y conductor o asistente, sin embargo como la radio funciona con presupuestos muy reducidos se prefiere pagarle a una sola persona, de tal forma que pueda desempeñar dos o más tareas en una sola producción. Ello impide la formación de equipos de trabajo pues el productor, al tener mayor responsabilidad o mayores ingresos, casi siempre es marginado del equipo de trabajo y además con mayor frecuencia no es visto por los demás integrantes como un compañero de trabajo. Así la distancia del productor con el asistente, los locutores, los operadores y los técnicos se acrecienta. En los setenta años de radiodifusión en nuestro país, la manera de trabajar en consorcios radiofónicos como el IMER, se ha ido estableciendo más o menos con base en la forma descrita, esto es, con la existencia de equipos poco cohesionados y de productores, digamos, omnipotentes.

Es probable que quizá no se presenten en todas las producciones estas características, pero estos elementos se pueden observar especialmente en viejos equipos de trabajo que se formaron en ese tiempo, los cuales casi siempre cuentan con el mismo personal desde sus inicios.

En el caso que tratamos aquí no existía el productor como único emisor de lo que se debe realizar dentro de la serie, con carácter impositivo que indica pautas a seguir, que va guiando al equipo, que dirige en función de criterios personales cuando es

necesario, sino el productor abierto a todo tipo de sugerencias para la buena consecución de los objetivos de la serie.

Emilio Ebergényi continúa y expone que la creatividad es la única manera de evitar programas demasiado elevados o de bajo nivel. Por esta razón, fue necesario preocuparse por la búsqueda de elementos creativos para utilizarlos como recursos de producción (Ver producción radiofónica), para cautivar a la población juvenil de toda el área urbana y metropolitana de la ciudad de México y así, poder contar con más oídos dispuestos a escuchar la serie y quizá sus telefonemas.

En *¿Y ahora qué...?* se trabajaba como se puede observar respetando al auditorio brindándoles buenas producciones con variados recursos de producción tratando de cautivar a un público cada vez mayor.

Es importante hacer una reflexión sobre los receptores del mensaje, pues algunos de los teóricos de comunicación actuales los conciben como la parte final del acto comunicativo; inclusive llegando a deformar la función de éste y ubicándolo como únicamente capaz de recibir mensajes y mantenerlos ahí almacenados, en tanto a los emisores como los únicos lanzadores de la señal.

Sin embargo el receptor en este programa y de acuerdo con el apartado de La Radio como Medio Masivo de Comunicación, se considera protagónico y determinante para la producción del programa, puesto que al ser un programa en vivo, los radioescuchas contaban con una línea telefónica que posibilitaba la retroalimentación al hacer valer sus posturas en cuanto a un tema, opinar, preguntar, proponer música, textos, lecturas, relacionados con los contenidos de la serie; además de aplaudir o censurar la postura de los invitados y criticar o reconocer la dinámica del programa en cuestión.

En este momento de cambio *¿Y ahora qué...?* no puede ser solamente informador y/o orientador, por lo tanto se empieza a trabajar para estar en contacto con los radioescuchas y así lograr entablar una comunicación formal sobre lo que gustan y prefieren con respecto al tema central del programa.

Así las jóvenes se convierten en emisoras y el equipo de producción de la serie en receptores. Es decir existe una relación público, equipo de producción. Un modelo armado con los dos polos. El emisor habla y escucha; el receptor escucha y también habla!

Pensando en el perfil de Estéreo Joven, así como en las gustas y preferencias del público meta la serie se empieza a utilizar el rock en español en la musicalización de cápsulas, fragmentos literarios y en las puentes musicales que destinaba en el guión.

La serie se empieza a ser más ágil, menos monótona y erudita, según La Evaluación de la Serie Radiofónica *¿Y ahora qué...?* por Medio de Sesiones de Grupo. Aparece en el programa a la que suele llamarse "ritmo" en radio. Debemos entender por ritmo la habilidad para que varios sonidos se integren al mismo tiempo o en tiempos diferentes dando significación sonora. (Ver anexo 2) Es la orientación de la continuidad temporal, es decir, la sintaxis radiofónica. (21)

En este momento, el programa empieza a tener continuidad, ya aparece al aire como una serie de minunidades consecutivas, sin aparente relación unas de otras.

Para continuar con el trabajo y buscando perfeccionarlo, quienes colaboramos en el programa, acordamos crear una junta de producción para criticar el trabajo realizado y buscar soluciones rápidas ante situaciones adversas, intentar el consenso ante la toma

de cualquier decisión, evaluar los elementos creativos para el próximo programa, proponer a los diferentes especialistas para los siguientes programas, etc.

En ella se deberían de dar cita los responsables de los departamentos de Producción Audiovisual y de Proyectos (los encargados de realizar la investigación o justificación), la locutora, el asistente de producción y el productor. Esta Junta se realizaba el primer día laboral después del programa, es decir los lunes.

Así pues, en estas reuniones se hizo hincapié en que el programa debería vertir más información de manera clara, sencilla y directa para el radioescucha. La solución de este aspecto se llevó acabo en dos diferentes formas: por un lado se acordó que los integrantes del equipo de producción intervinieran de manera directa en la planeación y elaboración del guión, tarea que anteriormente realizaba exclusivamente el productor sin apoyarse en ningún tipo de ideas y sugerencias de un segundo. En este sentido fue con estos elementos de cooperación como se enriqueció y complementó el programa. Y por otro lado en la elección de los invitados presentes en cada programa (especialistas, jóvenes, asociaciones civiles, grupos de autoayuda, padres de familia, etc.). Se realizó una tarea consistente en crear un método de discriminación para elegir a los invitados con un perfil más funcional para este tipo de programas, de acuerdo con sus cualidades frente al micrófono: contenido, fluidez, desenvolvimiento, brillantez, etc., para abordar el tema en cuestión. En este momento los especialistas eran contactados de manera personal. Se les presentaba el programa y se les hacía notar la importancia de su apoyo a la serie.

Ahora bien, en caso de que el especialista en cuestión accediera a asistir al programa, se propuso entregar la Investigación o "Justificación" del tema a fin de que contaran con una información general que exponía el tema y los objetivos que perseguía el

Consejo en esta emisión, y se les explicaba que en caso de considerar otros puntos importantes a tratar igualmente podían hacer alguna observación y referirse a ellas en el programa.

Esta acción llevó a que el tema se centralizara en cabina y se pudiera profundizar en ellos, es decir se reduce el divagar en temas paralelos. La selección de los especialistas produjo la generación de mayor información de interés para el público meta, observando que el micrófono no fuera acaparado por más de tres minutos.

Es importante mencionar que los especialistas se encontraron en mejor disposición de colaborar con el programa y constantemente fueron contactados para que asistieran al programa. Asimismo, reconocieron las características del medio y visualizaron la necesidad de ser claros y objetivos en sus comentarios.

Por lo tanto ¿Y ahora qué...? fue más atractiva en información veraz y oportuna, el apoyo de los recursos de producción lo hicieron menos pesado y más entretenido. (Ver anexo 2)

Un dato que nos puede dar mayor luz y ser significativa es el número de llamadas telefónicas, registradas en 19 por programa. Hay que observar que el problema técnico de las líneas continúa presente en lo concerniente al teléfono.

3.3 ¿Y AHORA QUE ... ? AL FINAL.

En septiembre de ese mismo año se realizó una evaluación de los adelantos anteriores. (Ver anexo 2) Se mastró de manera cualitativa que la audiencia ha

aumentado y es un buen signo para trabajar con más ahínco y consolidar un verdadero cambio.

El Departamento de Proyectos empieza a adelantar investigaciones para próximos programas con el objetivo de evitar cargas de trabajo impidieran el desarrollo de alguna Investigación como sucedía en la etapa de *¿Y ahora qué...?* en problemas, con programas donde se veía somera y poca información, con brincos de un tema a otro.

Por lo cual el tiempo ganado redituaba en las Investigaciones, pues éstas se encontraban más completas en cuanto a estudio e Información se refiere.

Para el momento de estar al aire y buscando darle un sello característico al programa, el equipo de producción con base en las ideas sobre lo que debía de ser el programa, realizamos una serie de cortinillas de identificación del programa y de los temas en cuestión con las características y usos que Fernando Curiel (22) enumera. "Se utiliza para separar y sirve de introducción a la próxima unidad narrativa. Es la transición entre una unidad y otra, y regularmente su estructura es musical".

Fernando Curiel olvida la forma de hacer atractiva la cortinilla, le falta el ingrediente creativo. En el caso de la cortinilla realizada para *¿Y ahora qué...?*, tomamos como base las consideraciones de Fernando. Al tener la cortinilla una estructura musical se le introdujo dos elementos del código radifónico: la voz y los efectos, todo esto combinado con cierta intencionalidad, con un lenguaje juvenil, coloquial y un discurso horizontal (entre iguales) que vertiera información sencilla y clara. Además se buscaba que fueran de tipo vivencial para lograr que llamara la atención del radioescucha. Además de darle a conocer el tema a tratar al auditorio.

Para este mismo fin, se utilizaron cápsulas que buscaban dar a conocer al radioescucha información confiable sobre el tema en cuestión para poder vivir de manera plena su sexualidad.

Es en esta parte cuando el programa cuenta ya con una identidad propia, logrando así diferenciarse de los demás pero pareciéndose a los otros, que tocan este tipo de información con formato diferente como es el caso de "Pregúntale a EMI", "Verdades" o "Frente a frente" e "Íntimo".

La creatividad se convierte en parte integral del programa, pues la serie contaba emisión tras emisión, con la realización de cápsulas pregrabadas que se exponían al inicio de manera "coloquial" y brevemente. Esto permitía empezar el programa de una manera nueva, quitándole la solemnidad del reportaje pero cumpliendo su misma función de informar y ser la parte "enganche" y dando una razón de ser al tema.

Tampoco se dejaron de lado los textos literarios o poéticos ni las opiniones de los jóvenes grabadas en torno al tema, por el contrario, los integrantes del equipo de producción agregamos otro elemento como es el caso de las notas informativas, cuando el tema lo permitía, y así dar a los radioescuchas una mejor orientación sobre el tema.

En lo que respecta a la música, el equipo de producción estuvo de acuerdo en que la serie se defina por utilizar un solo tipo de música, es importante recordar que se trata de una estación donde su programación musical es mayoritariamente el rock, sin embargo la serie va a utilizar éste género pero en su vertiente en español, aunque en algunos casos según las necesidades se introdujo el rock en inglés, pero sólo con aquellos grupos musicales de este género que lograron pasar a la posteridad como leyendas fácilmente identificables entre los jóvenes y cuyas letras fueran cercanas al tema a

tratar. Es decir, en este momento la música juega como afirma Osario (23) un papel complementario en el mensaje y además el papel congruente en la producción.

En cuanto al guión, conservó la estructura explicada en el apartado anterior; ahora bien, es necesario especificar que en este momento dicha herramienta de trabajo, en nuestro caso, se convierte en una guía que en su momento fue aprovechada para iniciar la dinámica del programa pues la riqueza de los temas no se completaba en un sólo guión o programa, por lo tanto se cubrían las necesidades de información que surgieran en el momento aunque no fuera la información que planteaba el guión y de ser necesario se realizaba un segundo o tercer programa sobre el tema en específico.

Es importante mencionar que el especialista maneja un bagaje informativo mucho más rico que el planteado en la investigación, es por esta razón que se daba paso a lo planteado por el especialista. Si un especialista se salía del tema, el locutor y el equipo de producción tenían la tarea de volver a recentrar el tema en cuestión haciendo las observaciones pertinentes.

Un aliado en el diseño y la producción del guión fue el tiempo, una vez que se adelantaron las investigaciones. El programa era pensado, programado y evaluado durante toda una semana, de esta forma se reanunciaban los recursos de producción más apropiados en una determinada emisión.

En lo que respecta a los especialistas, todos los que conformamos el equipo de producción seleccionamos escrupulosamente a quienes deberían participar en este programa dado su perfil profesional. Sin embargo, en algunas ocasiones se tuvo que recurrir a especialistas que no contaban con los requisitos ideales planteados anteriormente para ser seleccionados, pero apesar de eso eran ellos y no otros los

apropiados para apoyar al programa con su presencia. Por lo tanto se diseñó para ellos una hoja de presentación para informarles sobre los objetivos, fines, así como público al que se dirigía ¿Y ahora qué...?. En ella también se les explicaba lo valioso del tiempo en radio y se les sugerían los minutos estimados para externar su punto de vista y de ser posible tutear a los jóvenes en cabina y radioescuchas para lograr un tono personal e individualizado.

En este período el margen de inasistencia a la serie se ve reducida hasta en un 90 por ciento, pues difícilmente los invitados faltaban a la cita en cabina.

En el caso de los jóvenes, aunque a ellos también se les dotaba con toda la información dada al especialista, era muy difícil tratar de hacerles hablar delante del micrófono y más aún sobre su sexualidad.

No obstante para la solución de este punto se puso de relieve el hecho de dirigirse a grupos que entre sus objetivos fuera informar a la población en general, y en particular a los jóvenes, sobre cuestiones relacionadas con la sexualidad, tales como los grupos de ayuda en la prevención del SIDA, los talleres impartidos sobre sexualidad por asociaciones civiles y también por algunas universidades, y con ello lograr la participación de los jóvenes en función de lo que les preocupa, sienten, piensan, prefieren, por lo que su intervención se volvía rica e interesante.

En esta etapa se propone entregar reconocimientos a los especialistas para corresponder a su asistencia al programa y como un aliciente para la siguiente ocasión que fueran requeridos. A los jóvenes en contraposición se les obsequiaban separadores y carteles del CONAPO, y sólo se les otorgaba reconocimiento cuando pertenecían a un grupo de ayuda, asociación civil y a algunas oficinas de gobierno (Desarrollo

Integral de la Familia (DIF), Consejo Nacional de Prevención y Lucha Contra el SIDA (CONASIDA), AVE de México, Sexualidad, Educación, Cultura y Salud (Secs), Neuróticos Anónimos (N.A.), Alcohólicos Anónimos (A.A.), etc.).

En algunas ocasiones *¿Y ahora qué...?* fue buscado por grupos de rock y compañías teatrales, para apoyar la difusión de "tocadas" o puestas en escena que tenían como objetivo apoyar económicamente a campañas de tipo social o cooperar en la solución de un problema de algún sector pragmático de la población que se veía marginado o negado como los enfermos de SIDA, las madres adolescentes, los niños de la calle, etc. Estos grupos se ponían en contacto con el equipo de producción durante la emisión o llegaban a la misma Dirección de Comunicación en Población en el edificio del CONAPO. Afirmaban que la serie era muy cercana a jóvenes y adolescentes de esta ciudad de México.

Estos compañías nos daban pases gratis los cuales a su vez los obsequiábamos a los radioescuchas interesados con la "tocada" o la obra teatral, con sólo pedirlos. Este punto era otro foco de interés para que la serie fuera escuchada y los radioescuchas se molestaran en marcar. Es necesario marcar que este apoyo a la producción de la serie llega sólo.

Los apoyos no eran frecuentemente requeridos, pero siempre que era solicitado por este tipo de grupos, se les brindaba el mismo, con el apoyo del CONAPO y del IMER, sin que la serie o la estación tuviera alguna retribución de tipo económico.

Cabe destacar que en esta etapa se cumple el objetivo de la serie al informar y orientar a los jóvenes y adolescentes del área metropolitana de la ciudad de México sobre diferentes aspectos de la sexualidad en el desarrollo fisiológico y socioafectivo propio de

la adolescencia; además de lograr el impacto en la audiencia meta que se vio reflejada en el incremento de llamadas al programa el cual es del 150 por ciento con respecto al número máximo de llamadas recibidas en la etapa de *¿Y ahora qué...?* antes del cambio. En esta fase se recibieron 29 llamadas durante la emisión, con una duración aproximada de dos minutos cada una.

Si bien es cierto que el número de telefonemas es un indicativo importante y de bastante relevancia, también es cierto que fueron causantes de un conflicto dentro de cabina, pues al sumar un número considerable y todas con diferentes inquietudes y en demanda de una respuesta clara y amplia obligaba a romper el discurso del especialista para contestar dichas preguntas, siendo más valioso esto pues la realización de la serie estaba planeada para ellos.

La solución estuvo dada por los elementos de cabina que en esos momentos optamos por guardar las preguntas y darles salida al momento que un especialista tocara algún punto relacionado con esas dudas; pero si por el ritmo del programa no daba esa oportunidad, las llamadas se agrupaban con otras para al final del segmento (momento radifónico en que nos encontramos), aclarar sus dudas y así responder al compromiso de difundir información completa para los adolescentes y jóvenes que lo demandan.

Todos estos elementos del programa fueron justificados uno a uno en función de su operatividad y funcionalidad para un programa de radio con las características de *¿Y ahora qué...?*.

En todo momento se buscó impactar por medio de una información confiable, acercándonos a la realidad de los chicos con un lenguaje coloquial para lograr

plasmar lo que ellos mismos solicitaron al ponerse en contacto con el equipo de producción.

3.4 ¿Y AHORA QUE...? FUERA DEL AIRE

Desde su nacimiento, el 23 de marzo de 1983, en el Instituto Mexicano de la Radio, se han operado una serie de cambios en su interior en busca de permanecer y consolidarse en la industria de la radio. Y Estéreo Joven no fue la excepción.

El 21 de diciembre de 1992, con el fin de comercializar la estación, la gerencia de Estéreo Joven otorgó la concesión a la empresa particular Radio S. A., la cual trabajó sobre su perfil para lograr hacerla un espacio "atractivo" de venta a particulares, dado que no era rentable para el Instituto, según la versión de la gerencia.

Es importante mencionar que el argumento utilizado por la gerencia para otorgar la concesión es desde mi punto de vista es totalmente inaudito e inadmisible. Debemos recordar que a partir de los años sesentas y hasta nuestros días se concibe a los jóvenes como un mercado potencial, especialmente con la oferta de la música rock y todo aquello que le rodea.

Más aún, Estéreo Joven se caracterizó por ser una estación que incursionó sobre diferentes géneros musicales y representó el éxito gracias a la variedad en su programación. Sobre este punto hace hincapié Josefina Vilar, y me atrevo a decir que a esto se debió en mucho su éxito.

"Las radios rockeras, por la irreverencia que las caracteriza, se permiten explotar a fondo los recursos del medio. Los ruidos aparecen autónomos, la palabra indaga sus posibilidades poéticas, la música las propias y el humor lucha contra la banalidad de las estaciones comerciales y la solemnidad de las oficiales. No es

azaroso que las estaciones que mayor controversia producen en cuestiones políticas sean también aficionados a este género musical" (24)

¿Cual fue el cambio que operó la empresa en Estéreo Joven?

Estéreo Joven cambió de nombre y de perfil. De ser un espacio con catálogo de rock, jazz, blues, afroantillano, reeggae, etc. pasó a ser una estación dedicada a difundir la balada juvenil en español y llevó por nombre Lasser 105.7 f.m.

Esta transformación impactó a la serie radiofónica. Una vez firmada la concesión comercial, se notificó, en diciembre de 1992, al Consejo Nacional de Población (CONAPO), en particular a la Dirección de Comunicación en Población, la salida de la serie radiofónica *¿Y ahora qué..?* en el horario de 12:00 a 13:00 horas, los sábados; el pretexto fue que ya tenían cubierto el tiempo exigido por RTC.

Y una vez más apareció el vicio del burocratismo en las Instituciones gubernamentales.

Esta notificación se le hizo llegar al director general del CONAPO. Sin embargo la experiencia nos enseña que el trabajo administrativo en cualquier tipo de Institución gubernamental a fines de año, en particular en el mes de diciembre, es arduo y este tipo de solicitudes de "subalterno" a "jefe", la mayoría de las veces es olvidado.

Dadas estas circunstancias, la Dirección de Comunicación en Población, decidió dar por terminada mi estancia laboral, pues difícilmente el programa estaría nuevamente al aire. Posteriormente la serie radiofónica, vuelve al aire en febrero de 1993 al negociarse nuevamente su presencia en la nueva estación Lasser f.m. 105.7.

Lasser f.m. 105.7 permanece hasta el 17 de enero de 1994. Del 18 de enero al 30 de marzo de ese año, se maneja la estación teniendo como nombre únicamente la frecuencia 105.7 f.m. Y el primero de abril de ese año arranca Conexión Acústica. Un año después cambio a Órbita 105.7, mismo que actualmente lleva por nombre.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Bellinghausen Hermann (CÓMPILADOR) *Usos y costumbres sexuales en México, en el nuevo arte de amar*. p. 56.
- 2.- Monroy de Velasco, Anamell. *Salud, sexualidad y adolescencia*. p.41
- 3.- Op. Cit, p. 57.
- 4.- Nombre que se le dio al guión en la serie por este sólo un listado con las ideas más importantes.
- 5.- Ramos, José Manuel. *Manual de radio 1*. p. 16.
- 6.- Newman, John F. *Periodismo radlofónico*. p. 129.
- 7.- Osorio, citado por Kaplún, Marlo. *Producción de programas radlofónicos*. p.182.
- 8.- Ramos, José Manuel. *Manual de radio 1*. p. 12.
- 9.- "Cada participante, en un programa de asuntos públicos, dispone de aproximadamente 3 minutos, para presentar su punto de vista y argumentos, para no romper el ritmo del programa". Newman, John F. *Periodismo radlofónico*. p. 133.
- 10.- *Enciclopedia de la sexualidad humana*, varios autores. Tomo 2. p.232.
- 11.- Es importante referir que en nuestros días esta situación es difícil de apreciar en un adolescente sin embargo es común observar que el mismo sustituye los juguetes por maquinas tragamonedas o juegos de vídeo.
- 12.- *Ibidem*. p. 133.
- 13.- *Enciclopedia de la sexualidad humana*, varios autores. Tomo 3. p. 134.
- 14.- Saíenz, Gustavo. *Ritos de iniciación*. p. 11.
- 15.- Op. cit. p. 135
- 16.- Debemos señalar, que si bien es cierto que los teléfonos no timbraban por la falla técnica, también es cierto que pudo existir una parte del auditorio que escuchara la serie sin marcar.
- 17.- Arthur Rimbaud. *Obra completa*. p. 10.
- 18.- Linares, Marco Julio. *El guión. Elementos, formatos y estructuras*. p. 19.
- 19.- Romo Gil, Ma. Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. p. 35.
- 20.- Ebergenyi, Emillio. *La creatividad en radio, poco explotada*. El universal, Sección Cultural, p. 2.
- 21.- Josefina Vilar. *El sonido de la radio*. p. 71.
- 22.- Curiel, Fernando. *La telaraña magnética o El lenguaje de la radio*. p.32.
- 23.- Osorio, citado por Kaplún, Marlo. *Producción de programas radlofónicos*. p. 320
- 24.- Vilar Josefina. *El sonido de la radio*. p. 125.

REFLEXIONANDO SOBRE ¿Y AHORA QUÉ...?

Para el observador ocasional de la radio en México, en la década de los 90's, podría parecerle una novedad el reciente énfasis de la difusión de temas sobre sexualidad. Así es, pero lo que en realidad es novedoso, es el acuerdo, no tácito, de los representantes de la opinión pública, de hablar de la imperante necesidad de la sexualidad humana.

Ciertamente en los últimos años, los medios de comunicación han iniciado una diversidad de programas de mesa redonda, con la característica principal de dar tratamiento a temas sociales y algunos otros particulares, buscando informar a la población sobre asuntos que de alguna manera o de otra, atañen directamente su cotidianidad.

Debe advertirse, la gran oferta de este tipo de programas en la radio lo cual estaría indicando la preferencia de un amplio público por tal formato, y una necesidad de la audiencia con respecto a este tipo de comunicación radiofónica que no se satisface con música o noticiarios. Al parecer, ahora muchos de los radioescuchas, buscan opiniones autorizadas y oportunidades de manifestar las propias.

La radio ha hecho suyos este tipo de programas sin que se pretenda decir son exclusivos en ella. La televisión también ha dado presencia en estos pero ha sido pequeña y poco significativa. Sin embargo, un aspecto muy importante que favorece a la radio es la "impersonalidad" del interlocutor, lo cual facilita al individuo expresar cualquier situación. Y quizá por ello es que en la radio, preferencialmente se encuentren programas con formato de mesa redonda.

En el caso de los jóvenes, en *¿Y ahora qué...?* ocurrió así pues les causó menos conflicto exponer ante el auditorio sus dudas, preocupaciones e inquietudes.

Sin embargo, es significativo encontrar que los programas de mesa redonda diseñados para informar de manera confiable y científica como fue el caso *¿Y ahora qué...?* en su última etapa en Estéreo Joven, se encuentren con más frecuencia en las radiodifusoras llamadas "culturales" (Radio Educación, Radio UNAM, Grupo IMER, etc.) situación presente debido a que la radio responde a intereses comerciales.

El hecho de que exista regularmente en las bandas de frecuencia (mayoritariamente en f.m.) una programación de música continua, se debe a que no hay espacios que se abran en los monopolos radiofónicos. Este tipo de programación es una fórmula que les ha dado resultado y no existe una razón por la cuál deban cambiar.

Sin embargo hay que voltear hacia atrás; no hay que olvidar los objetivos por los que nació la radio. No pretendo decir sea un medio donde existan solamente programas de alto nivel cultural, social, científico, olvidándonos de los intereses que mueven a la radio, sino que vislumbrara en sus espacios este tipo de programas de interés común sin atender a sus intereses financieros.

Ahora bien, el hecho de que *¿Y ahora qué...?* fuera un programa realizado en una estación llamada "cultural", donde existía cierta apertura hacia producciones nuevas, posibilitó crear un espacio atractivo para los jóvenes (con la utilización del código radiofónico, en complemento con la creatividad y apoyados de una información seria, clara y sencilla) donde pudieran informarse y además tuvieron el espejo que necesitan para contar sus dudas e inquietudes.

Es importante mencionar el lugar dónde se lanzó al aire la serie, porque quizá en la radio llamada "comercial" no se hubiera realizado un espacio de esta naturaleza con las mismas proyecciones.

Ahora bien, el que formara parte de los objetivos de una institución gubernamental como el Consejo Nacional de Población (CONAPO), establecía un freno en la producción de ciertos temas, pues los directivos determinaban lo posible de abordar en los temas y lo intratable, en relación con lo que creían debía ser, intentado no lastimar susceptibilidades, lo cual generaba nuevos criterios en el trabajo ligando el "yo creo que puede ser así".

Esto arroja dos interesantes conclusiones: 1) se trabajaba al vapor en la mayoría de los proyectos sexenales, es decir carecíamos de un proyecto definido y de líneas de trabajo para el desempeño de la labor desempeñada (como se dijo en *¿Y ahora qué...?* cambia), de hecho la riqueza del programa y lo basto del mismo, se iba reconociendo conforme se trabajaba en él. Y 2) los políticos, por el simple hecho de desempeñar cargos importantes se creen eruditos en la materia, cuando sólo conocen las generalidades de la mayoría de los proyectos en donde han estado, en sus puestos se renuncia a la experiencia adquirida en los antiguos proyectos sexenales a los cuales, no se les da seguimiento y fracasan.

Es necesario mencionar que el trabajo en la serie se realizó con los recursos mínimos indispensables pues el presupuesto destinado para la misma, únicamente contemplaba el pago salarial de los integrantes del equipo de producción (en mi caso como productor la remuneración era de dos salarios mínimos), mantenimiento del equipo de grabación y cintas magnetofónicas; por lo que algunas veces fue necesario apoyarla a título personal para lograr un programa de mejor calidad.

La experiencia nos ha enseñado que por el bajo presupuesto destinado a las producciones gubernamentales, se deriva una mala actitud en los trabajadores de esta industria al desempeñar su trabajo: no se le pone atención a la producción y de esta forma se limita la creatividad, adoptando formatos poco frescos y rígidos. *En ¿Y ahora qué...?*, apesar de contar con un escaso presupuesto, el éxito radicó en haber formado un equipo prácticamente nuevo el cual aportaba nuevas ideas en la producción y una actitud más positiva con el trabajo.

Pero tampoco podemos decir que los que conformamos en ese momento el equipo de producción tocamos fondo en cuanto a la producción se refiere; de hecho hemos de reconocer que faltaba trabajo en algunos rubros como:

- Una mejor conducción en los inicios de los programas, es decir mayor flexibilidad y frescura.
- Acortar el tiempo en las llamadas telefónicas, a fin de lograr responder a más respuestas o inquietudes.
- Buscar la promoción del programa por medio de otros medios, no económicamente sino en base a intercambios institucionales o promocionales.
- Realizar controles remotos desde donde haya jóvenes que busquen este tipo de información y por causas de fuerza mayor no puedan acceder a ella.

Ahora bien si en este momento fuera posible producir nuevamente la serie radiofónica tendría presente una más afinada forma de trabajo que consistiría en los siguientes aspectos:

- Trabajaría para tener una mayor compenetración con el auditorio a fin de conocer más a fondo sus necesidades informativas.

- Perseguiría más frescura en los textos, menos erudición y más vivencialidad.
- Exploraría más en lenguaje radiofónico para lograr mensajes que logren estimular la imaginación.
- Buscaría más apoyo económico para mejores producciones.

Y evidentemente trabajaría para conseguir un programa más completo en información, cercano al auditorio y atractivo, todo esto sin olvidar los puntos anteriormente mencionados y los explicados en el desarrollo de la memoria.

Centrándonos nuevamente en la serie radiofónica *¿Y ahora qué...?* es importante mencionar que funciona como divulgador de información para jóvenes, por la aceptación de una sociedad tradicionalista que se abre a la difusión de información y a los programas sobre sexualidad, debido a una necesidad social de conocer acerca de cómo poder vivir de mejor manera emocional y físicamente nuestra sexualidad, sin el miedo de concebir enfermedades que puedan dañar nuestra salud, ejemplo de esto es el SIDA.

De esta manera la misma sociedad o grupos sociales que se había dado la tarea de crear una serie de mitos sobre de la sexualidad, inventando mecanismos para cerrar el acceso a la información sobre este tipo de temas desde hace muchísimas generaciones, ahora lejos de marginarlos los abre, conocedora de esta necesidad, de aquí que en el cuadrante encontremos hoy varios programas con estas características difundiendo tópicos sexuales.

No se puede decir que la sociedad entera se encuentre de acuerdo en difundir este tipo de información (objetivo del Consejo Nacional de Población) puesto que existen grupos organizados que se oponen a este tipo de información como es el caso de

Provida que obstaculizan y entorpecen estas tarea, sin siquiera darse cuenta de la importancia del momento histórico y social por el cual atravesamos, no sólo en este país, sino a nivel mundial en cuanto a concientizar para tener cada vez más una sexualidad responsable y sin correr el riesgo de sufrir una enfermedad.

Apesar de ello deben respetarse los criterios de estos grupos que optan por negar o esquivar este tipo de información, pero la existencia de otros grupos que demandan esta información los supera y por estos deberían respetarla.

Promover información para lograr la práctica de una sexualidad placentera, supone el conocimiento de ella misma, sería casi imposible vivirla ampliamente si se desconocen sus características.

Por lo tanto, hoy en día no debemos entender a las producciones radiofónicas de instituciones gubernamentales como programas rígidos o poco atractivos, sino como un canal donde también es posible la fusión de todos los elementos auditivos propios de la radio, que conjugados debidamente, nos diseñen un paisaje mental con el cual nos sintamos atraídos y de esta forma, el programa sea recibido y esperado por los radioescuchas.

Las bases teóricas de la producción de un programa como éste, son las mismas para todos los demás no obstante existe una variedad de formas y maneras de producir y aunque en este trabajo nos referimos a una propuesta particular en radio, puede aplicarse a la comunicación radiofónica a nivel global pues la radio es por sus cualidades un medio capaz de poner en interacción al emisor y al receptor.

Evidentemente es necesario contar con un bagaje amplio del conocimiento técnico y humanístico de la radio para poder conocer sus potencialidades y así posibilitar su avance. Y de ninguna forma olvidar la importancia de este conocimiento en el estudiante de comunicación, pues resulta importante conocer de manera cercana y real el campo de trabajo donde se desarrollará como profesional.

Últimamente en la carrera se han creado nuevas asignaturas en las diferentes preespecialidades apoyadas con prácticas profesionales, buscando que el alumno salga de la misma con un conocimiento medianamente completo para realizar su "chamba". Sin embargo esta experiencia profesional obtenida en las prácticas no es equiparable a un trabajo formal. Porque en medio de ese sistema social llamado empleo, existen muy diversas y variadas formas de ser funcional para el trabajo (grillo, verbero, Incondicional del jefe, etc.) que no solamente está dado por la capacidad del empleado para realizar la tarea.

Por lo tanto, si es prioritario que el alumno se acerque a las dinámicas de trabajo en radio, es importante integrar en ese mismo plan de estudios una materia donde los estudiantes puedan conocer las diferentes formas en que se dan, se representan y aplican, estas dinámicas de trabajo y como puede tratar de evitarlas o que no lleguen a impactar de tal forma al alumno para que su desempeño no sea malo.

Una idea para salvar este abismo entre "chamba" y formación universitaria, podría ser rescatar la idea de poner en el aire el trabajo que se hace en el taller de radio como si fuera una emisora como cualquier otra, de esta forma, tendríamos una experiencia cercana al trabajo formal en radio donde se trabaja con grupos heterogéneos y con poco compromiso. Todo esto a través de una materia donde el objetivo fuera, por un lado, conseguir el espacio para experimentar y consolidar nuevas propuestas de

programas que puedan darle al alumno una carta de presentación (realizar la producción de un demo de uno o varios programas) para encontrar trabajo, y por otro mostrarle al alumno esas dinámicas de trabajo que se presentan al interior de la "chamba" en especial en radio. En una palabra hacer del taller de radio un espacio laboral dentro de la misma área académica; teniendo como responsables a los estudiantes más destacados en la misma y los no tanto, brindarles la oportunidad de colaborar con las emisiones a producir.

De esta forma no será tan difícil para el estudiante recién egresado, integrarse al grupo como colaborador, y quizá posteriormente como productor o director en grupos bastante heterogéneos de diferentes escuelas y a veces sin un objetivo común.

Volviendo a los programas con formato y con temáticas parecidas a *¿Y ahora qué...?*, es importante precisar que muchos de ellos tomaron de manera informal y poco profesional los temas, haciendo de ellos un espectáculo, mientras que para otros representó la posibilidad de abrir espacios donde lo importante fuera dar una información clara, sencilla, científica y formal para un auditorio que está ávido y busca ese tipo de información.

A la serie *¿Y ahora qué...?* y a sus antecesoras las podemos calificar como vanguardistas, debido al enfoque y presencia que han tenido en la radio, buscando siempre responder con seriedad y conocimiento a la inquietud social que existe sobre la sexualidad.

Debemos reconocer que en *¿Y ahora qué...?* no inventamos el hilo negro al exponer abiertamente y sin miedos, por lo menos entre lo que se encuentre permitido, la sexualidad, pero sí podemos reconocer la garantía de una información seria que intentó

en su momento disipar miedos. En este programa únicamente se expuso el trabajo comprometido de los profesionales que trabajamos ahí, buscando generar propuestas para difundir la información sobre sexualidad.

También es importante señalar que quienes trabajan en la radio asuman esta responsabilidad para lograr programas de calidad con una buena dosis de información, sin olvidar el aspecto creativo, para que de esta manera el mensaje sea motivador de una conciencia activa y crítica.

Es evidente que seguirá este tipo de oferta de programas y hasta es probable que se incrementen con una mayor segmentación de audiencias, es decir, que los mensajes se dirigirán a públicos más delimitados por grupo de edad, sexo, nivel socioeconómico y por intereses; buscando agradar a distintos grupos que persiguen mayor información y es posible que esta oferta sea mayoritariamente por radio, por que quizá es el medio más eficaz para promover información, educación y cultura, por su poder de sugestión y todas las cualidades antes mencionadas.

ANEXO

(1)

NOTA

**EL PRESENTE ES SE ENCUENTRA COMPUESTO POR
UNA CINTA DE LA SERIE RADIOFÓNICA
ACOMPAÑADO DE SU RESPECTIVO GUIÓN.**

CONAPO / IMER
SERIE RADIOFONICA ¿ Y AHORA QUE...?



Serie radiofónica ¿Y ahora qué...?

Pag1/1

Programa: 142

Tema: El SIDA. Enfermedad de fin de siglo.

Op. ENTRA RUBRICA. SUBE BAJA Y SE MEZCLA CON CÁPSULA DE INICIO "LAS CIFRAS".
Loc.

El SIDA es una enfermedad mortal, tomar precauciones fundamental para evitar contagios y para hablarnos de los peligros, los mitos y como prevenirlo están con nosotros el Dr. Víctor Ortiz del Consejo Nacional de Prevención y lucha contra el SIDA (CONASIDA), René Bonilla de AVE de México, la Dra. Mónica de la Cruz de Sexo, Educación, Cultura y Salud (SECS), Ma. Antonieta Casariego estudiante de biología en la ENEP. Iztacala y Gerardo Chaparro estudiante de psicología de la ENEP. Iztacala.

Iniciemos con los Jóvenes.

¿Qué sabes acerca del SIDA?

RESPUESTA (JÓVENES)

¿De dónde tomaron la Información?

RESPUESTA (JÓVENES)

¿Desde hace cuanto tiempo atrás han oído hablar del SIDA?

RESPUESTA (JÓVENES)

Qué es el SIDA?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Cómo se detecta el SIDA?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Y ahora tu, qué opinas del SIDA?, ¿Sabes del tema?, comunícate con nosotros al 524 91 87 es la línea que nos mantiene en contacto.

Op. ENTRA CORTINILLA DE PROGRAMA. SUBE BAJA Y SE MEZCLA CON PROMOCIONALES. 8'
DEL IMER.
Loc.

Regresamos

¿Qué diferencia hay entre ser un portador de VIH y un enfermo de SIDA?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Cuáles son las vías de transmisión del VIH?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

Según su experiencia ¿Cuáles son los mitos más comunes en la transmisión del SIDA?

-Lagrimas

-Sudor

-Rastrillos

-Cepillos de dientes

-Albercas

-Cubiertos

-Baños

-Mosquitos

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Cuáles son los síntomas del SIDA?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Y ahora tu, qué opinas del SIDA?, ¿Sabes del tema?,
comunicate con nosotros al 524 91 87 es la línea que
nos mantiene en contacto.

Op. ENTRA CÁPSULA "CONCIERTO EN MEMORIA DE FREDI MERCURY" SUBE BAJA Y SE MEZCLA CON CORTINILLA DEL PROGRAMA. 17'
20'
Loc Regresamos.

¿Cuál es el tratamiento para los enfermos de SIDA?

-Aspecto médico

-Aspecto familiar

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Qué opinan de los problemas que enfrentas los
enfermos de SIDA?

Familia

Trabajo

Vecinos

RESPUESTA (JÓVENES)

¿Qué apoyo psicológico se les da a las personas
enfermas que viven con VIH o SIDA y a su familia?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿En qué consiste el apoyo llamado padrínazgo o
escolta?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Y ahora tu, qué opinas del SIDA?, ¿Sabes del tema?,
comunicate con nosotros al 524 91 87 es la línea que
nos mantiene en contacto.

Op. ENTRA TESTIMONIO DE UN PORTADOR DE VIH, SUBE, BAJA Y SE MEZCLA CON PROMOCIONALES DEL IMER. AL TERMINAR SUBE MÚSICA BAJA Y DESAPARECE. 30'
33'
Loc Regresamos.

¿Cómo se orienta a las personas que tienen dudas
sobre si han estado o no en contacto con el virus?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Cómo se puede prevenir el SIDA?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Utilizas algún método para prevenir el contagio?

RESPUESTA (JÓVENES)

¿Han oído hablar de sexo seguro y/o sexo protegido?

RESPUESTA (JÓVENES)

¿Y ahora tu, qué opinas del SIDA?, ¿Sabes del tema?,
comunicate con nosotros al 524 91 87 es la línea que
nos mantiene en contacto.

Op. ENTRA CÁPSULA DE "MAGIC JHONSON" SUBE, BAJA Y SE MEZCLA CON PROMOCIONALES DEL IMER. AL TERMINAR ENTRA TESTIMONIO DE UN PORTADOR DE VIH, SUBE, BAJA Y DESAPARECE. 40'
43'
Loc Regresamos.

¿Qué es sexo seguro?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Qué es sexo protegido?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Dónde se dan los talleres y quién los imparte?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Cómo se usa un condón?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Por qué antes del SIDA al condón se le reconocía cierto margen de error y ahora se privilegia su uso?

RESPUESTA (ESPECIALISTAS)

¿Y ahora tu, qué opinas del SIDA?, ¿Sabes del tema?, comunícate con nosotros al 524 91 87 es la línea que nos mantiene en contacto.

Op. ENTRA CÁPSULA "SECTOR SALUD Y SIDA" SUBE BAJA Y DESAPARECE". 50'
Loc Regresamos.

Comentarios finales

Conclusiones

créditos

Francisco J. hernández en la producción

Liliana Altamirano en la asistencia de producción

Mario Juárez en los controles

Ma. Gella en la voz y la musicalización.

ANEXO

(2)

NOTA

**EL PRESENTE MATERIAL CONSTITUYE UN APOYO
PARA LOS LECTORES AL ENCONTRAR AQUÍ
ELEMENTOS QUE VALIDAN ALGUNOS DE LOS
PUNTOS MENCIONADOS CON ANTERIORIDAD.
(LOS DATOS Y LA INFORMACIÓN ACENTADOS
AQUÍ FUERON ELABORADOS POR EL CONSEJO
NACIONAL DE POBLACIÓN)**

**EVALUACION DE LA SERIE RADIOFONICA ¿Y AHORA QUE...?
POR MEDIO DE SESIONES DE GRUPO
CRITERIO METODOLOGICO**

OBJETIVO

Verificar en que medida se cumple el objetivo de la serie radiofónica, valorando su impacto informativo y motivacional, su intensidad, cobertura y penetración, así como, la imagen que actualmente tiene la población objetivo del CONAPO, como responsable de la serie.

INSTRUMENTOS DE EVALUACION

- 1.- Tres sesiones de grupo con jóvenes.
- 2.- Una evaluación de contenido.
- 3.- Cruce de Información.
- 4.- Reporte general.

SESIONES DE GRUPO

Las sesiones de grupo son un medio de investigación cualitativo, que sirve para generar nuevas ideas, enriquecer estudios cuantitativos, generar respuestas concretas y reacciones a productos, conceptos y estrategias de comunicación.

El propósito de las sesiones de grupo se orientó hacia la conceptualización natural real y o virtual que los jóvenes mostreados tienen de la serie radiofónica ¿Y ahora qué...?

METODO

Sujetos

Se trabajó con una muestra no aleatoria de 30 sujetos de clase socioeconómica C - D, entre 15 y 18 años de ambos sexos, con nivel de instrucción superior a secundaria, dividida en tres grupos.

Grupo A

Diez radioescuchas cautivos de la serie de por lo menos tres meses atrás.

Grupo B

Diez radioescuchas que ocasionalmente sintonizan el programa, o lo han escuchado alguna vez o saben de él, pero no lo han escuchado.

Grupo C

Diez radioescuchas que nunca han oído el programa o no saben de él.

INSTRUMENTO

Se utilizaron tres cuestionarios para el grupo A, con ocho preguntas base diseñadas en pares (sobre la serie en general, los temas, la conducción y la producción), para el grupo B, seis preguntas base orientadas a conocer sus preferencias en cuanto a programación, temática y profundidad, para el grupo C, seis preguntas base orientadas a conocer sus preferencias en cuanto a intereses, programación, temática y profundidad. Adicionalmente se hicieron tres preguntas para ubicar la presencia del CONAPO.

Procedimiento.

A los sujetos seleccionados se les aplicó el Instrumento de la siguiente manera:

Grupo A

Se les citó a los sujetos en la sala de juntas de la Dirección de Comunicación en Población, de los diez que estuvieron invitados llegaron cuatro.

Conocieron el programa de manera casual "por que ya están cansados de escuchar siempre los mismo".

REPORTE

¿Por qué les gusta la serie?

- En general Estéreo Joven es la única estación que vale la pena por su programación.
- En cuanto al programa los temas que se tratan son muy importantes y de carácter social.
- Es importante la temática que se trata ya que el adolescente está en un proceso de cambio y es importante que se aborden temas de sexualidad que orienten sin tabúes y dogmas.
- Es bueno porque propone, da alternativas orienta y da soluciones.
- Los temas son vigentes y se identifican con ellos.
- Los temas que se tratan se abordan abiertamente.

¿Qué temas les ha gustado?

- Todos, porque un tema lleva a otro y ese a otro...
- Todos los temas son buenos.
- El tema de educación sexual (orientación).

¿Qué temas les gustaría que se trataran?

- Drogadicción (todo el grupo de acuerdo).
- Las bandas.
- Trabajo en jóvenes.

- Rechazo a la homosexualidad.
- Alternativas de escuelas para jóvenes rechazados.
- Niños que están en la calle; testimonial.
- Enfermedades venéreas.
- Violencia policiaca hacia los jóvenes.
- Hostigamiento sexual hacia los jóvenes.
- Ecología / contaminación.
- La problemática en general que tienen los jóvenes.

¿Qué les parece los invitados especialistas?

- Bien, pero que no sean tan rebuscados.
- Que suelten la lengua, que se digan las cosas como se deben decir.
- Que el lenguaje sea un poco más claro y directo.
- Que hablen sin prejuicios y con un lenguaje más coloquial.

¿Qué opinión tienen de la estructura de la serie?

- La estructura es buena, así está bien.
- Los testimoniales son buenos pues dan pie para participar.

¿Qué opinión tienen de la rúbrica de entrada y salida?

- Es buena, genera expectación pero, es seria.
- Es general y atractiva por su significación.
- La musicalización es buena pero no atrae mucho.

¿Qué les parece la conducción?

- Es buena, facilita la comprensión del tema.
- Es fluida, divertida y versátil.
- Es una voz agradable.
- Es bueno que sea una mujer, pues es más creíble, además de que puede participar de su posición como mujer.
- Está bien, porque la mujer enfrenta una sociedad machista.
- Buena, porque hay pocas mujeres conductoras.
- Siempre se les ha tenido más confianza a las mujeres que a los hombres.

¿Qué sugieren para mejorar la serie?

- El horario, que sea por las noches.
- La duración que sea en partes.
- Que se sigan incluyendo testimoniales.
- Que promueva espacios de difusión para artistas jóvenes.
- Que se mencione una síntesis en español de las canciones en inglés que se programan.

GRUPO B

La selección de los sujetos se hizo en el Centro de Educación Artística Frida Kahlo, cubriéndose la cuota requerida de 10 participantes. Al hacer la selección previa, se detectó que muy pocos jóvenes saben de la serie, por lo que se tuvo que reorientar la estrategia y unimos cuestionarios B y C, se tuvo que escuchar una parte del programa. De los diez sujetos dos han mencionado el programa y expresan "no hay difusión".

REPORTE

(B) ¿Por qué no sintonizan cada semana el programa?

- Por falta de tiempo.
- Por falta de difusión.
- No se conoce.
- No se fijan cuál estación sintonizan.

(Se tuvo que pasar un fragmento de un programa)

(B) ¿Qué opinión tienen de un programa de este tipo?

- Es importante un programa como éste, por la temática que aborda.
- Porque informa y orienta.
- Porque es un buen medio para educar y comunicar.

(C) ¿Qué estación sintonizan normalmente?

- Radio Red.
- 620.
- Radio 1000 f.m.
- Rock 101.
- Radio 1000 a.m.
- 97.7
- Azul 99.
- Estéreo Joven.

(C) ¿Por qué les gusta su estación?

- Por la programación musical.
- Por lo general no pasan comerciales y la información que dan es interesante.

(La música que les gusta es variada pero hay una tendencia al rock nacional)

(B) ¿Qué temas les gustaría escuchar en un programa como ¿Y ahora qué...?

- La libertad de expresión.

- El Tratado de Libre Comercio.
- Escuelas del INBA.

(Se reorienta la sesión)

- Anticonceptivos, por los mitos que hay alrededor.
- Prejuicios con la sexualidad femenina.
- Experiencias sexuales prematuras.
- Homosexualidad.
- Violación.
- Prostitución.

" Estos temas interesan por curiosidad, por encontrar respuestas en los cambios físicos y emocionales que se están viviendo (ellos como jóvenes) " .

" Porque (como jóvenes) es un momento de búsqueda "

" Porque te quieres quitar la venda de los ojos y conocer la verdad "

(B) ¿Con qué profundidad les gustaría que se trataran estos temas y por quién?

- Que se agote el tema que sea tratado por especialista y por personas que comenten sus vivencias.
- Que se aborden con profundidad pero con claridad y de manera real.
- Que el tratamiento no sea técnico, que sea cotidiano coloquial, que explique el por qué.
- Que llegue a todos.

" Que vayan jóvenes al programa, para que no sea un programa de rucos" .

" Con jóvenes se identifica uno mejor " .

" Que inviten a hombres y mujeres con diferentes niveles socioeconómicos " .

(B) ¿Quién les gustaría que condujera el programa?

- Un hombre y una mujer que sean de mente joven, contemporáneos.
- Que no tengan el criterio del tamaño de una hormiga.
- Que sean imparciales y objetivos.

" Es importante un programa para jóvenes, porque (la radio) es de fácil acceso y en México hay muchos jóvenes" .

GRUPO C

La selección de los sujetos se hizo en el Centro de Educación Artística Frida Kahlo, se cubrió la cuota requerida de diez participantes. Los sujetos desconocen la serie radiofónica por lo que se tuvo que reproducir un fragmento de un programa.

De diez sujetos tres escuchan Estéreo Joven.

REPORTE

Fragmento del programa de radio. Hay buena disposición del grupo se escuchan risas.

" No se habla abiertamente, en mi familia, de los temas sexuales por que soy la más chica".

¿Qué estación sintonizan normalmente?

- * Rock 101.
- * Radio Alfa.
- * Jazz f.m.
- * Cristal f.m.
- * Radio Mundo.
- * Radio Azul f.m.
- * Radio Universal f.m.

(C) ¿Por qué les gusta su estación?

- * Por la programación musical.
- * Por lo general no pasan comerciales y la información que da es interesante.
- * Por lo general programan música instrumental.

(De diez, cuatro se declaran rockeros)

(B) ¿Les gustaría escuchar un programa como ¿Y ahora qué...?

- * Por que tratan temas de sexualidad.
- * Sí, pero que hablen abiertamente de los temas.
- * Sí, pero que se invite a especialistas, por que en la familia no hay Información y que los especialistas manejen bien la Información.
- " Las fuentes son los amigos ".

(B) ¿Qué temas les gustaría escuchar en un programa de radio con las características de ¿Y ahora qué...?

- * Los métodos anticonceptivos en especial preservativos.
- * Casos de jóvenes que tienen hijos antes de tiempo.
- * La virginidad.
- * Contaminación.
- * Homosexualidad y lesbianismo.
- * Bisexualidad.

- Zoofilia.
- Orientación Vocacional.
- Sexualidad en general.
- El SIDA, mitos y realidades.
- La drogadicción y sus consecuencias.
- PROVIDA.
- Esoterismo.
- Promiscuidad sexual.
- Testimonios de jóvenes que ya tengan relaciones sexuales.
- Prostitución.
- Padres.

" Si no cuentas con una buena información sexual no puedes tener una relación sexual segura".

" La radio y la televisión son buenos medios para concientizar ".

¿ Con qué profundidad les gustaría que se trataran estos temas y por quién?

- Por especialistas, un sexólogo, un biólogo y una persona que aborde la cuestión moral.
- Hay que manejar la información hasta tocar fondo y con sinceridad.
- Hay que tener respuestas que nos convengan y nos convenzan.
- Que el lenguaje sea sencillo, claro y directo.

¿ Quiénes les gustaría que condujeran el programa?

- Que sean dos, un hombre y una mujer.
- Que se inviten a especialistas de ambos sexos.
- Que los jóvenes que se inviten sean mujeres y hombres.
- Que inviten a padres de familia y que hablen derecho.

" Que el programa sea un foro de 50 jóvenes, un moderador y especialistas ".

En cuanto a las tres preguntas para ubicar la presencia del CONAPO se obtuvo.

¿ Qué es el CONAPO?

- No se conoce.
- Es algo de la vivienda.
- Es una organización que se encarga de orientar.

¿ A qué se dedica?

- Es una asociación civil.
- Datos estadísticos y dar información de los diferentes modos de vida.
- Para apoyarnos.

¿ Para qué sirve lo que hace el CONAPO?

- * No se puede decir que es del gobierno, pero sirve al gobierno.
- * Es del gobierno. (No se especifica más)

RESULTADOS

Los datos obtenidos se codificaron para obtener las principales palabras para definir y expresar cada una de las Ideas-conceptos y así, lograr generar una red que permita su análisis. En esta codificación se procedió de la siguiente manera.

Se procedió a conformar definidoras categorías para cada pregunta las cuales se construyeron realizando un análisis de las palabras sinónimas o que se refirieran al mismo significado.

Esta recategorización se realizó con el fin de evitar la dispersión lingüística y psicológica. Con estas definidoras categorías se realizó todo el análisis de resultados.

Con base en la codificación anterior se encontraron los siguientes resultados:

- A) Hay un gran interés por contar un información confiable sobre la sexualidad en los jóvenes, principalmente en lo que se refiere a métodos anticonceptivos.
- B) Una demanda real y generalizada para abordar los temas sexuales de manera profunda " hasta tocar fondo" , directa, clara y cotidiana.
- C) Una preocupación significativa por el problema de la contaminación.
- D) La necesidad de contar con un foro confiable accesible y responsable en el cual se pueda encontrar respuesta y alternativas de solución a la problemática individual y colectiva de los jóvenes.
- E) La importancia de generar y promover espacios alternativos, de expresión y de difusión, de las experiencias de los jóvenes.
- F) Falta difusión masiva para la serie.

EVALUACION DE CONTENIDOS DE LA SERIE RADIOFONICA ¿Y AHORA QUE...?

Para comprender los alcances y limitaciones de la serie radiofónica ¿Y ahora qué...? es necesario perfilar el proceso de comunicación, de la serie, como un proceso de información y orientación, en donde sus actores (emisor-receptor) se ven impactados por lo menos por tres factores.

- * Por sus experiencias pasadas.
- * Por las circunstancias y situaciones actuales.
- * Por las reacciones de sus grupos de pertenencia.

Para que un proceso de comunicación masiva alcance sus objetivos es necesario que reconozca que el mensaje llegara a personas con una diversidad cultural y socioeconómica, que poseen diferentes intereses, modos de vida y cosmovisiones. En este contexto el mensaje se resignifica de acuerdo a los particulares marcos de referencia que active, a la selección e interpretación psicológica que realiza consciente o inconscientemente el receptor, y el grado de confianza y credibilidad que se le atribuye al emisor.

Los comunicólogos señalan que algunas condiciones básicas para una adecuada comunicación son:

- * El mensaje debe captar la atención de algulen.
- * El mensaje debe ser entendido como se pretendió que lo fuera y
- * La respuesta debe corresponder a la capacidad de los participantes y estar sancionada por ellos mismos o sus grupos.

Esta evaluación se diseñó con el fin de contrastar la connotación formal de los elementos que integran la serie radiofónica ¿Y ahora qué...? contra la forma como se esta llevando en la práctica.

Este contraste nos permitió observar los aciertos y las discrepancias entre la idea original y la realidad de la operación, tratando de detectar los posibles factores involucrados.

Esta evaluación se llevo a cabo utilizando la técnica de análisis del documento "Serie radiofónica ¿Y ahora qué...? CONAPO-IMER", en el cual se encontró el objetivo de la serie, horario en que se transmite y las temáticas que aborda.

Los datos se analizaron a la luz de las semejanzas, diferencias y controversias y resignificaciones entre lo planeado y lo real.

RESULTADOS

De acuerdo con los resultados obtenidos de la integración de la información de los tres instrumentos antes mencionados, se puede observar lo siguiente.

- A) La estructura general de la serie responde al planteamiento inicial para la que fue diseñada.
- B) El diseño de su objetivo no determina exactamente su fin, generando ambigüedad y por lo tanto limitando su alcance.
- C) El diseño del formato es efectivo, pues sigue una fórmula tradicional tanto en su diseño como en su salida al aire. Además resuelve una necesidad inmediata (lo urgente sobre lo importante).
- D) La producción de la serie está articulada pues logra integrar lo planeado en la realización del programa.

E) En cuanto a la conducción, se nota cierta inseguridad.

CONSIDERACIONES FINALES

Como resultado de la evaluación anterior se considera:

- Reorientar la serie con un objetivo más claro.
- Determinar un criterio más convincente para la selección de los invitados para lograr mayor y mejor información.
- Enfocar más la producción ejecutiva de la serie, para lograr más efectividad en la función.
- Asesorar la conducción para lograr mejores niveles de respuesta.
- Darle difusión a la serie con base a un plan de medios.

ANEXO

(3)

NOTA

**LA PRESENTE ES UNA INVESTIGACIÓN PARA
DEFINIR DE MANERA GENERAL ALGUNOS
CONCEPTOS IMPORTANTES EN LA MEMORIA,
EL CASO DE: JUVENTUD, SEXUALIDAD Y
ADOLESCENCIA
POR LO QUE SE HACE PERTINENTE SU PRECENCIA**

JUVENTUD, ADOLESCENCIA Y SEXUALIDAD

Conceptos generales

El periodo de vida comprendido entre los 10 y 19 años ha sido considerado, desde hace tiempo, como el correspondiente a la llamada adolescencia. Bajo esta definición se demarca el inicio de la pubertad que atañe al desarrollo biológico del adolescente y el principio de la mayoría de edad que, en su aspecto jurídico implica la entrada del individuo a una etapa de mayores responsabilidades sociales.

Una de las acepciones que se ha criticado al término de la adolescencia es la condición de adolecer de algo, no obstante que proviene de las locuciones latinas *ad* (a, hacia) y *de oler* (crecer), indicadores de la condición y el proceso de crecimiento. Esta etapa intermedia que fluctúa entre momentos vigorizantes y otros desconcertantes, (1) contempla un pasado definido en extremo que debe de ser abandonado, y un futuro aún por identificar.

La adolescencia es considerada como un periodo de transición en la vida del hombre; ésta se puede expresar en dos manifestaciones básicas. Por una parte, se tienen los cambios fisiológicos en general conocidos como la pubertad, que hace posible la reproducción de la especie. Por la otra, desde la perspectiva del desarrollo psicoemocional, la adolescencia es concebida como periodo de desequilibrio provisional provocado por un nuevo periodo de adaptación psicosocial del individuo. Una de las expresiones de esta etapa de la vida es la presencia de conductas que, aparentemente, no se adecuan a las normas socialmente aceptadas, no obstante, Fernando Fierro (2) señala, que es importante distinguir y reconocer dentro de ellos conductas que pueden ser adaptativas y estructurantes de la personalidad.

Es importante señalar que tanto el niño como el adolescente tienen visiones distintas del mundo de los adultos. Durante la niñez hay una estrecha conexión entre sentimientos y expresión corporal. El niño se expresa sin cortapisas ni limitaciones, por ejemplo, si está enojado " se bate en el berrinche ", se priva literalmente; grita. Existe una capacidad expresiva ilimitada, lo mismo para la risa que para el llanto u otros sentimientos. Goza de un manejo corporal que le permite equilibrarse mentalmente, hecho que también es alimentado por la intensa indagación física y verbal. Esta cualidad infantil desaparece con la llegada del " momento adolescente ", evidentemente se trata de un hecho que se va estableciendo paulatinamente, pero es en esta etapa de la vida cuando finalmente se va consolidando la represión. (3)

Ciertamente la adolescencia goza de otro tipo de características muy particulares, pero carece de canales expresivos, cuya principal forma es la simplicidad. Por ejemplo, si un adolescente quiere contorsionar su cuerpo, tiene que ir a una disco para bailar, en cambio es común ver niños que van por la calle contorsionándose sin poner la menor atención, en quiénes los están observando. Un punto de ruptura entre el niño y el adolescente, es aquel que tiene que ver con la irrupción de este último en el mundo de los adultos en el plano de la igualdad. Así el pequeño refiere todas las cosas del mundo a sus propias vivencias manteniendo una relación de inferioridad y sumisión respecto a los adultos. El mundo de los adultos es susceptible de ser imitado por ellos. Los niños

parecen construirse un mundo aparte, un mundo a escala más pequeño que la del mundo de los adultos.

Por el contrario los adolescentes, precisamente por el surgimiento en ellos de una personalidad propia, pretenden enfrentarse al mundo de los adultos en un plano de igualdad, pero de todas maneras se sienten distintos, porque en ellos se está conformando un mundo nuevo. De aquí las pretensiones de los adolescentes por sobrepasar y transformar el mundo de los adultos.

Por otro lado, el fenómeno de la adolescencia es de los más importantes en la vida humana; es un período donde se hace necesario un conjunto de ajustes del individuo para funcionar con respecto a sí mismo y con el medio; asimismo, estos ajustes son influidos por el medio social y cultural donde el individuo se desarrolla.

Aspectos fisiológicos

Los cambios biológicos de la adolescencia son en general muy marcados y rápidos. El momento inicial de este período, la pubertad se caracteriza por un movimiento acelerado, cambios en la composición corporal, desarrollo del dimorfismo sexual y la adquisición de la capacidad de reproducción. Estos acontecimientos representan un punto en la continuidad del desarrollo sexual, que se extiende desde la diferenciación sexual del feto hasta llegar finalmente a la senectud. Dos procesos independientes, pero relacionados entre sí, conducen dichos cambios, la producción de esteroides sexuales de las glándulas suprarrenales y la activación del eje hipotálamo-hipófisis-gónada que había permanecido poco activo durante la infancia.

La pubertad es un fenómeno dinámico mediante el cual sucede la transformación de un ser sexualmente inmaduro en un adulto capaz de reproducirse. Durante la pubertad aparecen y se desarrollan los caracteres sexuales secundarios que van a conformar el dimorfismo sexual del adulto, y comienza la función de las gónadas (producción de espermatozoides por el testículo y óvulos por el ovario).

A través de estudios longitudinales se ha visto que, durante la adolescencia, el crecimiento muestra cambios tanto en la velocidad como en su naturaleza. La tasa de crecimiento físico disminuye progresivamente a partir del cuarto mes de la vida fetal, hasta que se produce una marcada aceleración durante la adolescencia. Este crecimiento es diferente en ambos sexos: Las niñas presentan un crecimiento particularmente amplio de los huesos de la cadera, mientras que los niños se amplían sobre todo de los huesos de los hombros (cinta escapular). Ambos sexos muestran un incremento en la masa muscular, pero es más marcado en los niños que en las niñas.

Los huesos se ensanchan, las dimensiones, y las formas de la cara se modifican, esto es más acentuado en los hombres que en las mujeres. Los hombres en promedio pierden peso durante la adolescencia, con una ulterior ganancia en altura y un crecimiento más lento. Las mujeres muestran una curva similar, pero no sólo hay un retraso temporal (más que una pérdida) en la acumulación de la grasa de las extremidades, un continuo

aumento en la grasa del cuerpo junto a una tendencia general a adelgazarse conforme concluye la ganancia en altura.

El primer signo de pubertad en los hombres es, usualmente, un crecimiento de los testículos, asociado con el inicio de la espermatogénesis (4). El crecimiento del vello púbico es seguido por un aumento súbito en la estatura y el desarrollo del pene. El vello axilar y facial aparece, en promedio, unos dos años después de iniciado el del pubis. El vello del cuerpo surge un poco más tarde y continúa hasta bien entrada la pubertad. Los cambios en la voz, relacionados con el crecimiento de la laringe, ocurren relativamente tarde en la adolescencia, y pueden tomar de 1 a 3 años en completarse. Hay aumento permanente en el tamaño de la aureola del busto y, algunas veces, agrandamientos temporales del tejido subyacente del busto en los hombres, el cual puede causar incomodidad y turbación.

Existen amplia variación en el tamaño testicular y características sexuales secundarias encontradas en el momento de la espermarquia (primera eyacuación), en particular, la espermarquia puede ocurrir cuando apenas hay escaso vello púbico aun sin que lo haya, y cuando los testículos sólo han crecido levemente. La edad de la espermarquia, según varios estudios longitudinales oscila alrededor de los 13 años, y la calidad biológica del semen progresa paralelamente al desarrollo de las características sexuales, durante un periodo de 2 y medio a 3 años hasta el final de la pubertad.(5)

El desarrollo del busto (telarquia) en las mujeres, empieza entre los 8 y los 13 años, y es regularmente el primer signo de la pubescencia. Esto es seguido, en más o menos un año, por la aparición del vello púbico, un aumento súbito de estatura y cambios psíquicos generales. En este caso también existen considerables variaciones individuales en el orden y en el tiempo de aparición y desarrollo de estos cambios físicos.

La menarquia ocurre ya avanzada la pubertad y está generalmente precedida al menos por dos años del desarrollo del busto. El promedio de edad a la menarquia, a nivel mundial, es alrededor de los 13 años, pero el rango se extiende de los 10 a los 16 y media.

El promedio de duración de la pubertad es de alrededor de 3 años, de 2 a 5 y medio en los hombres y de 18 meses a 5 años en las mujeres. Mientras que las consecuencias visibles de la pubertad siguen una secuencia predecible, existe una amplia variación en el tiempo del inicio, el grado del cambio y la edad de la terminación de estos acontecimientos.

Aspectos psicosociales

La adolescencia es considerada como un periodo de transición en la vida del hombre; esta es una transición que se puede expresar en sus dos manifestaciones más obvias. Por una parte, se tienen los cambios fisiológicos en general conocidos como la pubertad, que hace posible la reproducción de la especie. Por la otra, desde la perspectiva del desarrollo psicoemocional, la adolescencia es concebida como una etapa de transición y de desequilibrio provisional provocado por un nuevo periodo de adaptación psicosocial del individuo. Una de las expresiones de esta etapa de la vida

es la presencia de conductas, que, aparentemente, no se adecuan a las normas socialmente aceptadas. No obstante, algunos autores señalan que es importante distinguir y reconocer conductas que pueden ser adaptativas y estructurantes de la personalidad en este periodo, para no calificarlas como patológicas. Existe un "síndrome de la adolescencia normal", que da cuenta de estas características de desadaptación y readaptación del adolescente.

El desarrollo intelectual alcanza en la adolescencia, a partir de alrededor de los 12 años, el estadio del pensamiento abstracto. Mientras que el niño se encuentra rigidamente vinculado al mundo de lo sensorial y del presente, planteándose problemas concretos del momento, el adolescente, por su parte, es capaz de formular conexiones de hechos y de abstraer los principios que vinculan diferentes fenómenos cotidianos. Aparece así el pensamiento formal, capaz de operar no sólo con los objetos sensibles, sino también con el lenguaje verbal (conceptos) y con los símbolos matemáticos.

De manera sincrónica con el surgimiento del pensamiento formal -y en estrecha relación con él-, durante la adolescencia encontramos una consolidación de la personalidad del individuo, basado en la organización autónoma de las reglas y los valores y en la afirmación de la voluntad como reguladora de las tendencias personales. Esta consolidación de la personalidad es lo que posibilita la elaboración de un plan de vida que presupone el desarrollo del pensamiento formal.

Un fenómeno fundamental, que autores como Piaget (6) identifican como un punto de ruptura entre el niño y el adolescente, es aquel que tiene que ver con la irrupción de este último en el mundo de los adultos en el plano de la igualdad. Así el niño pequeño refiere todas las cosas del mundo a sus propias vivencias manteniendo una relación de inferioridad y sumisión respecto a los adultos. El mundo de los adultos es susceptible de ser limitado por ellos. Los niños parecen construirse un mundo aparte, un mundo a una escala más pequeña que la del mundo de los adultos. Por el contrario los adolescentes, precisamente por el surgimiento en ellos de una personalidad propia, pretenden enfrentarse al mundo de los adultos en un plano de igualdad, pero de todas maneras se sienten distintos, porque en ellos se está conformando un mundo nuevo. De aquí las pretensiones de los adolescentes por sobrepasar y transformar el mundo de los adultos. De esta circunstancia los psicólogos explican el por qué los sistemas y planes de vida de los adolescentes están llenos de sentimientos generosos, de proyectos altruistas, o de un gran fervor místico y, además por otra parte se presenta una actitud cercana a la megalomanía y al egocentrismo. El adolescente se encuentra alentado por una suerte de mesianismo y se atribuye un papel fundamental en la salvación de la humanidad además parece también organizar su vida en función de esta idea que de sí mismo se forja.

Al mismo tiempo, el adolescente empieza a vivir fuertes cambios emocionales. Surge la atracción entre los sexos, sin embargo, se establece la confusión pues al mismo tiempo, el chico o la chica siguen interesados por los juguetes.(7)

La búsqueda de identidad, le lleva al adolescente a experimentar paracojas en sí mismo. Su cotidianidad se ve envuelta del encuentro de sensaciones contrarias, alberga amor y odio (de manera intensa) por la misma persona al mismo tiempo. (8)

Sin embargo, es gracias a estas vivencias que el adolescente entra en movimiento. Es tan múltiple su estado que lo obliga a avanzar rápidamente. El adolescente es efímero, vive prácticamente en un continuo estado de cambio, de ensayo y error en el cual lo que cuenta es más el camino que lo que se está viviendo.

Esta situación entremezclada le provoca confusión. De repente se encuentra a sí mismo atado a algo que no entiende, así que no le queda más que avanzar para seguir conociendo y conociéndose. La conformación de la personalidad, la elaboración del proyecto de vida y el espíritu redentor propios de la adolescencia puede ser considerado; como una preparación para la vida adulta.

Por su parte el adulto, vive una mezcla de sentimientos encontrados, al respecto de la sexualidad adolescente. Surge en él miedo, porque no sabe cómo manejar la situación de un niño que se vuelve de buenas a primeras hombre, no sabe cómo manejarlo, cómo tratar con el que anteriormente fue solamente un niño. En este sentido la envidia se da por la comparación que el adulto hace de sí mismo frente al joven: observa su propio cuerpo, no tan firme ya como el de su hijo.

A la flexibilidad pérdida se une esa especie de amnesia que le dificulta recordar su propia adolescencia, y de ese modo tener la capacidad de enternecerse y emocionarse con los primeros pasos sexuales del adolescente.

Esto último no quiere decir que todos los padres olviden o envidien, los hay desde luego que reviven su propio comienzo al ver el del chavo, aunque en el promedio de la clase media urbana mexicana solamente una minoría vive el arribo de los jóvenes a la pubertad con entusiasmo. (9)

La "época de la cultura adolescente", que apunta Gustavo Sainz, (10) trajo a primer plano el fenómeno conocido como brecha generacional. Ante las dificultades para adaptarse a un medio ambiente previamente diseñado y poco dispuesto a involucrarse al conflicto, el adolescente entra en choque con el adulto que además detenta el poder. El joven entra de lleno al conflicto, en tanto que el adulto lo evita prefiriendo imponer "sus" reglas.

Así el adolescente se repliega prefiriendo estar consigo mismo. La adolescencia es una etapa de desgaste intenso. Desgaste por vivir lo nuevo. Desgaste por luchar, para establecer ese ser nuevo ante los demás.

El adolescente mantiene constantemente un esfuerzo, por rescatar su pujante sexualidad, por obtener el reconocimiento de que ésta existe. En fin, su cotidianidad se torna en una batalla continua por el reconocimiento de que lo que está viviendo es real, importante y respetable. La angustia generada baja casi siempre en el momento en que el adolescente encuentra un espejo en el que pueda verse reflejado. Ese espejo es su igual, otro como él.

Estas etapas o momentos de la vida del adolescente terminan cuando de constructor de mundos posibles, de reformador social, tal y como se lo proponía en el plano de la imaginación, pasa a convertirse en realizador de estos proyectos de vida.

En este contexto sociocultural el adolescente debe adecuarse para lograr un status de adultez.

La adolescencia es por tanto un período de transición que implica una serie de pasos sucesivos y dentro de las peculiaridades como proceso de cambio comprende una serie de actividades que pudieran llamarse "ritos de iniciación" que facilitan psicológicamente las transiciones de status.(11)

En nuestra cultura hay un rango de definiciones fundamentales y de status en cuanto a adultez, tenemos el status que nos da el cumplir los 18 años, los hombres son adultos para propósitos militares y pueden ser reclutados; las mujeres igual que los hombres, pueden casarse sin el consentimiento paterno. En esta etapa se adquieren todas las responsabilidades y derechos que se le dan al hombre o a la mujer, el derecho de voto, la elegibilidad para la mayoría de cargos públicos, la posibilidad de hacer trámites bancarios y la susceptibilidad de ser juzgados por la comisión de delitos.

Sin embargo, encontramos que los ritos de iniciación se encuentran dentro de la edad a la que no se es necesariamente adulto, pero que se encuentra en ese período de transición. Un primer paso puede considerarse a la edad de los 12 años, que es cuando se comienza a pagar boleto de adulto en transporte y cines. En las mujeres al cumplir los 15 años se considera que pueden hacer su "ingreso" a la sociedad. La celebración de los quince años en las adolescentes refuerza la posición de la mujer en un rol tradicional que exalta el prestigio y status social, oficializan su interés heterosexual a través de patrones conductuales culturalmente aceptados.

En la sociedad mexicana es el único rito de la iniciación en adolescentes que tiene carácter de ceremonia. Este rito avalado y reconocido por la sociedad, se hace público a través de una fiesta, que ofrecen los padres a la quinceañera con el fin de presentar ante la sociedad a su hija, para que ésta (la sociedad) le otorgue los derechos y obligaciones que a esta edad se merece, haciendo entrever que ha abandonado la etapa de la niñez para convertirse en una señorita. Es a esta edad cuando la mujer puede tener novio, puede maquillarse, ir a las fiestas y llegar después de las diez de la noche, e incluso puede casarse si los padres dan su consentimiento.

Dentro de estos ritos de iniciación, en el adolescente varón, el conseguir un permiso para manejar, así como el saber manejar un automóvil a los 16 o ser independientes económicamente de los padres (el trabajar por ejemplo de emparador-cerillo en las tiendas del super mercado) significa que ya están en condiciones de enfrentarse al mundo, aunque para esto se necesite aún el permiso de los mayores.

Por otro lado, la primera relación sexual en los adolescentes como rito de iniciación, es muy importante para los varones, quienes algunas veces motivados por los padres, tíos,

primos, amigos, recurren a la prostitución como medio para perder la virginidad y ganar en virilidad y en status, pues después, ya no se es un niño, sino todo un hombre.

Este rito de pasaje, no es muy arraigado dentro de nuestra sociedad, que dadas sus características machistas, margina a las mujeres. La virginidad es un símbolo de pureza en la mujer y ésta no puede acceder a perderla fácilmente. El rol tradicional propicia las condiciones por el cual la mujer podrá tener su primera relación sexual.

Al final de la adolescencia y de la entrada en la vida adulta, el trabajo profesional es decisivo, porque una vez pasadas las últimas crisis de adaptación, restablece el equilibrio y permite el acceso a la edad adulta. En este otro plano el que corresponde a la acción, sus ideas se contrastan con la realidad, y de este enfrentamiento se va conformando el verdadero pensamiento adulto, la verdadera madurez, que equivale a la asimilación de la realidad social en la estructura mental y la personalidad del individuo.

Para finalizar, es importante hacer notar que el proceso de desarrollo mental del ser humano, no es una cuestión que se presente de manera aislada. La adolescencia no es una irrupción de una realidad de todo novedosa que se explique por sí misma, por el contrario, es el resultado de la evolución anterior del individuo y es un paso necesario para la conformación de la personalidad adulta.

Debe mencionarse que aquellos rasgos de la personalidad que se han asociado con la adolescencia, como es el caso de la inestabilidad emocional y los constantes cambios y alteraciones de la conducta, no son sino resultado, como lo ha señalado Knobel (12), de la conjunción de diversos factores que coinciden en la adolescencia, entre otros, los factores hormonales; de crecimiento físico el cambio corporal que le es inherente, el rompimiento o no de la llamada dependencia infantil, el enfrentamiento y posible ruptura con los padres, así como la percepción de un mundo adulto que no se distingue por la ausencia de contradicciones, las cuales son vividas por el adolescente bajo las formas de impotencia y frustración.

SEXUALIDAD

El concepto de sexualidad no es fácil de definir y algunos intentos por caracterizarla han dado por resultado que pueden agruparse en dos polos, en un extremo se encuentran modelos que atribuyen a la sexualidad un carácter imperativo de tipo biológico, que ante la estructura social y educativa, lucha por expresarse; y en el otro la resultante de la interacción grupal que a partir de una base biológica relativamente invariante, origina la diversidad característica de ideas, sentimientos, actitudes, regulación social e institucional de lo que el grupo o el individuo entiende por sexualidad.

En el centro de este conjunto precisamente se encuentra la definición de la sexualidad. A fin de comprender los elementos que definen la sexualidad, es necesario hacer converger modelos y enfoques multidisciplinarios. De ahí que sea pertinente recuperar, expone Eusebio Rubio (13), los preceptos de la Teoría General de Sistemas (1945), los cuales hayan sido debidamente desarrollados por Ludwig Von Bertalanffy.

No es posible modificar los significados reproductivos por ejemplo, si no se contempla la resignificación genérica o por sexo, erótica, y de los vínculos afectivos establecidos, ya que debemos entender a la sexualidad como un sistema en donde cada elemento que la constituye es a su vez uno de cuatro holones o sistemas que tienen en sí un alto grado de complejidad y relación con los otros. Cada Holón cuya raíz encierra el todo (holos), conforma en sí mismo un sistema mayor (on): Rubio coincide con esta denominación de Arthur Koestler .

Por tanto, el estudio de la sexualidad no pertenece tan sólo al estudio de la biología, la psicología, la sociología o la antropología o cualquier otra disciplina humanística, sino que es objeto de estudio de todas ellas. Es así, que requerimos de conceptos (instrumentos) de los distintos niveles de estudio, mediante métodos de análisis respectivos. Así pues, abordaremos cada uno de los elementos que conforman la sexualidad.

La reproductividad humana

La potencialidad de reproducirnos, es consecuencia directa del hecho de ser seres vivos. La sexualidad humana o mejor dicho las sexualidades humanas se han desarrollado en sus múltiples niveles de manifestación y complejidades de organización e integración como resultado de la necesidad de la especie humana de reproducirse eficientemente.

Por reproductividad se quiere decir, la posibilidad humana de producir individuos para las subsecuentes generaciones, que en gran medida, sean similares (no idénticos) a los que los produjeron y las construcciones mentales acerca de esta posibilidad.

La reproductividad humana es un evento (holón) sexual, que tiene manifestaciones psicológicas y sociales de gran importancia, no se limita al evento biológico de la concepción, embarazo y parto, como es el caso de la paternidad y maternidad, sino que es un hecho que se pronuncia con mucha anticipación, antes de considerar el evento reproductivo terminado. Esta situación se produce hasta en casos de adopción legal.

Género

En cada cuerpo humano, como ser sexuado son "construidas" habilidades físicas y mentales, destrezas, maneras de hacer las cosas, deseo, deberes y prohibiciones, formas de pensar, posiciones políticas particulares.

A partir de los procesos pedagógicos que nos vinculan las instituciones sociales, se enseña, aprende, internaliza, actúa, rehusa y se cumple o no se cumple con los deberes corporales genéricos (14).

Socialmente hablando, la expresión pública de nuestra identidad se llama rol o papel sexual genérico. Cuando estos papeles sexuales son estudiados en los grupos humanos, es posible la identificación de "guiones" que dictan lo que es esperado por el grupo que en función del género de los individuos, y la sociedad, norma sus interacciones en función de estas conceptualizaciones (15).

Erotismo

Por erotismo entendemos a los resultantes de la calidad placentera de las vivencias humanas caracterizadas por la excitación sexual y/o el orgasmo, así como las construcciones mentales alrededor de estas experiencias, al igual que los otros roles sexuales, el erotismo tiene niveles de manifestación biológica pero sus componentes son mentales, especialmente en lo que se refiere a las representaciones y simbolizaciones, así como las significaciones sociales y su regulación, lo que hacen al erotismo una característica específicamente humana.

Los guiones de conducta erótica en las diferentes culturas, son tan diversos, que permiten la visualización del carácter relativo de las normas de conducta erótica que rigen nuestra cultura.

Las vinculaciones afectivas

La vinculación afectiva, es la capacidad humana de desarrollar afectos intensos (resonancia afectiva) ante la presencia o ausencia, disponibilidad o indisponibilidad, de otro ser humano en específico, así como las construcciones mentales, individuales y sociales que de ello se deriva. La forma más reconocida de vinculación afectiva es el amor.

Las múltiples formas de vinculación afectiva desarrollan la capacidad de expresión amorosa en el individuo.

Una vez que conocemos los elementos que conforman la sexualidad, podemos decir que la sexualidad es una matriz de significaciones sociales que actúan de manera integral con los comportamientos reproductivos de los individuos en la sociedad.

El concepto de sexualidad, depende entonces de las experiencias -que inician desde que nacemos- y las potencialidades de conducta según nuestras condiciones de desarrollo y aprendizaje, como son las facultades de procrear; pertenecer a una especie dimórfica (ser hombre o mujer); la posibilidad de experimentar placer físico y tener actitudes hacia su obtención a partir de estímulos psíquicos o corporales, y desarrollar vínculos afectivos con otras personas (16) de acuerdo a la sociedad en que vivamos.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Fierro Luna, Fernando. *Características sociopsicopedagógicas del adolescente y su entorno social*. p. 49.
- 2.- Ibídem. p. 50.
- 3.- Varios autores. *Enciclopedia de la sexualidad humana*. Tomo 2. p. 99.
- 4.- kaobel, Mauricio. *Adolescencia y sus problemas psicosociales y fisiológicos*. p. 27.
- 5.- Ibídem p. 28.
- 6.- Jean, Piaget. *Juventud y adolescencia*. p. 42.
- 7.- Es importante referir que en nuestros días esta situación es difícil de apreciar en un adolescente sin embargo es común observar que él mismo sustituye los juguetes por maquinas tragamonedas o juegos de video.
- 8.- Op. Cit. p. 133.
- 9.- Varios autores. *Enciclopedia de la sexualidad humana*. Tomo 3. p. 112.
- 10.- Sainz, Gustavo. *Ritos de Iniciación*. p. 17.
- 11.- Ibídem. p. 18.
- 12.- kaobel, Mauricio. *Adolescencia y sus problemas psicosociales y fisiológicos*. p. 154.
- 13.- Rubio, Eusebio. *Ensayo sobre sexualidad humana*. p. 6.
- 14.- Ibídem. p. 7.
- 15.- Lagarde, Marcela. *Sexualidad humana*. p. 86.
- 16.- Ibídem. p. 87.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

Aguayo Duran, Marcos. *Comunicación social. Tomo 4; Información cultural y recreación. Vol. 1. Foro de consulta popular de comunicación social.* México 1983.

Arredondo Ramírez, Pablo; Sánchez Ruíz, Enrique E. *Comunicación social, poder y democracia en México.* Ed. Universidad de Guadalajara. México 1987.

Bellinghausen, Herman. *Usos y costumbres sexuales en México. El nuevo arte de amar.* Ed. Cal y Arena. México 1990.

Cebrian Herreros, Marlano. *Diccionario de radio y televisión. Bases de una delimitación terminológica.* Ed. Alhambra. Madrid 1981.

Consejo Nacional de Población. *Encuesta nacional sobre sexualidad y familia en jóvenes de educación media superior. (ENSEFAJEMS).* Ed. CONAPO. México 1989.

Consejo Nacional de Población. *Guía de producción radiofónica.* Ed. CONAPO. México 1987.

Consejo Nacional de Población. (Documento) *Informe de reportes de llamadas telefónicas de la serie radiofónica ¿Y ahora qué...?, durante 1992.* México 1992.

Consejo Nacional de Población. (Documento) *Proyecto sobre la nueva serie que sustituye a Entretiempos.* México 1984.

Consejo Nacional de Población. *Memoria de labores del Consejo Nacional de Población.* Ed. CONAPO. México 1987.

Crovi Drueta, Della. *Perfiles del cuadrante. (El nuevo desafío de la radio).* Ed. Trillas. México 1989.

Curiel, Fernando. *La telaraña magnética o El lenguaje de la radio.* Ed. Oasis. México 1989.

Del Campo Anaya, Yolanda; Huerta Lagunes, Xochitl del Carmen. Tesis. *La producción radiofónica ¿reflejo del gusto del público?. Análisis de tres casos.* Acatlán 1992.

Encyclopedia of education. Radio appreciation (educator-motivation). VOL. 3. Ed. Mc. Graw-Hill. Cincinnati 1971.

Enciclopedia de la sexualidad humana. La sexualidad en los jóvenes. Tomo 4. Ed. CONAPO. México 1984.

Fierro Luna, Fernando. *Perfiles educativos. (Características sociopedagógicas del adolescente y su referente social.* Ed. CISE-UNAM. México 1979.

García Camargo, Jimmy. *La radio por dentro y por fuera.* COL. INTILLAN. Ed. CIESPAL. Ecuador 1980.

García Jimenez, Mónica Patricia. *Tests. Argonáutica ¿cultura dentro de rock 101?* Acatlán 1994.

Kaobel, Mauricio. *Adolescencia y sus problemas psicosociales y fisiológicos.* Ed. Buenos Aires 1980.

Kaplún, Mario. *Producción de programas radlofónicos. (El gulón y La producción radlofónica).* Ed. CIESPAL, Quito 1978.

Lagarde, Marcela. *Sexualidad humana.* Ed. Grigalbo. Barcelona 1985.

Linares, Marco Julio. *El gulón. Elementos, formatos y estructuras.* Ed. UAM Xochimilco. México 1982.

López Alcaras, Ma. de Lourdes. *El gulón. Su lenguaje literario.* Ed. UNAM. Acatlán 1990.

Mc. Quail, Denis. *Sociología de los medios de comunicación.* Ed. Paidós. Buenos Aires 1972.

Mier, Raymundo. *Radlofonías: hacia una semiótica itinerante.* COL. ENSAYOS. Ed. UAM XOCHIMILCO. México 1987.

Monroy de Vejasco, Anamell. *Salud, sexualidad y adolescencia.* Ed. Pax. Centro de Orientación Para Adolescentes (CORA). México 1990

Ojeda Manuel; Valdés Ana María; Villegas Teodoro. *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radlofónica. (¿Cómo montar una emisora de radio?)* Ed. UAM, Plaza y Valdés, IMER, México 1988.

Piaget, Jean. *Los procesos de la psicología del niño y el adolescente. Juventud y sexualidad.* Ed. Planeta. México 1986.

- Newman, John F. *Periodismo radiofónico*. Ed. Limusa-wiley S.A. México 1966.
- Pardinas, Felipe. *Manual de comunicación social*. COL. Comunicación. Ed. EDICOL. México 1987.
- Prieto Castillo, Daniel. *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. Ed. Premiá. La red de Jonas. Puebla 1991.
- Raluy Poudevida, Antonio. *Diccionario porrua de la real academia de la lengua*. Ed. Porrúa S. A. México 1978.
- Ramos, José Manuel. *Manual de radio 1*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Cuadernos INI, México 1991.
- Rimbaud, Artur. *Obra completa*. Ed. Libros Rio Nuevo. Barcelona 1980.
- Romo Gil, Ma.Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. Ed. Diana, ITESO, México 1982.
- Rublo, Eusebio. *Ensayo sobre la sexualidad humana*. Ed. CONAPO. México 1990.
- Saínez Gustavo; Luissell Alessandra. *Ritos de iniciación. Una antología de cuentos de la adolescencia*. Ed. Océano, Barcelona 1982.
- Villar, Josefina. *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. (El discurso radiofónico)*. Ed. UAM, Plaza y Valdés, IMER, México 1988.
- Villegas, Teodoro . *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. (La producción radiofónica)*. Ed. UAM, Plaza y Valdés, IMER. México 1988.

HEMEROGRAFÍA

- Altamirano, Sandra. *Balbucesos de la radiodifusión*, REVISTA DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA, No 89, CONACYT, México, Febrero de 1984.
- Ebergényi, Emilio. *La creatividad en radio, poco explotada*. EL UNIVERSAL, Sección Cultural, México, Octubre 12 de 1993.