



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

36
720
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA LOCUCION.
EL FENOMENO DE LA COMUNICACION ENTRE
EL LOCUTOR Y EL RADIOESCUCHA EN LA
CIUDAD DE MEXICO.

T E S I S

Que Para obtener el Titulo de:
LICENCIADO CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P r e s e n t a:

CLAUDIA KENIA CASTILLO RICO

Asesor: Lic. Mario Leyva Escalante

1998

258254

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

UNAM



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 está 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.

DEDICATORIAS.

A un ser muy especial.

Por concederme la vida, por esos tiempos difíciles, por todo lo bello de mi existencia, y por permitirme lograr este instante.

Gracias Dios mio.

Al Contador Público: Erasmo Castillo Olguín.

Porque eres el motivo más importante para tener esto en nuestras manos, tú sabes, por tu VALIOSO ejemplo.

Gracias Papá.

A una gran señora: Hilda Rico López.

Por estar siempre a mi lado como sólo tú sabes hacerlo, por apoyarme y guiarme para lograr de mi lo que soy, eres única.

Gracias Mamá.

A Luis Fabián Castillo Rico.

Por la maravillosa persona que eres, y sobretodo por quererme tanto.

Gracias Hermano.

A Ma. Carmen y Francisco.

Por participar con gusto cuando los necesite, nunca lo olvidaré.

Gracias tíos.

A Claudia, Erika, Alma, Luz y Alejandro.

Por todas esas vivencias que hicieron inolvidable nuestra estancia en la universidad.

Gracias por su amistad.

A mis profesores.

Por esa labor gratificante de darnos un hermoso futuro a todos sus alumnos, en especial a Mario Leyva Escalante, quien me dirigió en este trabajo con gran profesionalismo.

Mil gracias.

A Juan Carlos Estrada Bautista.

Porque sin ti la presentación de este trabajo no sería lo que es, por apoyarme como lo has hecho hasta ahora y siempre.

Gracias amor, TE AMO.

A aquellas personas que se enteraron de TODO este proceso, gracias por apoyarme, por insistir y por esperar, por fin, llegó el momento.

INDICE:

INTRODUCCIÓN.-----	4.
I. EL FENÓMENO DE LA LOCUCIÓN.	
A) ¿QUÉ ES LA LOCUCIÓN?-----	-7.
B) TIPOS DE VOZ Y/O LOCUTORES QUE EXISTEN.-----	-8.
C) CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN LOCUTOR.-----	12.
D) FUNCIÓN DEL LOCUTOR EN LA RADIO.-----	13.
E) FUNCIONAMIENTO TÉCNICO DE LA LOCUCIÓN EN LA RADIO.-----	18.
II. LOS LOCUTORES Y SUS DERECHOS LEGALES.	
A) LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN-----	24.
B) CUALES SON LAS LEYES QUE RIGEN LA ACTIVIDAD DE LA LOCUCIÓN.-----	-29.
C) REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.-----	33.
D) REQUERIMIENTOS PARA SER LOCUTOR.-----	-36.
III. LA COMUNICACIÓN ENTRE EL LOCUTOR Y EL RADIOESCUCHA.	
A) EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.-----	67.
B) LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA VOZ.-----	-75.
C) LA COMUNICACIÓN ENTRE EL LOCUTOR Y EL RADIOESCUCHA.-----	80.

IV. LOS RADIOESCUCHAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.	
A) OPINIÓN DEL RADIOESCUCHA. - - - - -	101.
B) INFORME GENERAL DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA. - - - - -	108.
C) RESULTADOS GLOBALES DE LA ENCUESTA. - - - - -	111.
D) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS. - - -	116.
V. LOS LOCUTORES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.	
A) OPINIÓN DE LOS LOCUTORES. - - - - -	135.
B) PRESENTACIÓN DE LAS ENTREVISTAS:	
ENTREVISTA CON MARIANO OSORIO DE STEREO JOYA.- -	139.
ENTREVISTA CON GABRIEL ROA DE LA ZETA. - - - - -	144.
ENTREVISTA CON SOFÍA SÁNCHEZ NAVARRO DE DIGITAL 99. - - - - -	148.
C) ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS. - - - - -	158.
CONCLUSIONES. - - - - -	163.
BIBLIOGRAFÍA. - - - - -	172.
HEMEROGRAFÍA. - - - - -	174.

INTRODUCCIÓN.

Siendo que el tema central de este trabajo es la comunicación entre el locutor y el radioescucha en la Ciudad de México, justo es explicar porqué se eligió este tema y no otro, empezaremos por indicar que el motivo por el cual se estudió la Carrera de Ciencias de la Comunicación es el interés por el medio de la Radio, en donde se da la creatividad al cien por ciento, pues participar en la producción radiofónica es entrar a un mundo único y maravilloso, lo cual se comprobó al realizar el servicio social en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Además, la Radio a diferencia de la Prensa y la Televisión, es un medio de más fácil acceso para la gente común, puesto que no es necesario saber leer, como en el caso de la Prensa, o estar en un lugar fijo *viendo* un aparato, como con el televisor; en la Radio sólo se necesita de la capacidad de oír con atención, lo cual es más fácil de lograr en distintos ambientes o situaciones en el que un individuo pueda estar en una Ciudad tan grande y con tantos problemas como lo es el Distrito Federal. Por lo tanto, la Radio es un medio que llega a mucha gente sin hacer distinciones en lugares o ambientes diferentes, como la intimidad del hogar, el transporte público, el automóvil, el trabajo, el jardín, etcétera; así, la Radio es un medio importante que cumple con su función en una manera más sencilla a diferencia de la Prensa y la Televisión.

Un elemento importante dentro del medio de la Radio es la locución, son los locutores quienes le dan forma y vida a cada emisora de la Ciudad, donde existen gran variedad de difusoras, programas, y por lo tanto, varios estilos de locución.

El locutor tiene entonces un objetivo: transmitir su mensaje al radioescucha, entendiendo por radioescucha a un grupo de personas en donde no se sabe cuántas son, en dónde están, con qué intención lo escuchan, si le ponen atención o sólo lo oyen como fondo sonoro, y sobre todo no se sabe si tienen una relación con el locutor; es aquí donde surge la idea de exponer cómo se da la comunicación entre el locutor y el radioescucha, comprobar si existe esa comunicación, si es un proceso lento y difícil, o de lo contrario, si se da con facilidad, lo cual se pretende comprobar con este trabajo.

Pero, dentro de la Radio y de la actividad de la locución existen diversos rubros de programación, y para cada uno de ellos hay locutores con estilos distintos, por lo tanto es necesario hacer una delimitación en este aspecto, debido a que en la Ciudad de México se tienen un total de 60 emisoras, donde 54 son concesionadas, es decir comerciales, y las 6 restantes son permisionadas, sin fin de lucro; entonces nos inclinamos hacia la programación comercial, pues la radio ha llegado a ser un instrumento productivo para la subsistencia y enriquecimiento de las estaciones a través de la venta de tiempo en comerciales, o a patrocinadores de programas, siendo las emisoras musicales las más dominantes, pues dentro de las 54 emisoras comerciales 43 son de corte musical y las 11 restantes son de comentarios, por lo tanto estudiaremos al locutor bajo el rubro del entretenimiento musical en la Ciudad de México.¹

Así, en el primer capítulo se da la definición de la locución como palabra, se indica en qué consiste la actividad y las funciones de un locutor dentro del medio de la Radio, también se menciona cómo podría ser la actitud del radioescucha frente al locutor, y se analiza cómo se da el funcionamiento técnico de la locución en la Radio.

En el segundo capítulo veremos el aspecto legal de la actividad del locutor, pues *no* es un trabajo común, ya que el locutor tiene la facilidad de entrar en contacto con un público inmenso, tiene en su mensaje una gran capacidad de informar como de *desinformar*, por ello su trabajo está bajo los ojos del Gobierno, y con justa razón es necesario conocer bajo qué lineamientos se encuentra su labor, para así saber que tanta facilidad de comunicación puede llegar a tener con el radioescucha bajo los requerimientos legales que le exigen, así se mencionará lo que la Ley Federal de Radio y Televisión indica al respecto, daremos a conocer los requisitos necesarios para obtener el certificado de locutor, y se presenta un análisis de los artículos de la Ley y de la expedición de certificados de locutor, con puntos de vista, opiniones, y sugerencias.

El siguiente punto y parte central del trabajo, es la exposición

1 Datos otorgados por el Centro de Información de la Cámara Nacional de la Radio y la Televisión.

de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, en donde se analiza punto por punto el proceso de la comunicación, enfocando cada uno de sus elementos al locutor y al radioescucha, se da una explicación de la comunicación a través de la voz, único instrumento del locutor, y se muestra en una forma *teórica* cómo se da la comunicación entre el locutor y el radioescucha, conformando así el tercer capítulo.

Por último es importante conocer cuál es el punto de vista del locutor y del radioescucha en cuanto a su comunicación, por lo tanto se presenta una encuesta aplicada a 100 radioescuchas de la Ciudad de México, en donde se averiguó en forma directa cómo perciben su relación con el locutor, y por otro lado se entrevistaron a 3 locutores elegidos por los encuestados, con el objetivo de conocer su punto de vista al respecto, dando lugar al cuarto y quinto capítulos respectivamente, en donde se pretendió comprobar lo expuesto en un principio en forma teórica, con preguntas que surgieron a lo largo de la elaboración del trabajo, y con su respuestas se da solución a las dudas que surgieron en un primer instante: si la comunicación entre el locutor y el radioescucha existe, si es un proceso lento y difícil, o si se da con facilidad.

Con esta investigación se busca dar una definición de la actividad de la locución, ver las leyes que la rigen junto con los requisitos para obtener el certificado de locutor, conocer a los locutores más reconocidos, exponer y comprobar la comunicación entre el locutor y el radioescucha, tanto en forma teórica, como práctica con la elaboración de la encuesta aplicada a los radioescuchas y las entrevistas realizadas a los locutores.

De esta manera se verán varios aspectos que son de interés para quienes gustan del medio de la Radio y de la actividad de la locución, por lo tanto se propone que los puntos expuestos formen parte de una materia optativa más en la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

I. EL FENÓMENO DE LA LOCUCIÓN.

A) ¿QUE ES LA LOCUCIÓN?

El fenómeno de la locución es algo que enfrentamos todos los días, sólo basta encender la radio o la televisión para exponernos a la información, las ideas, las propuestas, los pensamientos y hasta los sentimientos de aquellas personas que tienen la oportunidad de llegar a miles de hogares a través de los medios de comunicación.

Al parecer, la actividad de la locución es algo sencillo de entender, simplemente se asocia con el hablar de un expositor ante un público, quien puede ser cualquier persona, ante cualquier tipo de público y hablando de cualquier tema. Esta primera idea acerca de la locución puede ser muy satisfactoria, pero a la vez es muy simple y vacía, por lo tanto, recurriremos al diccionario como siempre que se desea saber algún significado.

Del diccionario de la Lengua Española de la Real Academia se toma lo más general en una forma resumida: La palabra locución viene del latino *Locutio*, es el modo de hablar o el grupo de palabras que forman una idea, frase u oración, la cual puede tener una intención adjetiva, adverbial, conjuntiva, interjectiva y prepositiva, ya sea para calificar, exponer, asociar, exclamar o proponer respectivamente.²

Esta definición no varía mucho de la primera idea que se expuso, se indica que es la manera de hablar, algo que todos hacemos y lógicamente con un objetivo, pero hay una diferencia entre hablar por hablar a hacerlo ante un público, entonces, podríamos decir de acuerdo con el diccionario de la Real Academia, que en el momento en que una persona habla ya esta en la actividad de la locución y por lo tanto todos somos locutores cuando hablamos.

Sin embargo la actividad de la locución en estos tiempos de avances tecnológicos, es una labor que no cualquiera que habla la realiza, al mencionar la palabra locución inmediatamente la asociamos con los medios de comunicación, de los cuales nos

2 Diccionario de la lengua española. Real Academia Española, vigésima primera edición 1992. España Madrid 1992. Editorial Espasa-Calpe S.A. págs. 1513. P. 896.

interesa en este trabajo el medio de la radio.

El mismo diccionario de la Real Academia define la palabra -locutor,ra- indicando: "(Del lat. locutor,-oris) m. y f. Persona que habla ante el micrófono, en las estaciones de radiotelefonía, para dar avisos, noticias, programas."³ De esta forma se establece que la actividad de la locución, realizada por un locutor, es a través del medio de la radio.

Con la ayuda de estas dos definiciones encontradas en el diccionario de la Real Academia (pues fue el único diccionario en el cual se obtuvo dicha información), se puede resumir que la locución *es la acción de hablar ante un micrófono a través de un medio de comunicación, con el objetivo de exponer ideas de acuerdo con la intención del locutor o del programa.*

En una manera simple y sencilla se ha dado respuesta a la pregunta de qué es la locución, pero hay varios aspectos que giran en torno a esta actividad, las cuales se verán a lo largo de este trabajo y que complementarán sin duda esta primera definición.

B) TIPOS DE VOZ O DE LOCUTORES QUE EXISTEN.

El locutor, como se había mencionado en el apartado anterior, es quien habla ante el micrófono en la radio, el cual es el medio de comunicación al que nos referimos en este trabajo, pero los locutores son muchos y por lo tanto muy variados sus estilos y tipos de voz, se puede realizar una primera división por los géneros o rubros que se manejan en la radio, los cuales pueden ser: deportes, documentales, noticias, entretenimiento, musicales, orientación, opinión, para el hogar, infantiles, cómicos, comerciales, misceláneas, dramas, etcétera. Con la simple mención de cada uno de estos rubros, se puede imaginar un locutor diferente para cada caso, pues un locutor puede redactar textos, anunciar productos, presentar invitados, moderar conversaciones, entrevistar personalidades, ser la voz o el medio para expresar ideas u opiniones, ser la imagen de una empresa, etcétera.

Así, la actividad del locutor le permite ser muy flexible, pues por ejemplo un *conductor* de programas especiales o de opinión se

3 Diccionario de la lengua española. P. 896.

debe preparar y ser imparcial; el *cronista* se convierte en los ojos del público es objetivo y describe con detalle sin exagerar; el *animador* debe tener una personalidad cómica, agilidad mental, pues se encuentra rodeado del mundo del espectáculo, presenta y conversa con artistas que le interesan al público, cuenta chistes o habla en doble sentido para atraer la atención del radioescucha, pero debe cuidarse de no molestarlo; un *narrador* sustituye la escena y el movimiento en el radio, es la voz que describe dónde, cuándo y cómo se produce el diálogo y construye una trama; el *maestro de ceremonias* con su buena presencia y su vasto vocabulario, conoce el tipo de evento que dirige, los datos de las personas y la pauta del programa, para presentar en el momento justo y con el nombre indicado, debe hacer ameno el momento, comentar sobre el ambiente, la importancia del evento y mantener la atención del público con una voz amable; el *entrevistador* prepara su entrevista o puede hacerla en forma espontánea, con ingenio y habilidad, saber cuándo puede o no insistir sobre una pregunta, pero sobre todo saber qué le interesa saber al público, pues las respuestas del entrevistado le dan valor a la entrevista; el *anunciador* hace los comerciales con voz agradable, con personalidad, buena articulación y pronunciación correcta, debe tener conocimientos de publicidad para que su anuncio tenga armonía y ritmo; y el *comentarista* es una persona bien informada en su tema, que puede ser deportes, política, economía, social o espectáculos, para así formar juicios generales sustentados, pues sus comentarios son una opinión personal sobre cualquier situación, el cual aparenta ser espontáneo, pero pone en evidencia su posición ante el suceso ya sea para aceptarlo o rechazarlo, responsabilizándose de lo que dice.

Entre tantos rubros y por lo tanto entre varios tipos de locutores, se ve la necesidad de establecer a qué tipo de locutores se dedica este trabajo, como se indicó en la introducción, se decide estudiar a los locutores de programas de entretenimiento musical, porque en la Ciudad de México se tiene un total de 60 emisoras, de las cuales 54 son comerciales y dentro de éstas 43 son musicales, siendo las más dominantes por el fin de lucro o enriquecimiento que proporciona con la venta de tiempo en comerciales y/o patrocinios.

Una vez definido a qué tipo de locutores nos referiremos en cuanto al género o rubro dentro del medio de la radio, debemos tomar en cuenta la diferencia existente entre los locutores de acuerdo a su estilo o modo de hablar, en el cual, de acuerdo con Pio Ricci, se dan variaciones lingüísticas que corresponden al uso del lenguaje, el cual al ser utilizado en una sociedad obedece a convenciones culturales. Las variaciones lingüísticas son independientes del contenido verbal, como lo son el tono, el timbre, la intensidad de la voz y sus pausas.⁴

En una Ciudad tan grande como la nuestra se dan variaciones lingüísticas ya sea por la zona geográfica o por el estatus social, pues no es el mismo modo de hablar en el barrio de Tepito, al estilo de los vecinos de la Colonia Polanco. O la diferencia entre el lenguaje utilizado por un trabajador de intendencia al Director General en una empresa.

El modo de hablar en la Ciudad de México tiene varios estilos, no como en provincia, ya sean yucatecos, nortños o veracruzanos, así, de acuerdo con su zona geográfica, los ubicamos en un lenguaje específico, aunque no hay que generalizar esta idea, pues también se pueden dar diferencias en cuanto a colonias o estatus social.

Debido a los distintos modos de hablar en nuestra Ciudad, tenemos locutores con diferente estilo, por dar un ejemplo, simplemente no es el mismo estilo de voz la de un locutor de Alfa radio al de la Tropi Q. Estas diferencias se dan por convenciones culturales arrastradas de mucho tiempo atrás, las cuales se expresan a través de la voz.

La voz es el único instrumento utilizado por el locutor, de acuerdo con Ma. Cristina Romo, "es el sonido que produce el aire expedido por los pulmones al hacer vibrar las cuerdas vocales"⁵. Además, cabe mencionar que es un elemento importante para identificar o definir al ser humano, es decir, cuando escuchamos una voz, la asociamos con la persona que la produce,

4 Ricci Bitti, Pio E. Zani, Bruna. La comunicación como proceso social. Ed. Grijalbo. México 1990. págs. 290. P. 158-161.

5 Romo Gil, Ma. Cristina. Introducción al conocimiento y practica de la radio. Ed Diana . ITESO Guadalajara Jalisco, 2a. edición. México 1989. págs. 119. P. 49.

normalmente lo hacemos cuando contestamos el teléfono, oímos una voz, y sin decirnos quién es, ya sabemos a quien pertenece.

Las características o cualidades de la voz nos ayudan a encontrar las diferencias entre éstas, las cuales son: el tono, el timbre, la intensidad, las pausas y la cantidad. El tono se refiere a la elevación del sonido a través de las cuerdas vocales, dividiéndolas en agudas, centrales o graves. El Timbre da la individualidad de cada voz, es producido por accesorios armónicos que cada persona utiliza y dan la diferencia y voz única a todo ser humano. La intensidad es el volumen alto o bajo con el cual exteriorizamos la voz. Las pausas son los espacios dados entre los sonidos de la voz. Y la cantidad es la duración de la voz al expresarse.⁶

Las características de la voz mencionadas en el párrafo anterior nos ayudan a identificar el modo de hablar entre las personas, ya sea por el tono, timbre, volumen, pausas y cantidad, se pueden clasificar tipos de voz como gangosas, chillonas, altas, quedas, ásperas, gruesas, rápidas, lentas, débiles o fuertes.

Existen además de estas cualidades de la voz, otros elementos que dan diferencias en el modo de hablar, como lo son: El uso del lenguaje, que va de acuerdo con las convenciones culturales, como puede ser el estilo de los tepiteños o los yucatecos. Las inflexiones o cambios dados en el momento de hablar en cuanto al tono, timbre, volumen, pausas y cantidad. Y la intención de la persona, que es el objetivo del mensaje. Ma. Cristina Romo nos da la siguiente clasificación de voces:

- a) Estentóreo o de trueno: fuerte y dura, gruesa y dominadora.
- b) Campanuda: severa, majestuosa, enérgica, segura.
- c) Argentina: clara y sonora, agradable.
- d) Cálida: melodiosa, armoniosa y melosa.
- e) Dulce: ingenua, tímida.
- f) Cascada: opaca, sin fuerza.
- g) Aguardentosa: bronca, sin armonía.
- h) Atiplada: chillona, chocante.
- i) Blanca: infantil.⁷

6 Romo Gil, Ma. Cristina. P. 50.

7 Romo Gil, Ma. Cristina. P. 51

C) CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN LOCUTOR.

Los locutores de la radio, y sobre todo los que trabajan bajo el rubro de entretenimiento musical, poseen, de acuerdo con la clasificación de Ma. Cristina Romo, una voz argentina, debe ser clara, sonora y agradable, pues esta voz es la que identifica al programa y a la emisora.

El buen locutor debe de manejar la vocalización, el dominio suficiente para transmitir sentimientos y emociones a través del énfasis, ser natural y amigable, con un volumen modulado y constante, hablar sin prisa, darle su espacio a cada palabra, tener la capacidad de improvisar, dar las ideas correctas en forma simple, sin ser complicado, estar a una distancia aceptable ante el micrófono, y si va a leer algún texto tratar de que no se note su lectura.⁸

El modo de hablar de un locutor es de suma importancia en el medio de la radio, de ello depende el agrado de su audiencia. Rudolf Arnheim indica que la antipatía ante un locutor recae más en su modo de hablar que en la intención o el contenido del mensaje transmitido, pues "la radio no se halla como en el cine, sujeta a imágenes naturalistas: puede arrojarse con un idioma poético -de acuerdo-, con todo un mundo de sonido que no la contradigan."⁹

De esta manera Rudolf Arnheim califica la importancia del modo de hablar, el cual tiene una gran peculiaridad, pues menciona que: "gracias al sentido que posee el habla humana, se abre un inmenso mundo para el arte sonoro, un inagotable medio de expresión que se aproxima mucho al arte visual, a pesar de que éste es bastante más rico".¹⁰

En resumen, a través del modo de hablar y del tipo de voz, se pueden transmitir infinidad de mensajes e ideas con todo tipo de sentimientos y emociones, éstos elementos identifican al locutor en cuanto a su actividad, son su único instrumento de trabajo y por lo

8 Romo Gil, Ma. Cristina . P. 50

9 Arnheim, Rudolf . Estética Radiofónica. Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona 1980. págs. 171. P. 32.

10 Arnheim, Rudolf . P. 23.

tanto debe de tener pleno dominio sobre ello, para poder entrar en función con el medio de la radio y hacer una labor conjunta.

D) FUNCIÓN DEL LOCUTOR EN LA RADIO.

El locutor, dentro del medio de la radio, tiene la función de identificar a su emisora o a un programa específico, pero su actividad puede tener diferentes funciones debido al uso que el público radioescucha le da al medio, Ma. Cristina Romo menciona que la BBC de Londres da tres funciones a los medios de comunicación: informar, educar y divertir,¹¹ de esta manera, si el público enciende la radio lo hace con cualquiera de estos tres objetivos.

Ahora, de acuerdo con la función de la radio, se puede identificar la función del locutor, pues es el locutor quien debe informar, educar o divertir dependiendo del objetivo que tenga el radioescucha, pues pueden ser varios a la vez.

Ma. Cristina Romo indica las siguientes funciones de la radio de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas en la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1970:

- I- Información, entendiendo con ello la libertad de emitirla y recibirla.
- II- Educación y cultura, considerando que todo informe educa, debe, sin embargo, orientarse el esfuerzo concreto de la comunicación de conocimientos útiles.
- III- Desarrollo, es decir, la labor de los medios en las tareas de modernización.
- IV- Movilización política y social, labor de construcción nacional.
- V- Entretenimiento y recreación.
- VI- Publicidad y anuncios.¹²

De la misma forma en que los rubros o géneros de la radio identifican a un locutor distinto, las funciones de la misma también dan esa clasificación entre los locutores. Así, la función de la diversión, entretenimiento y recreación, el cual es el rubro elegido para este trabajo, es muy explotado en varias emisoras comerciales

11 Romo Gil, Ma. Cristina . P. 25.

12 Romo Gil, Ma. Cristina . P. 26.

y culturales, pues la mayoría de las estaciones de nuestra Ciudad tienen esta función.

Alejandro Gallardo, citando a Mc. Quail, también expone las diferentes funciones que ofrecen los medios, dentro de los cuales lógicamente está la radio, estas funciones son los usos y gratificaciones que el público satisface al acudir a los medios:

I. Información.

- a) Informarse sobre las circunstancias y acontecimientos significativos del entorno inmediato, de la sociedad y del mundo.
- b) Buscar consejo sobre cuestiones prácticas, opiniones y decisiones.
- c) Satisfacer la curiosidad y el interés general.
- d) Aprendizaje, autoeducación.
- e) Ganar sensación de seguridad a través del conocimiento.

II. Identidad personal.

- a) Confirmación de valores personales.
- b) Encontrar modelos de conducta.
- c) Identificarse con personas valoradas (en los medios de comunicación).
- d) Ganar clarividencia sobre uno mismo.

III. Integración e interacción social.

- a) Ganar en clarividencia sobre las circunstancias de los demás: empatía social.
- b) Identificarse con los demás y desarrollar el sentimiento de pertenencia.
- c) Disponer de un sucedáneo de la compañía auténtica.
- e) Ayuda para desempeñar los roles sociales.
- f) Facilitar al individuo sus relaciones con la familia, los amigos y la sociedad.

IV. Entretenimiento.

- a) Escapar de los problemas.
- b) Descanso.
- c) Conseguir un placer cultural o estético.
- d) Ocupar el tiempo libre.

e) Liberación emocional.

f) Estimulación sexual.¹³

Si se recurre al medio de la radio para satisfacer cualquiera de los puntos mencionados anteriormente, se puede deducir entonces que el uso dado al medio es también función del locutor, pues es él quien nos informa acerca de los acontecimientos que nos interesan; a través de su persona nos identificamos con otros individuos o con él mismo encontrando una identidad personal; nos indica cómo llevar mejor nuestras relaciones con la familia, los amigos y la sociedad, mejorando nuestra integración e interacción; y en el caso específico de este trabajo, nos entretiene dándonos la oportunidad de escapar de los problemas, de descansar, nos da un placer cultural o estético, nos ocupa el tiempo libre, nos ayuda a una liberación emocional y hasta puede darnos una estimulación sexual.

Todas estas funciones asignadas al locutor dependen del uso que en cierto momento el público le esté dando al medio de la radio, lo cual no puede generalizarse, pues cada individuo tiene una reacción psicológica diferente ante el medio. Pero al transmitir programas radiofónicos no se piensa en un individuo aislado, se realiza para la masa y es así como debe de tomarse en cuenta.

Debemos aclarar que la radio en la Ciudad de México deja mucho que decir en cuanto a las funciones que anteriormente se mencionaron, pues la función de información, de educación, de desarrollo, y de movilización para construcción nacional, no se llevan a cabo con la misma extensión que el fin de lucro con el que es utilizada, la seriedad que se debe tener en un medio de tanta importancia se ha perdido, ya que el entretenimiento con objetivo de publicidad y anuncios es la función más dominante, y en su lugar se encuentra el *chacoteo* de los locutores del entretenimiento musical, quienes deben cumplir con esa función porque el radioescucha lo pide a través de la imposición de las emisoras por su interés comercial sobre las masas.

Alphons Silberman de acuerdo con un reporte del Centro de Estudios Radiofónicos en Francia, indica que el equipo psicológico

13 Gallardo Cano, Alejandro. Curso de teorías de la comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México 1990. págs. 169. CUADRO: COMO UTILIZAMOS LOS MEDIOS. P. 114.

de esta organización se basa en la influencia de los sonidos sobre el oyente, lo cual depende de su capacidad, su atención, su humor, su memoria, sus deseos y sus actos.¹⁴

En vista de que no se puede estudiar al individuo aislado, debido a la transmisión dirigida a la masa, se debe de tomar en cuenta entonces lo que importa a todos los oyentes, de esta manera nos interesa el deseo, los actos, la atención, el humor, la capacidad y la memoria de los habitantes de la Ciudad de México.

En una Ciudad como la nuestra, la sociedad tiene grandes diferencias entre las características antes mencionadas, pues formamos parte de una masa con varios estatus, roles y actividades, pero podemos decir que a tanta variedad, también se tienen diferentes tipos de locutores dentro de la radio en la Ciudad.

El cómo se enfrenta la masa ante la radio, y sobre todo con qué intención, es ahora lo que nos interesa. Dentro de la masa podemos hacer una clasificación de acuerdo a la posición asumida por los oyentes ante el medio de la radio bajo el género de entretenimiento musical.

Silberman nos indica: "Por un lado están los *aficionados*, siempre dispuestos a acoger sin prejuicios un género musical que corresponda a su constitución rítmica y emotiva, por otro, los *especialistas* a quienes la música sólo alcanza a través de la partitura, la forma, la armonía, la interpretación y el movimiento. Naturalmente, en ambos lados se encuentran especímenes diversos sin hablar de los que no toleran la música en absoluto. En la mayoría de los casos, estos especímenes diversos son víctimas de algún tipo de 'snobismo'. Los *snobs* son los que no quieren escuchar más que un tipo de música muy determinada, que es el tipo de música que se encuentra 'de moda' en ese momento, a quienes gusta hablar de ella y ser vistos en lugares donde se la interpreta, y que piensa que es de muy buen tono el no interesarse sino por lo más complicado y difícil que haya en la música".¹⁵

Tenemos las clasificaciones de los aficionados, los especialistas y los snobs, a los cuales Silberman argumenta que

14 Silberman, Alphons. La música, la radio, y el oyente. Editorial Nueva Visión. Buenos Aires, 1a edición en castellano 1957. Traducción de Alicia R. de Lechner. págs. 210. P. 35-37.

15 Silberman, Alphons. P. 42-43.

“puede agregarse la de la pura incomprensión, la simple pereza”¹⁶, a la cual llamaremos de los *-perezosos-*.

Para dar lugar a cada una de estas clasificaciones, los oyentes, en el momento en que se encuentran en esta actividad, tienen a la vez un estado fisiológico, afectivo y mental, que junto con la sensibilidad, la percepción y la comprensión, dan las características que los identifican.¹⁷

Con estas cuatro categorías de la masa radiofónica, podemos deducir cuál es la reacción de la misma ante la Radio de entretenimiento, pues los aficionados son quienes escuchan cualquier tipo de música, pueden acoplarse a cualquier ritmo dependiendo de su estado de ánimo o la situación en que se encuentren; los especialistas son quienes al oír la música lo hacen con un objetivo técnico, es decir, de encontrar cómo se componen las piezas, en dónde están los tonos bajos y altos, la van asimilando compás por compás, por lo cual se encuentran tranquilos y concentrados; los snobs son quienes oyen sólo un tipo de música, se sienten y se clasifican dentro de un estilo específico, como pueden ser los norteños, los salseros, los raperos, los rockeros y los baladistas entre otros tantos, por ello deben estar instalados en su estilo específico; y los perezosos son quienes sólo escuchan música por el simple hecho de escucharla, no importando su ritmo o su estilo, se puede decir que la utilizan como compañía, por lo cual se encuentran relajados y sin ningún tipo de tensión o totalmente entretenidos en otra actividad.

Para cada tipo de público, ya sea aficionado, especialista, snob o perezoso, el locutor tiene una función diferente, pues le da el estilo al tipo de programa que la gente espera de acuerdo con sus intenciones, de igual manera que con los géneros o rubros, y con los usos del medio, para cada clasificación de la masa se puede localizar un locutor específico.

El locutor debe de estar previamente preparado para el tipo de público al cual se va a dirigir, esta preparación es de acuerdo al género de su programa, el uso, el estado de ánimo y la intención de los radioescuchas a quienes va dirigido. Para lograrlo debe tener ciertas cualidades y requisitos, los cuales al aprenderlos y

16 Silberman, Alphons. P. 43.

17 Silberman, Alphons. P. 43.

dominarlos, podemos mencionarlos también como parte de las funciones del locutor.

Entre estos requisitos y cualidades se indican el de la buena dicción, es decir, un modo de hablar claro y sin tropiezos, dando su espacio a cada sonido, tener una buena pronunciación de palabras difíciles y extranjeras, y manejar un tono agradable y sincero.

Eileen Mc Entee da las siguientes sugerencias para aquellos que tienen la oportunidad de hablar ante un público: Preparar el mensaje con tiempo e investigación, para poder dominar el tema; comprometerse con sus propias ideas, convencerse de la calidad del mensaje que se transmitirá; informarse de otros asuntos de importancia pública, nacional, internacional y local, eso los hará interesantes; hablar, hablar y hablar, no dejar que el silencio invada la transmisión; estar relajado, no tener ninguna presión nerviosa; mantener orden en el mensaje y en sus ideas; prepararse para las preguntas; y ser muy receptivo transmitiendo un estado de humor amistoso para hacer sentir bien al público.¹⁸

En conclusión, las funciones del locutor en la radio son determinadas: a) por el género o rubro del programa en que se desempeña, en el caso de entretenimiento musical debe cumplir con la función de ser agradable; b) por el uso que el radioescucha le da en el momento de oírlo, le da entretenimiento, descanso, le ocupa el tiempo libre, lo libera emocionalmente y lo estimula; c) por la intención o estado de ánimo de los oyentes al exponerse al medio de la radio, da variedad en su programación para los aficionados, tiene conocimiento de la estructura musical de su programa para complacer a los especialistas, y se dirige con un ritmo específico para los snobs; y d) por la preparación adquirida para ejecutar su labor.

E) FUNCIONAMIENTO TÉCNICO DE LA LOCUCIÓN EN LA RADIO.

En el medio de la radio se requieren de varios elementos para que ésta pueda existir, como son: la dirección, la producción, la operación o realización técnica, la musicalización o efectos, y las

18 Mc Entee de Madero, Eileen. *El arte y la ciencia de hablar en público. Comunicación oral.* Editorial Alhambra Mexicana S.A. de C.V. México 1192. 4a. edición, 1a. reimpresión. págs. 313. P. 20.

voces, ya sea de locutores, lectores o conductores de los diversos programas de la radio. Esto es en forma general la constitución de un equipo de trabajo para la radio, la cual también necesita de comercialización, la cual no se da en todos los casos, difusión, administración y toda una estructura técnica para poder funcionar.

Al mencionar los medios de comunicación se relaciona la idea con la electricidad y la técnica, las cuales han tenido un gran desarrollo desde sus inicios, para la radio esta evolución tiene lugar con la invención del telégrafo sin hilos, realizada por Marconi en el año de 1896 en Londres, con un objetivo militar el progreso de este invento notó un avance con la Primera y Segunda Guerras Mundiales. Sin olvidar la importancia en el progreso de este invento de los *amateurs*, quienes habían logrado una buena formación técnica y poseían sus propios laboratorios.¹⁹

Se vio la necesidad de organizar las frecuencias emisoras en todo el planeta para evitar las interferencias, las cuales se asignan de acuerdo con la tabla de la UIT (Unión Internacional de Comunicaciones.) Después de todo, cada país decidió la asignación de sus frecuencias, así que cada gobierno dio o no las concesiones de acuerdo a su conveniencia y a sus intereses, ya sean militares, civiles, sociales o comerciales.

El motivo por el cual surgen los medios que ahora conocemos, es por la gran necesidad de comunicación entre las personas y la sociedad, empezando a satisfacerla con antorchas, sonidos de tambor, señales de humo, palomas mensajeras, destellos de espejos, linternas, disparos de cañones y luces de faros, sin tener un buen resultado hasta la llegada del telégrafo eléctrico.

La comprensión y el manejo de la electricidad atravesó por un largo desarrollo para lograr el manejo de los circuitos elementales, para generar, conducir, medir y alterar las corrientes eléctricas, la teoría de los campos electromagnéticos, las bobinas, la radiación y las oscilaciones electromagnéticas. Todo ello para dar lugar al nacimiento de la radio a través de la invención del telégrafo sin hilos.

Melvin De Fleur nos comenta que “el público en general sólo se enteró del telégrafo inalámbrico por los periódicos. La idea de

19 Lewis, Peter M. Booth, Jerry. El medio invisible. Ed. Paidós. Barcelona 1992. págs. 320. P. 37-57.

que pudiera entrar en sus casas o de que comenzara a alterar las rutinas diarias de la familia, nunca había pasado por su imaginación”.²⁰ El desarrollo de este medio tuvo lugar por su uso económico y lucrativo, lo cual no tuvo que esperar mucho para ser descubierto.

David Sarnoff, fue la persona que tuvo la idea de convertir a la radio en un medio de masas, este ingeniero de la compañía American Marconi presentó un memorándum a sus superiores con la idea de hacer de la radio un instrumento para el hogar presentándolo como una “caja de música con radio”, para así transmitir lecciones, noticias, conciertos, etc. Dando inicio a la formación de los primeros discjockeys y de radioescuchas aficionados, que luego dieron lugar a las estaciones de radio.²¹

En ese entonces (1920) se dejó venir una fiebre por el nuevo invento, la fabricación de los receptores era insuficiente, el público encontraba en este aparato una distracción a sus problemas que la Primera Guerra Mundial había generado, convirtiéndose en una necesidad familiar.²² En una forma paralela se dio el surgimiento de la publicidad en la radio, por la necesidad de recursos económicos para subsistir y por medio de este apoyo se lograron una gran variedad de programas de buena calidad y para todos los gustos.²³

En México el surgimiento y el desarrollo de la radio se logró con la base económica que el Porfiriato había ocasionado, y en el gobierno de A. Obregón (1920-1924) se da inicio con las primeras transmisiones en nuestro territorio, es el Ingeniero Constantino de Tárnava Jr. a quien se le atribuye la paternidad de este suceso, con una transmisión el 9 de Octubre de 1921 en la Ciudad de Monterrey. Posteriormente, en 1923 se crea la primera emisora con las siglas XEB, bajo el soporte económico de la compañía Cigarrera El Buen Tono, continuando con el surgimiento de otras tantas, con la XEW en 1930 el medio ya cuenta un una industria

20 De Fleur, Melvin L. Teorías de la comunicación masiva. Ed. Paidós. Buenos Aires 1976. págs. 251. P.113.

21 De Fleur, Melvin L. P. 118.

22 De Fleur, Melvin L. P. 120.

23 De Fleur, Melvin L. P. 127.

radiofónica nacional.²⁴

Hoy, las transmisiones radiofónicas son un fenómeno que enfrentamos todos los días, se llevan a cabo al parecer en una forma sencilla y simple, pues sólo pulsamos un botón para tener en la casa, en el automóvil, en el transporte urbano, y en todos los lugares que podamos imaginar, una gran variedad de programas, música y voces que van con nosotros en nuestra vida cotidiana.

Pero, como ya se había mencionado, estas transmisiones necesitan de toda una estructura técnica para poder llevarse a cabo; empezando con la audición, para poder emitir un sonido y ser escuchado, únicamente se necesita del aire para la transmisión de las ondas sonoras, es aquí donde entra la magia de la radio, pues nuestro oído no tiene la capacidad de escuchar a grandes distancias, y con la radio este fenómeno es posible.

La transmisión de la voz a través de la radio explica cómo es el funcionamiento técnico de la locución dentro de ésta. Eugene Aisberg menciona que los sonidos naturales se propagan en el aire a una velocidad de 340 metros por segundo, este sonido, el cual también surge de las cuerdas vocales, produce compresión y depresión del aire, llega a la membrana del oído haciéndola vibrar y crea en el cerebro la sensación de sonido, para poderlo transmitir a través de ondas electromagnéticas se tiene que convertir en señales eléctricas, para luego incorporarlas en las corrientes de alta frecuencia que generan ondas.²⁵

Esta conversión de los sonidos a señales eléctricas se realiza por medio de los micrófonos, que son como un oído eléctrico, los cuales poseen una membrana elástica que al vibrar bajo la acción de las ondas sonoras se transforman en corrientes o tensiones eléctricas, su intensidad varía según la cadencia de las ondas sonoras proporcionalmente con su amplitud.²⁶

Las corrientes eléctricas otorgadas por el micrófono serán moduladas en una frecuencia para generar ondas, es decir, modificadas según su marcha, de ahí el desprendimiento de la

24 Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. Juan Pablos Editor. México 1985. 3a. edición. págs. 130. P. 87-89.

25 Aisberg, Eugene. ¿La radio y la T.V.? pero si son muy fáciles. Publicaciones marcombo S.A. México-Barcelona 1981. págs. 265. P. 61-62.

26 Aisberg, Eugene. P. 62.

modulación de amplitud y la modulación de frecuencia. En la primera la frecuencia de la corriente generadora de las ondas permanece constante, solo varía la amplitud de sus diferentes periodos, en la segunda la amplitud de la corriente permanece constante, sólo varía la frecuencia alrededor de un valor medio.²⁷

Una vez que el sonido es transformado en corrientes eléctricas a través del micrófono y éste es modulado de acuerdo a su amplitud o en su frecuencia, estas ondas sonoras llegan a las antenas de los receptores, las cuales hacen nacer corrientes que deben ser amplificadas, para ello se selecciona el circuito de entrada de la frecuencia del emisor deseado, si son corrientes moduladas en amplitud se utilizan los detectores, y para las corrientes moduladas en la frecuencia se usan los demoduladores.²⁸

Ma. Cristina Romo en una manera breve explica como: “las ondas sonoras impresionan de tal manera al micrófono y a todos los elementos técnicos de la radio que a su vez producen el sonido y lo amplían.”²⁹ Y también menciona que “la radio es un medio de comunicación que necesita de infraestructura tecnológica para poder ser, es un medio inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional”.³⁰

Así, el funcionamiento técnico de la locución en la radio se debe a la infraestructura técnica que da lugar a la transmisión de la voz, a través de un método en el cual este sonido se convierte en corrientes eléctricas con ayuda de los micrófonos, posteriormente son modulados o modificados para ser enviados a los aparatos receptores, de acuerdo con su amplitud o su frecuencia en la modulación, los equipos la detectan o demodulan para amplificarla por medio de las bocinas. En todo este proceso consiste la magia de la radio.

Ahora, si ya sabemos que la actividad de un locutor consiste en hablar ante un micrófono en un medio de comunicación, con un objetivo de acuerdo a su propia intención o a su programa, pues debemos aclarar que el locutor no siempre será libre de decir sus

27 Aisberg, Eugene. P. 63.

28 Aisberg, Eugene. P. 63.

29 Romo Gil, Ma. Cristina. P. 49.

30 Romo Gil, Ma. Cristina. P. 13.

ideas abiertamente, pues de acuerdo con su emisora y el perfil de su programa deberá cumplir con sus objetivos, pero en este caso, en la radio y con el objetivo de entretener y divertir de acuerdo con el género elegido para este trabajo, se considera que se tiene la libertad de ser como ellos mismos, personas comunes que se identifican con su público, que se caracterizan entre sí por su tipo de voz y su modo de hablar de acuerdo con las variaciones lingüísticas y el uso del lenguaje; que la función de un locutor depende del uso asignado al medio, la intención del público ante la radio y su preparación para poder ser un buen locutor; y cómo se da la transmisión de la locución a través de un proceso tecnológico.

El siguiente punto es dar a conocer la importancia de los lineamientos legales que rigen esta actividad tanto en nuestra Ciudad como en la República, y también saber qué se necesita para poder laborar como locutor en nuestro país, lo cual se expondrá en el siguiente capítulo.

II. LOS LOCUTORES Y SUS DERECHOS LEGALES.

A) LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.

Como se ha dicho anteriormente, la locución es una labor muy común en nuestra sociedad que está regida por el Gobierno, por lo tanto, veremos bajo qué lineamientos se encuentra esta actividad y si realmente se llevan a cabo estas leyes o normas, pues el locutor tiene una gran capacidad de llegar a un número indefinido de personas, quienes corren el peligro de ser manipulados o desinformados por el locutor, por ello es necesario saber qué dice la ley en cuanto a la actividad del locutor, y ver si se puede tener una comunicación con su radioescucha con éstos requerimientos.

Con el surgimiento de la radio se vio la necesidad de distribuir y de controlar su funcionamiento; en los países latinoamericanos la radio se fundó con capital extranjero, por lo que a finales del siglo XIX y ya en los años 20's las radiodifusoras que aparecieron fueron de corte comercial.³¹

En México los capitales extranjeros dieron lugar a que el Gobierno ocupara una segunda participación en los medios de comunicación, y los grupos que habían formado un capital durante el porfiriato invirtieron en el nuevo invento de acuerdo con la Constitución de 1917. Fue en el Gobierno de Alvaro Obregón (1920-1924) cuando se iniciaron las primeras transmisiones en el país,³² “para 1923 existe, además de la Liga Nacional de Radio, el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros, la fusión de las tres da origen a la Liga Central Mexicana de Radio, primer antecedente de la actual Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión... que propone la reglamentación jurídica de la radiodifusión.”³³

En abril de 1926 la Ley de Comunicaciones Eléctricas declara que no se otorgarán concesiones para competir con la red nacional o para formar monopolios, buscando con ello la subordinación de

31 Lewis, Peter M. P. 220.

32 Fernández Christlieb, Fátima. P. 88.

33 Fernández Christlieb, Fátima. P. 89.

los particulares al Estado, pero no se menciona a la radio y por ese motivo no se dan lineamientos generales para la radiodifusión, así los radiodifusores siguen el modelo comercial de los Estados Unidos. Posteriormente, en 1934, se permiten los comerciales y se dan facilidades para la expansión de la radio comercial. En 1936 se promulga la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, con la cual se da lugar a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y se aprueba el decreto con las normas para la instalación y el funcionamiento de la radio, pero aún no se toma en cuenta al contenido. El Presidente Miguel Alemán (1946-1952) da inicio a la promulgación de acuerdos y decretos, propuestos en convenciones de organismos privados; para el Gobierno de Adolfo Ruiz Cortínez (1952-1958), el Estado empezó a tomar medidas en el medio sin alterar la orientación y finalidad que ya habían diseñado para la radio los industriales privados (1955), se da entonces el decreto para establecer un control en las transmisiones bajo la interventoría o supervisión del Estado, en 1960 el Gobierno expresa su deseo de hacer transmisiones en los canales de las empresas privadas, y es hasta 1969 en donde se aclara que el Gobierno manejará el 12.5 por ciento del tiempo de transmisión en canales comerciales.³⁴

Hasta antes de 1960 la radiodifusión estaba bajo el control de la Secretaría de Comunicaciones, pues Oscar Bravo Santos en su Tesis titulada La radiodifusión comercial en la legislación mexicana elaborada en 1956 menciona que “La Secretaría de Comunicaciones está facultada para ordenar en cualquier tiempo las inspecciones técnicas, contables y administrativas que estime pertinentes.

“Las estaciones radiotransmisoras deben ser operadas por personas a quienes la Secretaría de Comunicaciones haya expedido certificado de aptitud, previo examen correspondiente. También necesitan certificado de aptitud los anunciadores de las estaciones radiodifusoras.

“Los narradores, cronistas conferencistas y críticos, deberán tener autorización expedida por la Secretaría de Comunicaciones, la que otorga siempre y cuando

34 Fernández Christlieb, Fátima. P. 98-100.

se llenen determinados requisitos que señala expresamente el Reglamento.”³⁵

Es así como la Secretaría de Comunicaciones se encargaba de llevar a cabo la aplicación de la ley tanto en la radiodifusión como en la locución, en donde se menciona que para poder ejercer dicho papel se debe de obtener un certificado de aptitud y una autorización expedidos por la misma, basándose en un Reglamento que no se menciona. Este certificado se expedía a manera de licencia, una placa dorada con la fotografía incluida, con las leyendas: Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. Dirección general de telecomunicaciones. Certificado num. -x- El C. -x- ha sido examinado en la forma que previene el Reglamento de las estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados habiéndosele aprobado como Locutor Categoría "B" -be-. México, D.F. a -fecha-. Firma del Director General. Y Sello de la Secretaría. (copia en la siguiente página).

La Ley Federal de Radio y Televisión tiene como primer antecedente el Reglamento de las Estaciones Radiotelegráficas Comerciales, Culturales de Experimentación Científica y de Aficionados, el cual fue expedido el 23 de diciembre de 1936 para publicarse en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre del mismo año, cuando entonces era Presidente el General Lázaro Cárdenas, este Reglamento tenía el objetivo de ser un vehículo normativo para la actividad radiofónica.³⁶

Con la Ley de Vías Generales de Comunicación, la cual primero fue promulgada en 1888, después en 1931, posteriormente en 1936 y por último en 1940 que es la actual, decretada el 30 de diciembre de 1939 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de febrero de 1940³⁷, se crea una Comisión Consultiva de Radio en 1941 en donde los radiodifusores privados podían participar, crearon entonces un nuevo Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales de Experimentación Científica y de Aficionados, elaborado el 8 de mayo de 1942 y

35 Bravo Santos, Oscar. La radiodifusión comercial en la legislación mexicana. Tesis de la Escuela Nacional de Jurisprudencia. U.N.A.M. México 1956. págs. 93. P. 56-57.

36 Islas Luna, Susana. Legislación mexicana en publicidad: Radio y Televisión. Tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México marzo de 1995. págs. 157. P. 36

37 Islas Luna, Susana. P. 40.

publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 1942, siendo Presidente Manuel Avila Camacho; con este Reglamento los radiodifusores dan su opinión obteniendo ventajas en la materia, agregando un capítulo de disposiciones técnicas y otro para intentar legalizar las actividades y explotación de las estaciones radiodifusoras, anulándose el Reglamento de 1936, pues según tenía medidas fuertes que no favorecían sus intereses.³⁸

En 1958 se envía una iniciativa a la Tribuna de la Cámara para dar inicio a la elaboración de la Ley Federal de Radio y Televisión, bajo el régimen de Adolfo López Mateos, entonces los radiodifusores, locutores, escritores, periodistas y concesionarios por primera vez dieron su parecer para que tuvieran una conformidad en la nueva Ley, la cual apareció publicada el 19 de enero de 1960 en el Diario Oficial de la Federación, a los 10 años de llegar la Televisión al país y a los 40 años de las primeras transmisiones radiofónicas. Como la radio y la televisión dependieron de la Ley de Vías Generales de Comunicación por mucho tiempo, con la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión sólo se legitimaron las actividades que ya se realizaban por la industria.³⁹

Así, la Ley Federal de Radio y Televisión da libertad a las emisoras de poder ser de distinta naturaleza, en donde sólo existen dos tipos, las concesionadas y las permisionadas, lo cual tiene que ver con el modo de financiamiento y con el objetivo de la programación. En la Ciudad de México, como ya se mencionó, 43 de las 60 emisoras son de entretenimiento musical con corte comercial, es decir, obtienen del Gobierno Federal la concesión de transmitir por el sistema de la libre empresa, por lo tanto son libres de obtener ganancias a través de sus transmisiones, ya sea con la venta de tiempos de programación para anuncios publicitarios, con la promoción de temas musicales, o con el patrocinio de programas en su mayoría informativos, sin olvidar que no pueden transgredir o violar lo que la ley dispone al respecto, de esta manera, con este tipo de producción radiofónica se intenta captar un amplio auditorio para elevar las tarifas del tiempo de programación, por lo

38 Islas Luna, Susana. P. 36.

39 Islas Luna, Susana. P. 45.

cual se deben saber los intereses de sus clientes al satisfacer los gustos del público, por eso se realizan estudios de mercado para conocer los hábitos de comportamiento de los segmentos importantes para el consumo, como lo jóvenes, niños y amas de casa.⁴⁰

B) CUÁLES SON LAS LEYES QUE RIGEN LA ACTIVIDAD DE LA LOCUCIÓN.

Con el surgimiento de la Ley Federal de Radio y Televisión, la expedición de los certificados pasó de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas a la Secretaría de Educación Pública, y aunque ha sido reformada en varias ocasiones, en lo que se refiere a la locución los artículos siguen siendo los mismos, los cuales pertenecen al Título cuarto del funcionamiento, junto con los capítulos de operación, de tarifas, de programación, de las escuelas radiofónicas y el:

CAPITULO QUINTO: DE LOS LOCUTORES.

ART. 84.- En las transmisoras de las difusiones solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud.

ART. 85.- Sólo los locutores mexicanos podrán trabajar en las estaciones de radio y televisión. En casos especiales la Sria. de Gobierno podrá autorizar a extranjeros para que actúen transitoriamente.

ART. 86.- Los locutores serán de dos categorías "A" y "B". Los locutores de categoría "A" deberán comprobar que han terminado sus estudios de bachillerato o sus equivalentes, y los de categoría "B", los estudios de enseñanza secundaria o sus equivalentes, unos y otros cumplirán además con los requisitos establecidos en el reglamento.

ART. 87.- Los concesionarios o permisionarios de las difusoras podrán emplear aprendices de locutor (es) para que practiquen por periodos no mayores de 90 días, previa autorización de la Sria. de Educación Pública.

40 Vilar, Josefina. Villegas, Teodoro. Ojeda, Manuel y otros. El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. U.A.M. Xochimilco. IMER Plaza y Janes. México 1988. págs. 214. P. 127-129.

ART. 88.- Las estaciones difusoras hasta de 10 mil vatios de potencia, podrán emplear locutores autorizados de cualquiera de las dos categorías. En las de mayor potencia, cuando menos el 50 por ciento de los locutores autorizados serán precisamente de la categoría "A".

ART. 89.- Los cronistas y los comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a la que se dediquen, expedido por la Sria. de Educación Pública.⁴¹

En la tesis realizada por Marx Donesur Guerrero Valdemar en 1965, cinco años después de la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, referente al derecho de la radiodifusión, se indica que existen dos categorías de locutores, la "A" con estudios de bachillerato y "B" con estudios de secundaria, lo cual Marx Donesur califica como muy acertado, pues así estas personas tienen el mínimo de estudio para poseer una mediana cultura que transmiten a un número indefinido de personas, quienes algunas veces imitan sus expresiones; además indica que la Ley no peca de extremista al establecer que en casos especiales se puede autorizar la participación de extranjeros en esta actividad, pues en el Artículo 89 se menciona que los cronistas y comentaristas, que también son locutores, deben ser mexicanos, además de presentar un certificado expedido por la Secretaría de Educación Pública que acredite su capacidad para la actividad especial a la que se dediquen, ⁴² así la ley es omisa porque también pueden llegar extranjeros a realizar esa actividad, y más si son de ciertas especialidades.

En este trabajo, que podría ser un primer análisis de la Ley, se denota el desacuerdo por parte del autor con la misma, pues califica de oportuna la exigencia de estudios de los locutores al mismo tiempo que menciona que tienen una mediana cultura que muy probablemente imitan sus radioescuchas, además de señalar la confusión entre si deben o no ser forzosamente mexicanos quienes laboren como locutores, pues existe cierta contradicción

41 LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN. PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 19 DE ENERO DE 1960. SIENDO PRESIDENTE EL LIC. ADOLFO LÓPEZ MATEOS.

42 Guerrero Valdemar, Marx Donesur. El derecho de la radiodifusión. Tesis de la Facultad de Derecho. U:N:A.M. México 1965. págs. 261. P. 181-182.

entre los artículos 85 y 89.

En otro trabajo un poco más actualizado en cuanto a la legislación mexicana en radio y televisión, es el realizado por Raúl Cremoux en 1982, en donde cita y analiza cada uno de los artículos de la ley, en los relacionados con la locución del artículo 84 menciona que no se entiende realmente lo que es la aptitud, pues menciona que entre 1970 y 1976 se recitaba el Himno Nacional o la Canción Mixteca como complemento a exámenes escritos de preguntas memorísticas, además de indicar que varias veces no se realizaban dichos exámenes, y prueba de ello es la notoria inaptitud de varios locutores que desempeñan este trabajo; del artículo 85 menciona que sólo existe por existir, pues es muy común escuchar voces extranjeras en las transmisiones; del artículo 86 indica que no se respeta, pues los locutores tienen una condición deficientísima y no se señala exactamente cuál es el nivel que deberán tener estas personas; de los artículos 87 y 88 no hace ninguna observación; y del artículo 89 nuevamente menciona que no se aclara bien a qué tipo de certificado se trata, pues varios locutores ni siquiera pueden hacer comentarios mínimos o expresarse correctamente.⁴³

Al igual que Marx Donesur, Raúl Cremoux menciona que la Ley no ayuda a tener locutores de buena calidad, o no se otorgan bien los certificados expedidos por la Secretaría de Educación Pública, o los requisitos que la Ley indica no se llevan a cabo, a fin de cuentas ninguno de los dos autores está contento con las disposiciones de la Ley en cuanto a la locución.

Ahora, analizando cada uno de los artículos nos damos cuenta del porqué Marx Donesur y Raúl Cremoux están inconformes con los mismos, pues del Artículo 84 en donde se indica que solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud; no se menciona exactamente qué tipo de aptitud es, en dónde se consigue y qué requisitos se deben cumplir para obtener dicho certificado.

El Artículo 85 menciona que sólo los locutores mexicanos pueden laborar en la radio y televisión, en donde la Secretaría de

43 Cremoux, Raúl. La legislación mexicana en Radio y Televisión. U.A.M. Xochimilco 1982. 1a. reimpresión. México 1989. págs. 191. P. 76-77.

Gobierno podrá autorizar a extranjeros para que actúen transitoriamente; aquí se tiene duda de si en verdad las voces extranjeras que llegamos a escuchar cuentan con dicha autorización; además cabe aclarar que se refiere a la labor del locutor, lo cual no implica a invitados o anunciantes, pues éstos se presentan provisionalmente para dar entrevistas o para anunciar un producto, que no es lo mismo a trabajar como un locutor, quien dirige un programa o es la voz reconocida de una estación, en un caso así se necesitaría entonces el permiso de la Secretaría de Gobernación.

En el Artículo 86 se dan las categorías "A" y "B", en la primera se deben comprobar los estudios de bachillerato o sus equivalentes, y en la segunda los estudios de secundaria o sus equivalentes, además de cumplir con los requisitos establecidos en el reglamento; aquí suponemos que los interesados en ser locutores deben mostrar sus certificados de preparatoria y secundaria, con los comentarios de Marx Donesur y Raúl Cremoux se debería exigir en éstos un promedio de evaluación superior, para así garantizar una cultura regular que puedan compartir los locutores con sus radioescuchas, tampoco se especifican cuáles son los demás requisitos impuestos por el Reglamento. En la actualidad con la gran ola de estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, podríamos sugerir tanto a la Ley como a las Radiodifusoras imponer un nivel profesional en los locutores.

El Artículo 87 indica la posibilidad de emplear aprendices de locutor en las difusoras por periodos de 90 días autorizados por la Secretaría de Educación Pública. Nuevamente no se indican cuáles son los requisitos para ser aprendiz de locutor, o serlo es una condición para llegar a ser locutor; el asunto es que se pueden utilizar aprendices y no se indica cómo o con qué requisitos se van a autorizar a estos aspirantes.

En el Artículo 88 se hace la diferencia de locutores "B" para difusoras de hasta 10 mil vatios de potencia y cuando menos el 50 por ciento de locutores "A" en las de mayor potencia; en donde se denota que no se desea tener un locutor de bajo nivel académico en una estación que llega a gran distancia, pero se ven escuetos al mencionar que la mitad de los locutores de emisoras de gran potencia pueden ser de categoría "B", por lo cual nuevamente se

hace la sugerencia de imponer el nivel profesional en todo tipo de estaciones y con más razón en las de mayor alcance, pues ahora se cuenta con una gran masa de estudiantes y profesionales de la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Por último el Artículo 89 menciona que tanto los cronistas y comentaristas deben ser mexicanos, además de presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a la que se dediquen expedido por la Secretaría de Educación Pública; para empezar los cronistas y comentaristas, quienes hacen un papel de locutor al conducir un programa deportivo, al transmitir juegos o partidos, al dar comentarios sobre la vida social, de espectáculos, de política y de la económica del país y del mundo, deben ser mexicanos, siendo que en esta actividad es más probable que lleguen extranjeros a colaborar o a trabajar definitivamente en el área deportiva, social, política o económica de una estación, aunque deban tramitar su permiso para laborar en la Secretaría de Gobernación, posteriormente se pide que deben presentar un certificado que acredite su actividad especial, en el caso de sociólogos, políticos o economistas, sí es posible, pero ¿Cómo se obtiene un certificado en fútbol, toros, lucha libre, basquetbol o gimnasia?, por ejemplo.

C) REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.

Ahora tomaremos en cuenta al Reglamento que ya se mencionó en los artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de abril de 1973 durante el periodo presidencial de Luis Echevarría Álvarez, de éste se expondrá únicamente el Título primero de las Generalidades, pues los siguientes Títulos se refieren a las Competencias que deben vigilar que el reglamento se cumpla, como la Secretaría de Comunicaciones, la Dirección General de Información y la Dirección General de Cinematografía; otro Título se dedica a la programación en donde se dan las autorizaciones a programas extranjeros, programas de concursos y las clasificaciones; en uno más se indican los registros públicos de concesionarios y permisionarios de televisión; el siguiente Título trata de la propaganda comercial; el Título sexto se dedica al

Consejo Nacional de Radio y Televisión; y en el último se explica cómo se darán las sanciones.⁴⁴

Así, el primer Título de las Generalidades formado por un capítulo único comprende los primeros siete artículos del Reglamento. El Artículo 1 presenta el objetivo del Reglamento al mencionar: "La radio y la televisión, constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado, en los términos de la Ley de la materia y de este Reglamento, protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones sociales."

"Artículo 2: En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y este Reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico."

Como este artículo se refiere al nacionalismo y la vida familiar, entonces los locutores podrían ser sancionados si menosprecian la nacionalidad y si dan ejemplos o consejos que provoquen la separación familiar, este artículo se cumple en las transmisiones de radio de entretenimiento musical en una forma natural, recordemos los promocionales que concluían con un *¡Viva la familia!*, y ahora los ejemplos drásticos de abuso que terminan con la afirmación de que no los permitiríamos en la realidad.

"Artículo 3: La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones: el estímulo a nuestra capacidad para el progreso: a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde el punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional."

Tanto la radio como el locutor tienen la oportunidad y deben tener la capacidad de complementar el conocimiento del radioescucha, esto sin duda sí se lleva a cabo, y nos aventuraríamos

44 REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y DE LA LEY DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA, RELATIVO AL CONTENIDO DE LAS TRANSMISIONES EN RADIO Y TELEVISIÓN PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 4 DE ABRIL DE 1973. SIENDO PRESIDENTE LUIS ECHEVERRÍA ALVAREZ.

a decir que ningún locutor deja de dar información ya sea nacional, internacional o de interés general.

“Artículo 4: La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública.”

Podríamos decir que tanto en la radio como en la televisión no se pueden dar notas o información falsa, pues el público es demasiado amplio e inmediatamente notaría el error de los datos indicándolo en el momento, sólo se podría engañar al público en un tema en el cual no estén enterados y entonces poder dar una información distorsionada; por otro lado, ahora se dicen las verdades y críticas de personalidades o situaciones abiertamente, con la intención de afectarlos y tengan una reacción, pero no se llega al grado de alterar el orden y la paz pública, al menos en nuestro país, pues por ejemplo en Inglaterra el caso de la Princesa Diana fue un escándalo.

“Artículo 5: Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio.”

El locutor tiene la facultad de influir y moldear el lenguaje del radioescucha, por lo tanto debe cuidarlo y mantenerlo, aunque actualmente en nuestra Ciudad el hablar en doble sentido y oír palabras obscenas en el medio ya se está haciendo algo común, podemos citar a los renombrados locutores El Burro y Esteban que tienen el estilo de hablar en doble sentido y tal vez por ello se han hecho famosos y los identifica un gran número de gente, y en TV Azteca las telenovelas ya usan un lenguaje popular que hasta contiene groserías.

“Artículo 6: La programación de las estaciones de radio y televisión deberán contribuir al desarrollo económico del país, a la distribución equitativa del ingreso, y al fortalecimiento de su mercado.”

En este caso, podríamos decir que constantemente se aconseja la mejor distribución del dinero, de ahí las frases *regale afecto no lo compre, o cuide su aguinaldo*, para que en cierta forma el país continúe un desarrollo, además el medio también puede indicar fuentes de trabajo o recursos probables para ser explotados.

“Artículo 7: La radio y la televisión en su propaganda comercial, deberá estimular el consumo de bienes y servicios preferentemente de origen nacional, tomará en cuenta la situación económica del país a fin de restringir, en cada caso, la publicidad de artículos suntuarios, y propiciará la elevación del nivel de vida del auditorio por medio de una adecuada orientación en la planeación del gasto familiar.”

Nuevamente tanto la radio como el locutor tienen la influencia de recomendar a su público qué hacer con su dinero, indicando qué productos comprar, de ahí la frase de la campaña *consume productos mexicanos*, aunque ahora con la invasión de productos extranjeros por la realización del Tratado de Libre Comercio, se deberá tener una consideración, pues necesitan consumo para continuar existiendo. Además se puede influir para que el público desee un mejor nivel de vida al presentar cualidades de una sociedad elevada, con la orientación al trabajo y del gasto moderado.

Una vez expuestos los Artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión, junto con el Reglamento en cuanto a la actividad de la locución; tomaremos en cuenta cuáles son las condiciones para poder ser un locutor.

D) REQUERIMIENTOS PARA SER LOCUTOR.

Como ya se había mencionado, hasta antes de que se expidiera la Ley Federal de Radio y Televisión en 1960, la radio era controlada por la Secretaría de Comunicaciones, quien se encargaba de examinar a los aspirantes a locutores y expedirles su certificado, el cual era una placa dorada, y por tal motivo se quedó con el nombre de *licencia* en el ambiente periodístico, pero en realidad el actual certificado es un documento como si fuera un título profesional.

En los artículos de la Ley se pide que los interesados en ejercer como locutores deben presentar un certificado de aptitud expedido por la Secretaría de Educación Pública además de ser de nacionalidad mexicana y presentar como mínimo los estudios de secundaria. Así, a partir de 1960 los aspirantes a obtener el certificado de aptitud recurren a la dependencia de la Secretaría de Educación Pública denominada Unidad de Televisión Educativa, en el Departamento de Certificación para locutores de Radio y Televisión, ubicado en Calzada Circunvalación y Tabiqueros sin número, Colonia Morelos, Delegación Venustiano Carranza en el Distrito Federal.

Para el 14 de Octubre de 1992 en el Diario Oficial de la Federación se publicó por la Secretaría de Educación Pública el Acuerdo número 169 relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y comentaristas, en donde el tema central es la suspensión de los exámenes escrito y oral para obtener el certificado de aptitud; por lo tanto se mencionará cómo se obtenían los certificados hasta antes de Octubre de 1992 y posteriormente analizaremos el mencionado Acuerdo.

En el mismo Departamento de certificación de locutores se realizaban y se aplicaban los exámenes escritos y orales, en ese entonces el Departamento entregaba un tríptico con las instrucciones para quienes deseaban obtener el certificado de locutor, el cual se presenta después de dar a conocer el actual certificado:

SEP

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA

Con fundamento en el Artículo 11, fracción VI, de la Ley Federal de Radio y Televisión, y el Acuerdo 169 de la SEP del 14 de octubre de 1992, se expide el presente



SECRETARIA DE EDUCACION
PUBLICA
UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA
DEPTO. DE CERTIFICACION PARA
LOCUTORES DE RADIO Y TELEVISION

C E R T I F I C A D O

DE LOCUTOR

CATEGORIA "A"

C. CUAUHEMOC MIRANDA CERDA



FIRMA

en virtud de que ha cumplido los requisitos que establecen los artículos 85 y 86 de la Ley.

Certificado No. 15966

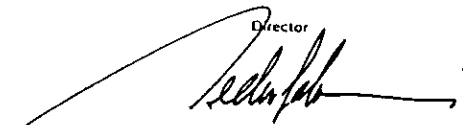
Distrito Federal, 15 de diciembre de 1993

El jefe del Departamento de Certificación
para Locutores de Radio y Televisión



LIC. XAVIER PARLANCE CARREKA

Director



ING. PEDRO SABAU GARCIA

III. Para obtener el permiso provisional de Locutor, Cronista o Comentarista será necesario que presentes:

A) Documento

- 1) Todos los que se enlistan en el apartado I inciso A, más lo siguiente.
- 2) Carta anuencia expedida por el gerente, administrador o director de la emisora, quien debe responsabilizarse de sus prácticas como locutor.
- 3) El recibo del pago correspondiente. (Consulta la lista de tarifas).

- En el momento de otorgarse el permiso quedará automáticamente cancelado para presentar el examen tres meses después.
- Te serán otorgados tres permisos provisionales como máximo, en tanto realizas el trámite para el examen.

Notas: El original de los documentos te será devuelto:

- A) 24 horas después de presentados, si el trámite es para la obtención del permiso provisional.
- B) 72 horas después, si el trámite es para tener derecho a examen.



Tarifas

Permiso provisional de apituras de locución \$

Examen de aptitud de Locutores:

A) Examen general \$

B) Examen general extraordinario

(21. o 34. oportunidad) \$

C) Examen oral extraordinario por materia \$

Examen de aptitud de Cronista o Comentarista:

A) Examen general \$

B) Examen general extraordinario \$

C) Examen oral extraordinario por materia \$

Espedición de certificados de aptitud:

A) De Locutor \$

B) De Cronista o Comentarista \$

Espedición de duplicados de certificados de aptitud (Certificación):

A) De Locutor \$

B) De Cronista o Comentarista \$

SOP

Secretaría de Educación Pública,
Unidad de Televisión Educativa,
Departamento de Certificación para
Locutores de Radio y Televisión

Institutivo

**Para quienes aspiran a
obtener el Certificado de
Locutor, Cronista o
Comentarista de Radio y
Televisión**



SOP

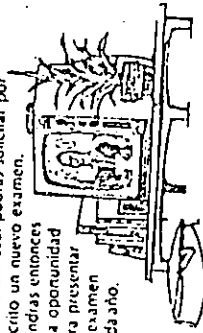
I. Para obtener el Certificado de Locutor, será necesario que presentes:

A) Documentos

- 1) Solicitud firmada (original).
- 2) Certificado de estudios de bachillerato para la categoría "A", o de secundaria para la categoría "B", legalizado en su caso, por la autoridad estatal correspondiente (original y fotocopia).
- 3) Acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización (original y fotocopia).
- 4) Cartilla del servicio militar nacional, en caso de tratarse de varones mayores de 18 años (original y fotocopia).
- 5) Dos cartas de recomendación expedidas por personas o instituciones.
- 6) Cuatro fotografías tamaño credencial y cuatro tamaño diploma, ovaladas, de frente.

B) Examen de aptitud en su etapa escrita

- Comprende: cultura general.
- Deberás presentarte al examen escrito en la fecha señalada. Una vez aprobado, continuarás con la etapa oral.
- Tienes tres oportunidades para aprobar el examen. Si reprobas la primera vez, podrás presentarte dos veces más, cada una después de tres meses, cada respectivamente.
- En caso de reprobarte en las tres ocasiones a las que se refiere el punto anterior, tu expediente se suspenderá durante un año, al cabo del cual podrás solicitar por escrito un nuevo examen.



Tendrás entonces una oportunidad para presentar el examen cada año.



• Cada oportunidad cuenta, y aun en el caso de que no te presentes, serás automáticamente reprobado para tres meses siguientes. Si por alguna razón no es posible que asistas,

deberás comunicarlo por escrito y con anticipación a este Departamento.

- Para tener derecho a examen, será necesario que entregues el recibo de pago correspondiente, a más tardar 15 días antes del examen. (Consulta la lista de tarifas).

C) Examen de aptitud en su etapa oral

- La etapa oral comprende examen de cabina, Ley Federal de Radio y T.V. y pronunciación de palabras extranjeras.
- Si radicas en provincia, deberás presentar la etapa oral al día siguiente del examen escrito; si radicas en el Distrito Federal, dos días después.
- Si reprobas una de las materias de esta etapa, podrás presentarla al mes siguiente, siempre y cuando lo solicites por escrito 15 días antes.
- Para tener derecho a examen extraordinario, deberás presentar el recibo de pago correspondiente a más tardar 15 días antes del examen. (Consulta la lista de tarifas).

II. Para obtener el certificado de Cronista o Comentarista, será necesario que presentes:

A) Documentos

1) Todos los que se enlistan en el apartado I inciso A, más lo siguiente:



El resto del procedimiento es el mismo que para el apartado A Locutor. (Ver apartado I inciso C).

- 3) Título o cédula profesional de la especialidad respectiva, cuando se trate de áreas que correspondan al nivel profesional (original y fotocopia).
- 3) Dos cartas de instituciones o de personalidades que avalen tus conocimientos en la materia.
- 4) El recibo de pago correspondiente que deberás entregar a más tardar 15 días antes del examen. (Consulta la lista de tarifas).

B) Examen de aptitud en su etapa escrita

- Comprende: cultura general y de la especialidad correspondiente
- El procedimiento es el mismo que para el aspirante a Locutor. (Ver apartado I inciso B).

C) Examen de aptitud en su etapa oral

- La etapa oral comprende examen de cabina, Ley Federal de Radio y T.V. y pronunciación de palabras extranjeras.
- Si radicas en provincia deberás presentar la etapa oral al día siguiente del examen escrito; si radicas en el Distrito Federal, tres días después.

En este tríptico informativo observamos que primeramente se solicitan los documentos requeridos por la Ley, como el certificado de bachillerato o secundaria, el comprobante de la nacionalidad mexicana (Acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización). Además de la solicitud firmada, cartilla del servicio militar en caso de los varones, dos cartas de recomendación y un total de ocho fotografías.

Posteriormente están las indicaciones para la presentación de los exámenes en etapas escrita y oral, el primero comprendía cultura general y el segundo eran preguntas orales sobre la Ley Federal de Radio y Televisión, más la pronunciación de palabras extranjeras. Los cuales se podían presentar en varias ocasiones, pues después de las tres primeras oportunidades llevadas a cabo con lapso de un mes, se podían presentar una vez a al año. En cuanto a los cronistas o comentaristas el procedimiento era el mismo además de presentar cartas de instituciones o personalidades que garantizaban los conocimientos de su especialidad, más el examen correspondiente a su área.

Con la curiosidad de enterarme sobre los mencionados exámenes, acudí al Departamento de certificación para locutores de radio y televisión, en donde tuve la oportunidad de platicar con la Profesora Bertha Gómez Maqueo y el Licenciado Ignacio Sánchez quienes junto con Ricardo García González formaban parte del grupo de sinodales que elaboraban y aplicaban los exámenes. Actualmente ellos imparten cursos de locución en el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE).

Los exámenes se aplicaban en las mismas instalaciones del Departamento de certificación para locutores, ahora los salones y la cabina en donde se realizaban las pruebas ya desaparecieron, en su lugar ahora se encuentran las oficinas y cubículos de quienes se encargan de expedir los certificados. De acuerdo con la Profesora Bertha Gómez Maqueo, quien por aproximadamente diez años, elaboraba e iba actualizando el examen, que constaba de cien puntos, de los cuales ochenta eran de opción múltiple y los veinte restantes se respondían con redacción o corrección de incorrecciones. Así del total de cien puntos, treinta y cinco comprendían manejo de idioma (Quince de sinónimos, quince de corrección de incorrecciones y cinco de redacción), cincuenta eran

de cultura general (Geografía, Física, Historia de México, Historia Mundial, Geografía Económica y Música), cinco de comunicación (Proceso de la comunicación) y diez de noticias y actualidades.

El examen era realizado de acuerdo con los programas de estudio de secundaria y preparatoria proporcionados por la misma Secretaría de Educación Pública, se les orientaba a los interesados sobre qué estudiar, pues se tenían tres oportunidades para el examen y muchas veces iban con la idea de dominarlo todo y no sabían cómo prepararse; por ello en 1985 realizaron una guía para ayudar a los solicitantes, de la cual se presentan en las siguientes páginas únicamente su portada, su índice, y la estructura del examen, pues la guía consta de un total de 96 páginas numeradas sin contar la Ley Federal de Radio y Televisión que son 16 páginas.

El examen oral era sobre preguntas y respuestas de la Ley Federal de Radio y Televisión, de pronunciación de palabras extranjeras, se les pedía leer noticias del periódico y hacer una improvisación, también se les daba un manual en donde se indicaba que debían traer preparado un comercial, una noticia y un tema para improvisar.

Tanto el Licenciado Ignacio Sánchez como la Profesora Bertha Gómez indicaron que el objetivo de realizar el examen era sensibilizar, y yo diría concientizar sobre la importante labor del locutor, para no perder el espíritu de la Ley y sobre todo para darles una formación de contenido y de técnica, pues muchas veces no tenían qué decir o no sabían como expresarse ante un micrófono, cosa que con los exámenes se comprobaba tanto en el nivel cultural como interpretativo de los interesados.

El Licenciado Ignacio Sánchez mencionó que el hecho de suspender el examen aparentemente fue por el motivo de que quienes deseaban obtener el certificado del interior de la República tenían cierta imposibilidad de tramitarlo al trasladarse a la Ciudad de México, lo cual era una verdad a medias, pues él no sentía que realmente fuera un obstáculo, pues siempre que lo solicitaban, ya sean los sindicatos de las radiodifusoras o los Gobiernos de los Estados, salían a realizar el examen en donde lo requerían, además en 1990 se formaliza este hecho a través de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión, en donde se elaboró el examen escrito en varias entidades sin realizar el examen oral, simplemente



UNIDAD DE TELEVISION
EDUCATIVA

DEPARTAMENTO DE
CERTIFICACION PARA
LOCUTORES DE RADIO
Y TELEVISION

GUIA DE PREPARACION
PARA LOS ASPIRANTES
A LOCUTORES

DISTRIBUCION GRATUITA

EXPEDIENTE No. 131/27222

INDICE

PÁG.

I. INFORMACION PRELIMINAR	1
II. ESTRUCTURA DEL EXAMEN	4
PRUEBA ESCRITA	4
PRUEBA ORAL	5
III. SUGERENCIAS PARA LA PREPARACION DEL EXAMEN	6
PLANIFICA TU SISTEMA DE ESTUDIO	6
LA ACTIVIDAD	7
IV. EXAMEN DE APTITUD	9
PRUEBA ESCRITA	9
1. MANEJO DE LA LENGUA	9
1.1. SINONIMIA	9
1.2. ANTONIMIA	16
1.3. INCORRECCIONES DEL IDIOMA	19
1.4. COMPRENSIÓN DE LA LECTURA	24
1.5. REDACCIÓN	29
2. CULTURA GENERAL	32
2.1. HISTORIA DE MÉXICO	32
2.2. HISTORIA UNIVERSAL	32
2.3. GEOGRAFÍA	43
2.4. LITERATURA	48
2.5. MÚSICA	55
2.6. NOTICIAS Y ESPECTÁCULOS	60
3. ELEMENTOS BASICOS DE TEORIA DE LA COMU- NICACION	62

	PÁG.
PRUEBA ORAL	66
4. PRACTICAS DE CABINA	66
4.1. LECTURA DE NOTICIAS	66
4.2. LECTURA DE ANUNCIO COMERCIAL	66
4.3. IMPROVISACIÓN	67
5. LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION	70
6. PRONUNCIACION DE PALABRAS EXTRANJERAS.	73
6.1. ALEMÁN.	73
6.2. FRANCÉS	78
6.3. ITALIANO.	82
6.4. INGLÉS.	85
BIBLIOGRAFIA.	94

II. ESTRUCTURA DEL EXAMEN.

EL EXAMEN CONSTA DE UNA PRUEBA ESCRITA Y DE UNA PRUEBA -- ORAL.

PRUEBA ESCRITA

CONSTA DE CIENTO PREGUNTAS SOBRE DIFERENTES MATERIAS: OCHENTA ÍTEMES DE OPCIÓN MÚLTIPLE CON RESPUESTA UNÍVOCA, QUINCE DE RESPUESTA BREVE Y UN TEMA DE RESPUESTA LIBRE CUYO VALOR ES DE CINCO PUNTOS.

ES NECESARIO APROBAR ESTE EXAMEN PARA CONTINUAR CON LA PRUEBA ORAL.

1. MANEJO DE LA LENGUA.

- 1.1. SINONIMIA.
- 1.2. ANTONIMIA.
- 1.3. INCORRECCIONES DEL IDIOMA.
- 1.4. COMPRENSIÓN DE LA LECTURA.
- 1.5. REDACCIÓN.

2. CULTURA GENERAL

- 2.1. HISTORIA DE MÉXICO.
- 2.2. HISTORIA UNIVERSAL.
- 2.3. GEOGRAFÍA.
- 2.4. LITERATURA UNIVERSAL.
LITERATURA IBEROAMERICANA.
- 2.5. MÚSICA.
- 2.6. NOTICIAS Y ESPECTÁCULOS.

3. ELEMENTOS BÁSICOS DE TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.

- 3.1. TEORÍA.
- 3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN GENERAL.
- 3.3. RADIO Y TELEVISIÓN.

ESTA PRUEBA SE APLICA CADA MES EN FORMA SIMULTÁNEA A TODOS LOS ASPIRANTES QUE HAN SIDO CITADOS.

4. PRÁCTICAS DE CABINA.

4.1. LECTURA DE NOTICIAS.

4.2. LECTURA DE ANUNCIO -
COMERCIAL.

4.3. IMPROVISACIÓN.

PRUEBA ORAL

LAS MATERIAS DE LA PRUEBA ORAL SON INDEPENDIENTES ENTRE SÍ Y EL ASPIRANTE PUEDE, EN CASO DE REPROBAR, PRESENTAR POSTERIORMENTE, EXAMEN EXTRAORDINARIO DE LA MATERIA O MATERIAS QUE REPROBÓ.

5. LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y REGLAMENTO.

6. PRONUNCIACIÓN DE PALABRAS EXTRANJERAS.

6.1. ALEMÁN.

6.2. FRANCÉS.

6.3. INGLÉS.

6.4. ITALIANO.

LA PRUEBA ORAL SE PRESENTA EN FORMA INDIVIDUAL CON CADA UNO DE LOS TRES SINODALES.

aquí en la Ciudad se realizó a alrededor de cuatrocientas personas.

Con el Acuerdo de Número 169, el cual fue solicitado al Presidente Carlos Salinas de Gortari por los concesionarios en la comida anual de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, llevada a cabo el lunes 5 de Octubre de 1992, en donde como indica el periódico Uno más uno del martes 6 de Octubre: "Ante los representantes de los medios de radio y televisión de México, el Presidente se comprometió a respaldar sus acciones con hechos, y adelantó que en 30 días, a partir de esta fecha, se dará respuesta positiva a las demandas de aquellos que aspiran transmitir el conocimiento, el entretenimiento, y a obtener su certificado de aptitud para trabajar en la transmisión.

"Salinas de Gortari informó que giró instrucciones al secretario de Educación Pública, Ernesto Zedillo, para agilizar los trámites engorrosos, para que los trabajadores de estos medios puedan realizar su labor adecuadamente. Puede cumplirse la ley mediante un procedimiento ágil y eficaz, aseveró." Al parecer fue con la intención de sacar el rezago de muchísima gente que tenía bastante tiempo trabajando como locutor en los medios sin contar con el certificado, entre los cuales tanto el Licenciado Ignacio Sánchez y la Profesora Bertha Gómez recalcaron que había gente *muy importante*, sin dar nombres, quienes indicaron que únicamente tenían la licencia de Dios y de su Patrón para trabajar.

Ahora las cosas han cambiado, ya no se aplica la misma ética, y aunque anteriormente se expedía un mayor número de certificados categoría "B", pues era más sencillo el examen a nivel secundaria, y actualmente la mayoría solicita certificados categoría "A", se sentían mejor con los resultados anteriores, ya no se tiene la misma eficacia con estas expediciones, las cuales aumentaron un número considerable, ya que se puede decir que cualquier persona, sin comprobar su nivel cultural y su capacidad de expresión a través de un examen, puede obtener un certificado de aptitud de locutor, cronista o comentarista.

Como se mencionó, las expediciones de los certificados tuvieron un notable incremento con el acuerdo de 1992, pues en 1990 se expidieron un total de 1698 certificados, en 1991 fueron 1151, en 1992 se dieron 1330, para 1993 se aumentó a 2605 casi el doble del año anterior, en 1994 se registraron 2230, en 1995

empieza a descender con 1878, y en 1996 se tienen 1436; como mencionó el Lic. Ignacio Sánchez, quien otorgó los datos anteriores, después de 1992 hubo un gran auge por tramitar los certificados aumentando las expediciones en gran cantidad y poco a poco han ido bajando el número de las solicitudes, volviendo a tomar su curso normal.

En cuanto a los exámenes podemos decir que eran muy completos, con los cuales se podía evaluar el nivel cultural de los interesados, que aunque siendo elaborados con los planes de estudio de secundaria o preparatoria comprendían temas básicos pero muy íntegros, además incluían preguntas de noticias y actualidades y se complementaba con la prueba de expresión ante un micrófono, pues no es nada fácil decir noticias, comerciales y sobretodo improvisar sobre un tema durante veinte minutos, que en cabina son una eternidad, por lo tanto se hace la sugerencia de que se pida el nivel profesional y regrese la prueba de expresión, pronunciación de palabras extranjeras e improvisación, además de que se sigan dando cursos posteriormente, pues la preparación de un locutor es muy importante antes y después de conseguir el certificado.

Con esta exposición acerca de los exámenes que se realizaban hasta antes de Octubre de 1992, queda claro el tipo de aptitudes que deben tener los locutores, tanto en lo cultural como en la capacidad de expresión ante un medio. Ahora debemos de tomar en cuenta y analizar el *Acuerdo número 169 relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y comentaristas*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de Octubre de 1992 por la Secretaría de Educación Pública, bajo el Gobierno de Carlos Salinas de Gortari, en donde se considera:

“Que para obtener un certificado de aptitud de locutor actualmente es necesario, además de cumplir con los requisitos establecidos en los preceptos legales aplicables, aprobar un examen escrito y otro oral, lo que representa limitaciones para quienes no pueden trasladarse a las plazas donde dichos exámenes se realizan en las fechas señaladas para su celebración;

“Que es propósito de la presente Administración continuar avanzando en la simplificación y reducción de trámites, que

permitan mayor agilidad y oportunidad en el despacho de los asuntos.

“Que un régimen en el que las empresas difusoras coadyuven con las autoridades competentes en la corroboración del cumplimiento de los requisitos correspondientes, permite establecer procedimientos más ágiles y sencillos;

“Que las empresas difusoras han ofrecido, por conducto de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, realizar actividades de capacitación y actualización constante y permanente para locutores, en coordinación con las autoridades competentes, y

“Que cualquier procedimiento para la obtención de los certificados de aptitud de locutor que se implante, debe respetar íntegramente las relaciones jurídico laborales que se hayan establecido con las empresas difusoras”.⁴⁵

Parece ser que el examen era realmente un obstáculo para quienes deseaban ser locutores, sobre todo si eran de provincia, por lo que se sugiere que cada Estado o Entidad Federativa deba tener una copia del examen y aplicarlo con las mismas reglas en toda la República. Si lo que se busca es una simplificación del trámite no tiene porque ser evitada la prueba, si ésta puede realizarse en cualquier lugar del país, y con más razón si las empresas difusoras se ofrecen a capacitar a los interesados, éstas también podrían realizar el examen para poder tramitar el certificado de locutor, sin omitir la legalidad del mismo.

Así, con las consideraciones anteriormente comentadas se da lugar a cinco Artículos, los cuales analizaremos a continuación:

“ARTÍCULO 1.- En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con el correspondiente certificado de aptitud, expedido por la Secretaría de Educación Pública.”

En este primer Artículo se deja claro que se debe de obtener el mencionado certificado de aptitud para laborar como locutor, el cual se expide como un documento a manera de diploma.

“ARTÍCULO 2.- Se considerará que los locutores cuentan con el respectivo certificado de aptitud y, por lo tanto, podrán

45 Acuerdo No. 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y comentaristas. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de Octubre de 1992. Siendo Presidente Carlos Salinas de Gortari. P. 4-5.

laborar en las transmisiones de las difusoras, cuando presenten a estas últimas -en original y copia- los documentos siguientes:

I.- Certificado de haber terminado sus estudios de bachillerato o de secundaria. Quienes presenten certificado de bachillerato se considerarán locutores de la categoría "A", y quienes presenten certificados de secundaria de la categoría "B".

II.- En el caso de los cronistas y de comentaristas, en lugar de los documentos mencionados en la fracción anterior, título o cédula profesional en la especialidad respectiva, o bien, certificado de bachillerato y cartas de dos instituciones reconocidas que acrediten sus conocimientos en la materia de que se trate, y

III.- En todos los casos, acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización, en que se acredite su nacionalidad mexicana.

Las difusoras deberán cotejar los documentos citados, devolver a los interesados los originales y mantener a disposición de las autoridades competentes a los locutores, cronistas y comentaristas que les presten sus servicios.

Los locutores, cronistas y comentaristas estarán obligados a presentar los originales cuando lo solicite la difusora, o así lo requieran las autoridades competentes."

Debido a que este Artículo se dedica a quienes ya cuentan con el certificado de aptitud y desean laborar en una empresa difusora, deberán presentar además los documentos de terminación de estudios, en donde nuevamente se sugiere el exigir un nivel profesional dejando atrás el bachillerato y la secundaria, lo cual si se solicita en cuanto a los cronistas y comentaristas, quienes deben presentar título o cédula profesional de su especialidad, como puede ser el caso de analistas internacionales, economistas, sociólogos, etcétera, pero con los dedicados al mundo del deporte o la vida artística, como no se cuenta con carreras profesionales en esas especialidades, se solicitan dos cartas de instituciones que acrediten sus conocimientos; se sugiere entonces que personalidades ya acreditadas en cada rama diferente, elaboren un examen para los interesados. Nuevamente se pide la nacionalidad mexicana, se entra en duda entonces si pueden o no participar o trabajar extranjeros en las emisiones.

"ARTÍCULO 3.- Los interesados en que se les expida su certificado de locutor, de cronista o de comentaristas, podrán

presentar su solicitud a la Secretaría de Educación Pública, acompañada de los documentos siguientes:

I.- Constancia de haber terminado sus estudios de bachillerato o sus equivalentes, para certificados de la categoría "A", o bien, constancia de haber terminado sus estudios de educación secundaria o sus equivalentes, para certificados de categoría "B".

II.- En el caso de cronistas y de comentaristas en lugar de los documentos mencionados en la fracción anterior, su título o cédula profesional en la especialidad respectiva, o bien, certificado de bachillerato y cartas de dos instituciones reconocidas que acrediten sus conocimientos en la materia de que se trate;

III.- Acta de nacimiento, pasaporte o acta de naturalización, en que se acredite su nacionalidad mexicana;

IV.- Constancia de alguna difusora que acredite su práctica como locutor;

V.- Cuatro fotografías tamaño credencial y cuatro tamaño diploma, y

VI.- Comprobante de pago de los derechos respectivos."

"Los documentos mencionados en las fracciones I, II y III deberán presentarse en original y copia. Al entregar el certificado correspondiente, la Secretaría de Educación Pública devolverá los originales de estos documentos.

"En caso de que el trámite relativo se haya realizado por correo, el certificado y los originales serán enviados al interesado por la misma vía por la que se recibieron."

Este Artículo se dedica a las personas que desean obtener el mencionado certificado de aptitud, quienes deben recurrir a la Secretaría de Educación Pública, aunque se ofrece hacer el trámite por correo para quienes viven en provincia, conociendo el Correo Mexicano pueden arriesgarse a perder dicha documentación, por lo cual la gente de provincia debería contar en su Entidad o en las difusoras de la República con la facilidad de tramitar el certificado, con su correspondiente examen. Además se pide una constancia de una emisora que acredite la práctica como locutor, pero no se menciona a los principiantes, o tal vez la gente que no ha trabajado como locutor sí debe presentar un examen, y si se trata de una persona del interior de la República ¿Tendría que venir a

realizarlo?. O ¿Es un requisito indispensable trabajar previamente como locutor para obtener el certificado de aptitud?.

“ARTÍCULO 4.- Los locutores, cronistas y comentaristas que soliciten a la Secretaría de Educación Pública la expedición de su certificado podrán continuar laborando en las difusoras, aún mientras se les expide dicho certificado, siempre que previamente hayan cumplido los requisitos señalados en el artículo 2 anterior.”

Aquí se da la autorización abierta de laborar como locutor sin el certificado, lo cual hace pensar que ya no se necesita el permiso de aprendiz por noventa días, o se puede aprender mientras se tramita el certificado, o se puede laborar sin ningún tipo de autorización, pues no se indica si la Secretaría de Educación Pública expide un comprobante del trámite, o por cuánto tiempo se permite trabajar sin certificado.

“ARTÍCULO 5.- Los procedimientos previstos en el presente Acuerdo no modifican en forma alguna las relaciones laborales que las difusoras hayan pactado con sus trabajadores.”

En este Artículo sólo se aclara que no se modificará nada entre difusoras y locutores, entonces se hace la sugerencia de que éstas sí deberían exigir el certificado de aptitud o una constancia de que el mismo se está tramitando.

“TRANSITORIOS: PRIMERO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Los locutores que precisamente en la fecha de entrada en vigor del presente Acuerdo se encuentran prestando sus servicios en alguna difusora, sin el certificado respectivo, podrán solicitarlo a la Secretaría de Educación Pública con una constancia del sindicato correspondiente, que acredite su capacidad y experiencia.

Sufragio Efectivo. No Reección.

México D.F. a 7 de octubre de 1992.- El Secretario de Educación Pública. Ernesto Zedillo Ponce de León.- Rúbrica.”

Nuevamente se da la facilidad de tramitar el certificado de aptitud sólo presentando una constancia del Sindicato, en este caso de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, en donde se indique la capacidad y experiencia, y sin hacer ningún tipo de examen. Por lo tanto se debería reflexionar sobre este

Acuerdo y realizar algunos cambios para exigir nuevamente la aplicación de las pruebas orales y un nivel profesional en los locutores.

A continuación presento dos trípticos informativos del Departamento de certificación para locutores de Radio y Televisión, el primero es de los realizados al poco tiempo de entrar el Acuerdo de 1992 (1993), y el segundo es el que actualmente entregan a quienes desean obtener el certificado, por último también se muestran dos formatos de la solicitud para obtenerlo:

NOTAS:

- 1.- Con objeto de incrementar la seguridad de sus documentos originales, puede enviarnos copias de los mismos, certificadas en original por Notario Público.
- 2.- Toda correspondencia deberá ser enviada a nombre de:

UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA
DEPARTAMENTO DE CERTIFICACION
PARA LOCUTORES DE RADIO
Y TELEVISION

CALZ. CIRCUNVALACION Y TARIQUEROS S/N
COLONIA MORELOS, DELEG. V. CARRANZA
MEXICO, D. F. - 15270.

- 3.- La SEP se compromete a expedirle su Certificado en 15 días como máximo a partir de la fecha en que se reciba su documentación.

T A R I F A S :

SEP
SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
"UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA"
DEPARTAMENTO DE CERTIFICACION
PARA LOCUTORES DE RADIO
Y TELEVISION

Permiso provisional de
Práctica de locución \$

Expedición de Certificados:

- A) De locutor N\$8.00
- B) De cronista o comentarista . . N\$16.00

Expedición de duplicados de Certificados:

- A) De locutor N\$8.00
- B) De cronista o comentarista . . N\$16.00

INSTRUCTIVO

PARA QUIENES ASPIRAN A OBTENER EL CERTIFICADO DE LOCUTOR, CRONISTA O COMENTARISTA DE RADIO Y TELEVISION CONFORME AL ACUERDO 169 EMITIDO POR LA SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 14 DE OCTUBRE DE 1992

CUOTAS DE SERVICIOS EDUCATIVOS, POR EL PERIODO 1 DE ENERO AL 31 DE MARZO DE 1993, AUTORIZADO POR LA S.H.C.P.

I.- Para obtener el Certificado de locutor, será necesario presentar, o enviar por correo certificado, original y copia de los siguientes documentos, mismos que se devolverán a los interesados a la brevedad posible:

- 1.- Acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización;
- 2.- Certificado de estudios de bachillerato o secundaria, para la categoría "A" o "B", respectivamente;
- 3.- Cuatro fotografías tamaño credencial, ovaladas de frente;
- 4.- Constancia de alguna difusora que acredite su práctica actual o anterior como locutor, firmada por el Concesionario, Permisionario o Director General.
- 5.- Comprobante de pago de los derechos respectivos (consultar cuadro de tarifas).

II.- Para obtener el Certificado de Cronista o Comentarista, será necesario presentar, o enviar por correo certificado, los documentos mencionados en los puntos I y 3 - del apartado I, más lo siguiente:

- 1.- Título y/o cédula profesional en la especialidad respectiva, o bien, certificado de bachillerato y carta de dos instituciones reconocidas que acrediten sus conocimientos en la materia de que se trate;
- 2.- Constancia de alguna difusora que acredite su práctica, actual o anterior, como cronista o comentarista; y,
- 3.- Comprobante de pago de los derechos respectivos (consultar cuadro de tarifas).

III.- Cuando una persona de nacionalidad extranjera desee obtener un certificado de locutor, cronista o comentarista, deberá cumplir con los requisitos antes previstos, según el caso, y, además:

UNID: Contar con la autorización de la Secretaría de Gobernación para que actúen como tal, transitoriamente (Art. 85 de la Ley Federal de Radio y TV.).

IV.- Para obtener un permiso Provisional de locutor, cronista o comentarista, deberá presentar, o enviar por correo certificado, los documentos citados en los apartados I ó II, según el caso y además:

- 1.- Carta anuencia de la difusora, responsabilizándose de sus prácticas como locutor, cronista o comentarista;
- 2.- Comprobante de pago de los derechos respectivos (consultar cuadro de tarifas).

1.- PARA OBTENER EL CERTIFICADO DE LOCUTOR, SERA NECESARIO PRESENTAR, O ENVIAR POR CORREO CERTIFICADO: ORIGINAL Y COPIA DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS, MISMOS QUE SE DEVOLVERAN A LOS INTERESADOS A LA BREVEDAD POSIBLE:

1.- ACTA DE NACIMIENTO, PASAPORTE O CARTA DE NATURALIZACION;

2.- CERTIFICADO DE ESTUDIOS DE BACHILLERATO O SECUNDARIA, PARA LA CATEGORIA 'A' O 'B', RESPECTIVAMENTE;

3.- CUATRO FOTOCOPIAS TAMANO CREDITAL, OVALADAS DE FRENTE;

4.- CONSTANCIA DE ALGUNA DIFUSORA QUE ACREDITE SU PRACTICA ACTUAL O ANTERIOR COMO LOCUTOR, FIRMADA POR EL CONCESIONARIO, PERMISIONARIO O DIRECTOR GENERAL.

5.- COMPROBANTE DE PAGO DE LOS DERECHOS RESPECTIVOS (CONSULTAR CUADRO DE TARIFAS).



II.- PARA OBTENER EL CERTIFICADO DE CRONISTA O COMENTARISTA, SERA NECESARIO PRESENTAR, O ENVIAR POR CORREO CERTIFICADO: LOS DOCUMENTOS MENCIONADOS EN LOS PUNTOS 1 Y 3 DEL APARTADO I, MAS LO SIGUIENTE:

1.- TITULO Y/O CÉDULA PROFESIONAL EN LA ESPECIALIDAD RESPECTIVA, O BIEN, CERTIFICADO DE BACHILLERATO Y CARTA DE DOS INSTITUCIONES RECONOCIDAS QUE ACREDITEN SUS CONOCIMIENTOS EN LA MATERIA DE QUE SE TRATE;

2.- CONSTANCIA DE ALGUNA DIFUSORA QUE ACREDITE SU PRACTICA ACTUAL O ANTERIOR, COMO CRONISTA O COMENTARISTA, Y;

3.- COMPROBANTE DE PAGO DE LOS DERECHOS RESPECTIVOS (CONSULTAR CUADRO DE TARIFAS).



III.- CUANDO UNA PERSONA DE NACIONALIDAD EXTRANJERA DESEE OBTENER UN CERTIFICADO DE LOCUTOR, DEBERA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS ANTES PREVISTOS, SEGUN EL CASO, Y, ADEMAS:

UNICO: CONTAR CON LA AUTORIZACION DE LA SECRETARIA DE GOBERNACION PARA QUE ACTUE COMO TAL, TRANSITORIAMENTE (ART. 85 DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION).

IV.- PARA OBTENER UN PERMISO PROVISORIO DE LOCUTOR, CRONISTA O COMENTARISTA, DEBERA PRESENTAR, O ENVIAR POR CORREO CERTIFICADO, LOS DOCUMENTOS CITADOS EN LOS APARTADOS I O II, SEGUN EL CASO Y ADEMAS:

1.- CARTA ANUENCIA DE LA DIFUSORA, RESPONSABILIZANDOSE DE SUS PRACTICAS COMO LOCUTOR, CRONISTA O COMENTARISTA;

2.- COMPROBANTE DE PAGO DE LOS DERECHOS RESPECTIVOS (CONSULTAR CUADRO DE TARIFAS).





SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA

DEPARTAMENTO DE CERTIFICACION
PARA LOCUTORES DE RADIO
Y TELEVISION

I N S T R U C T I V O

5

PARA QUIENES ASPIRAN OBTENER EL
CERTIFICADO DE LOCUTOR, CRONIS
TA O COMENTARISTA DE RADIO Y
TELEVISION CONFORME AL ACUERDO
Nº 169, EMITIDO POR LA SECRETA
RIA DE EDUCACION PUBLICA, PUBLI
CADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA
FEDERACION EL 14 DE OCTUBRE DE
1992.

TARIFAS.

PERMISO PROVISIONAL DE PRÁCTICA
DE LOCUCIÓN.N\$

EXPEDICIÓN DE CERTIFICADOS:

A) DE LOCUTOR.N\$8.00

B) DE CRONISTA O COMENTARISTA. .N\$16.00

EXPEDICIÓN DE DUPLICADOS
DE CERTIFICADOS:

A) DE LOCUTOR.N\$8.00

B) DE CRONISTA O COMENTARISTA. .N\$16.00

LOS PAGOS SE EFECTUARÁN CON LOS
FORMATOS S H C P - 5

ESTAS CUOTAS DE SERVICIOS EDUCATIVOS,
ESTÁN SUJETAS A AJUSTES, PREVIO AVISO
DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDI-
TO PÚBLICO.

NOTAS:

1.- CON OBJETO DE INCREMENTAR LA SEGU-
RIDAD DE SUS DOCUMENTOS ORIGINALES
PUEDE ENVIARNOS COPIAS DE LOS MIS-
MOS, CERTIFICADAS EN ORIGINAL POR
NOTARIO PÚBLICO.

2.- TODA CORRESPONDENCIA DEBERÁ SER EN
VIADA A NOMBRE DE:

UNIDAD DE TELEVISIÓN EDUCATIVA
DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN PARA
LOCUTORES DE RADIO Y TELEVISIÓN.
CALZ. CIRCUNVALACIÓN Y TABIQUEROS,
COLONIA MORELOS, DELEG. V. CARRANZA,
MEXICO, D. F., - 15270.

3.- LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
SE COMPROMETE A EXPEDIRLE SU CER-
TIFICADO EN 15 DÍAS COMO MÁXIMO A
PARTIR DE LA FECHA EN QUE SE RECI-
BA SU DOCUMENTACIÓN.



UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA
Departamento de Certificación para locutores de Radio y Televisión

Solicitud de Certificado Locutor A B
Cronista
Comentarista

FECHA
Expediente No.

DATOS DEL SOLICITANTE

Nombre: _____
Apellido paterno Apellido materno Nombre (s)

Nombre artístico _____

Nacionalidad _____ Edad _____ Sexo _____

Domicilio: _____
Calle No. Colonia Código Postal

Población o Delegación Estado Teléfono

_____ Firma del Solicitante

DATOS DE LA DIFUSORA

Denominación: _____ Siglas _____

Domicilio: _____
Calle No. Colonia C.P.

Población o Delegación Estado Teléfono

Nombre de la persona que firma por la difusora _____

PARA SER LLENADO POR EL DEPARTAMENTO

Documentos recibidos	Original	Copias	Se devolvió al solicitante
<input type="checkbox"/> Acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización			
<input type="checkbox"/> Certificado de Secundaria			
<input type="checkbox"/> Certificado de Bachillerato o Cédula Profesional			
<input type="checkbox"/> Carta de la difusora			
<input type="checkbox"/> Recibo de pago			
Fotos credencial _____			
Fotos diploma _____			

**UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA**

DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN PARA LOCUTORES DE RADIO Y TELEVISIÓN.

LOCUTOR A B FECHA
 SOLICITUD DE CERTIFICADO: CRONISTA
 COMENTARISTA NO. DE EXPEDIENTE

DATOS DEL SOLICITANTE

NOMBRE: _____
 APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO NOMBRE (S)

NOMBRE ARTÍSTICO: _____

NACIONALIDAD: _____ EDAD: _____ SEXO: _____

DOMICILIO: _____
 CALLE No. COLONIA C.P.

POBLACIÓN O DELEGACIÓN ESTADO TELÉFONO

 FIRMA DEL SOLICITANTE

DATOS DE LA DIFUSORA

DENOMINACIÓN: _____ SIGLAS: _____

DOMICILIO: _____
 CALLE No. COLONIA C.P.

POBLACIÓN O DELEGACIÓN ESTADO TELÉFONO

 NOMBRE DE LA PERSONA QUE FIRMA POR LA DIFUSORA

PARA SER LLENADO POR EL DEPARTAMENTO**SE DEVOLVIÓ AL SOLICITANTE****DOCUMENTOS RECIBIDOS:**

- ACTA DE NACIMIENTO, PASAPORTE O CARTA DE NATURALIZACIÓN
- CERTIFICADO DE SECUNDARIA
- CERTIFICADO DE BACHILLERATO O CÉDULA PROFESIONAL
- CARTA DE LA DIFUSORA
- RECIBO DE PAGO
- FOTOS CREDENCIAL _____

ORIGINAL	COPIAS	SE DEVOLVIÓ AL SOLICITANTE

Como observamos los dos trípticos hacen alusión en su portada que la información y las instrucciones son conforme al Acuerdo No. 169, en donde como ya habíamos mencionado, su principal objetivo es la suspensión de los exámenes escritos y orales. Por tal motivo desde entonces se pide a los interesados presentar los documentos que ya se solicitaban anteriormente además de una constancia de alguna difusora que acredite su práctica actual o anterior como locutor, firmada por el Concesionario, Permisionario o Director General, y se piden ahora sólo cuatro fotografías.

En el caso de los cronistas o comentaristas, si no pueden presentar título o cédula profesional, se pide el certificado de bachillerato más dos cartas de instituciones reconocidas que acrediten su saber en la materia, eliminando las cartas por parte de personalidades que avalen sus conocimientos.

En cuanto a interesados de nacionalidad extranjera en obtener el certificado de locutor, deberán cumplir con todos los requisitos anteriores según el caso (cronista o comentarista) más la autorización de la Secretaría de Gobernación, para actuar transitoriamente, conforme al Artículo 85 de la Ley Federal de Radio y Televisión, lo cual al indicar que es transitorio queda en duda si una persona de origen extranjero pueda quedarse a trabajar como locutor, cronista o comentarista de planta en algún medio de comunicación.

Para el permiso provisional se presentan los mismos documentos según el caso, más una carta anuencia, es decir en donde consienta una difusora la actividad, responsabilizándose de sus prácticas como locutor, cronista o comentarista.

Por último se ofrece a quienes viven en provincia el enviar sus documentos en copias certificadas en original por un notario público para asegurar los originales, lo cual indica que sí se han presentado casos en que se pierden los documentos por correo. Se menciona la dirección a la que se deben enviar y se notifica que se expedirá el certificado en quince días como máximo a partir de la fecha en que se recibió la documentación, lo cual es más rápido ahora, pues anteriormente la presentación de los exámenes, una vez al mes, atrasaban el trámite.

Las tarifas son relativamente económicas y desde 1993 siguen siendo las mismas, pero pueden subir en cualquier momento por aviso de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Como vemos, en la solicitud se piden todos los datos requeridos por el instructivo conforme al Acuerdo No. 169 de 1992, incluyendo los datos de la difusora que acredita la actividad de locutor junto con el nombre del responsable que emite dicha constancia.

Pero si no se trabaja en una difusora que expida la constancia, la Secretaría de Educación Pública a través del Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa ofrece los curso-talleres de locución I y II, ya una vez concluidos y aprobados se puede obtener el certificado, éstos cursos tiene un costo de \$1,500.00 cada uno, tienen una duración de dos semanas por curso de lunes a viernes de 16:00 a 20:00 horas; se ofrecen pagos diferidos, descuentos a estudiantes o profesores activos, gente que provenga del sector público, o sea de alguna dependencia del Gobierno, y a quienes paguen por paquetes. A continuación se muestra el tríptico informativo de estos cursos-talleres:

Se ofrecen **pagos diferidos** (consulte calendario de pagos en el Departamento de Control Escolar)

y **descuentos por sector**:

SECTOR PÚBLICO	SECTOR SOCIAL (maestros y estudiantes en activo)
-30%	-20%

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- Entrevista con el instructor
- Currículum Vitae (Simplificado)
- Comprobante de estudios
- Fotografía infantil reciente
- Credencial vigente (en caso de ser estudiante)
- Carta de postulación del lugar de trabajo para hacer válido el descuento.
- Ficha de inscripción
- Copia del recibo de pago.



UNIDAD DE TELEVISIÓN EDUCATIVA
CENTRO DE ENTRENAMIENTO DE TELEVISIÓN EDUCATIVA

DESCUENTOS POR PAQUETES DE CURSOS

OPCIÓN A + B	\$4,000.00
PRONTO PAGO ÚNICO DE CONTADO APLICA -5% ADICIONAL	

INFORMES :

329-70-00 FAX: 329-70-02
Correo Electrónico: cete@tripico.sep.gob.mx
Horario de atención al público: 9:00-15:00 hrs.
Lunes a Viernes

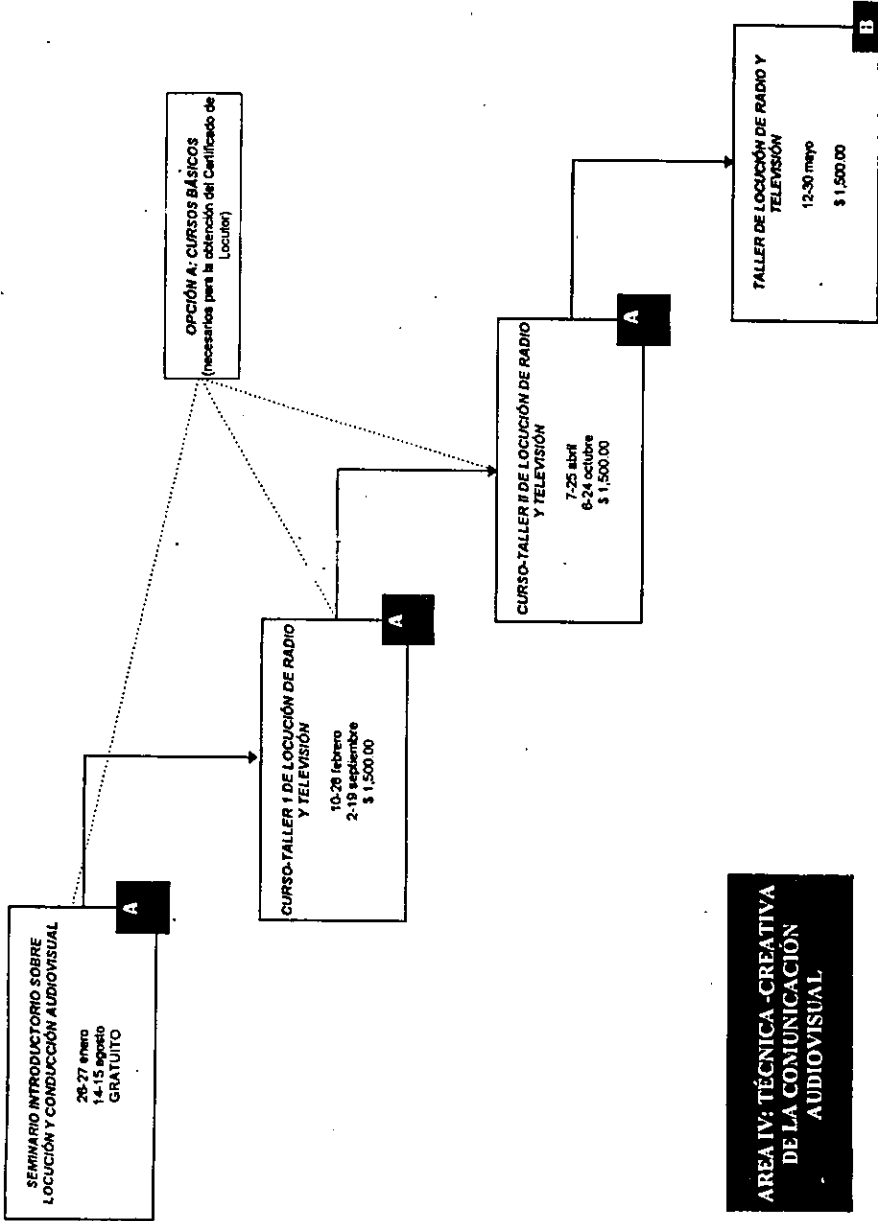


AREA IV: TÉCNICA-CREATIVA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

LOCUCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN

CENTRO DE ENTRENAMIENTO DE TELEVISIÓN EDUCATIVA
CALZ. CIRCUNVALACIÓN ESC. TABIQUEROS S/N
COL. MORELOS DELEG. VENUSTIANO CARRANZA
C.P. 15270, MEXICO D.F.

DESCUENTOS POR PAQUETES DE CURSOS VIGENTES PARA 1997



**AREA IV: TÉCNICA -CREATIVA
DE LA COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL**

De esta manera se han expuesto cuáles son las Leyes que rigen la actividad de la locución, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión aprobada desde el 19 de enero de 1960, de donde podríamos resumir indicando que los locutores deben ser mexicanos, contar con el certificado de aptitud y tener como mínimo el estudio de secundaria.

En cuanto al Reglamento, el locutor debe enaltecer la vida nacional y familiar, cuidar la cultura, evitar frases procaces o hablar en doble sentido, dar información verás y oportuna, no alterar la paz y el orden público, contribuir al desarrollo económico recomendando la distribución equitativa del ingreso, y sugerir el consumo de los productos mexicanos.

También se presentaron cuáles son los requerimientos para ser locutor, cabe aclarar que las cualidades para ser un buen locutor son unas y los requisitos para obtener el certificado de aptitud son otros, pues pueden existir buenos locutores que no cuenten con dicho certificado y locutores que cuenten con el mismo sin ser destacados en su labor. Para obtener dicho certificado podemos resumir que se necesita presentar comprobante de nacionalidad mexicana, certificado de secundaria o preparatoria, una constancia de una difusora que acredite la práctica y experiencia en el medio, o cursar dos curso-talleres en el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa, cuatro fotografías, y el pago de los derechos respectivos.

Por último, a lo largo de este capítulo se han hecho varias sugerencias tanto a la Ley Federal de Radio y Televisión como a la Secretaría de Educación Pública para solicitar una buena calidad de locutores a quienes se les expide el certificado de aptitud, pues de acuerdo con lo que la ley exige un locutor puede tener una relación comunicativa con el radioescucha, pero este contacto se lograría con más facilidad si se pide un nivel profesional dejando atrás la secundaria y el bachillerato, cosa que no veo muy difícil de cumplir, pues en los últimos años se ha contado con un gran número de estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, lo cual también daría un campo de trabajo a los egresados de esta carrera, esto podría realizarse a partir de un nuevo Acuerdo, sin ser retrospectivos para quienes ya cuentan con el certificado. También se sugiere que los exámenes orales que se

realizaban hasta antes del Acuerdo de 1992, vuelvan a aplicarse tanto en la Ciudad de México como en todas las Entidades de la República y en las empresas difusoras, para que todas las personas interesadas del interior del país tengan facilidades para realizarlo, y así comprobar su nivel cultural y su capacidad expresiva ante un micrófono.

Una vez analizado el aspecto legal, los requerimientos para laborar como locutor, además de hacer los debidos comentarios y sugerencias, lo importante ahora es dar a conocer cómo se da la comunicación entre el locutor y el radioescucha, lo cual se expondrá a continuación.

III. LA COMUNICACIÓN ENTRE LOCUTOR Y RADIOESCUCHA.

A) EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.

Como se mencionó, el objetivo principal de este trabajo es dar a conocer cómo se da la comunicación entre el locutor y el radioescucha, para ello debemos dejar claro lo que significa el fenómeno de la comunicación, pues comunicarnos es una actividad realizada en una manera natural por todos los seres humanos, porque desde el nacimiento tenemos la necesidad de comunicar nuestros deseos, lo cual satisfacemos ya sea por instinto o por aprendizaje natural.

En nuestra vida cotidiana utilizamos el proceso de la comunicación para poder llevar a cabo nuestros objetivos, éste proceso se compone de varios elementos para concretarse, los cuales muestra David K. Berlo en su modelo como: a) *la fuente*; dentro de la cual tienen que ver las habilidades en la comunicación, las actitudes, el conocimiento, el sistema social y la cultura; b) *el mensaje*; en donde es importante el contenido, el tratamiento, el código, sus elementos y su estructura; c) *el canal*; puede ser cualquiera de nuestros cinco sentidos, la vista, el oído, el tacto, el olfato y el gusto; y d) *el receptor*; en donde también se toman en cuenta las habilidades en la comunicación, las actitudes, el conocimiento, el sistema social y la cultura.⁴⁶

Si relacionamos los componentes del proceso expuestos por David K. Berlo con la comunicación entre el locutor y el radioescucha, a quienes en este caso tomaremos como la fuente y el receptor, aunque puede ser que el locutor también sea el canal o el medio para transmitir el mensaje de su emisora o del productor del programa, pues en ocasiones el locutor debe seguir su lineamiento, sin tener la libertad de hablar de temas específicos, como puede ser la política, la religión o el sexo, en este caso tanto la emisora como el programa serían la fuente, pero como el tema

46 Berlo K. David. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo. México 1991. 13a. reimpresión. págs. 239. CUADRO: MODELO DE LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN. P.55.

central de este trabajo es la comunicación entre el locutor y el radioescucha bajo el rubro de entretenimiento musical, siendo un perfil en donde se da cierta libertad a los locutores, le otorgaremos al locutor el papel de la fuente, pues es él quien entra en contacto con el radioescucha y trata de establecer una comunicación; podríamos decir que en el locutor las habilidades en la comunicación son más desarrolladas en comparación con las del radioescucha, pues éste es su trabajo y para realizarlo debe tener una preparación y un dominio en sus mensajes, por lo tanto el radioescucha recibe esta información sin la necesidad de estar preparado, utiliza sólo su habilidad de escuchar con atención y su imaginación.

La actitud también difiere entre el locutor y el radioescucha, en el primero debe ser agradable, sincera y amistosa, con el objetivo de entretener y divertir, y en el segundo su actitud puede variar, como se mencionó en el primer capítulo la intención del radioescucha ante el medio puede ser para escapar de los problemas, descansar, ocupar el tiempo libre, buscar una liberación emocional y/o una estimulación.

El conocimiento va de acuerdo con la intención del programa, si es de entretenimiento musical, entonces el locutor debe tratar de complacer a su radioescucha con información que lo satisfaga de acuerdo con sus características y sus conocimientos, como se indicó en el primer capítulo, debe de estar enterado de los diferentes géneros musicales para complacer a los aficionados, de los caracteres armónicos para los especialistas, intercalar ritmos específicos e instalarse en ciertos estilos para los *snobs*.

En cuanto al sistema social, tanto el locutor como el radioescucha pertenecen al sistema de la Ciudad de México, el cual se compone por una gran variedad de estatus y roles, pues un sistema social se conforma de varias agrupaciones, empezando por la familia, en donde se tiene un objetivo, y para ello todos estos grupos tienen que ver entre sí, se necesitan para realizar sus metas, ya que un individuo en nuestra Ciudad no puede vivir aislado para lograr su desarrollo, necesita de los demás, y en esa interdependencia de grupos todos formamos parte de un sistema, porque tenemos un mismo gobierno, una misma economía, y por lo tanto una misma sociedad, por eso, el hecho de vivir en la

Ciudad nos da una identidad personal y social, se identifica al locutor y al radioescucha como ciudadanos de la Capital del país, y por lo tanto entienden su situación dentro del sistema al vivir en una comunidad donde todos se exponen a las mismas virtudes y defectos que ésta ofrece.

Con la cultura sucede algo similar que con el sistema social, pues el locutor y el radioescucha pertenecen a la misma cultura mexicana dentro de la Ciudad, porque se comparten las creaciones materiales y espirituales heredadas del sistema social, como la estructura del mismo, su configuración biológica, su etnología, en fin, el conjunto de ideas, habilidades y costumbres adquiridas a los grupos de esta sociedad de generación en generación, como nuestra peculiar forma de hablar, de capacidad de entender frases en doble sentido, etcétera, por ello no se da una variación como podría ser entre un mexicano y un francés o entre un ciudadano de la Capital y un veracruzano, en ambos casos se da una diferencia cultural, pero como mexicanos y habitantes de la Ciudad de México, la cultura es la misma.

El mensaje es el transmitido por el locutor y por su programa, su contenido es musical, con un tratamiento agradable y amistoso, el código utilizado es el idioma castellano, con los elementos del lenguaje de la Ciudad de México, y se estructura en frases sencillas y directas, además de las letras de las canciones y la composición musical de la programación.

El canal por el cual se recibe el mensaje es el sentido del oído, y podríamos agregar otro sentido más al que llamaremos el de la capacidad de imaginación, proyección y recepción del radioescucha, pues además de oír el mensaje éste debe de ser captado con toda la atención y concentración por parte del receptor.

David K. Berlo nos menciona que la comunicación es un proceso dinámico, es decir con movimiento continuo hacia adelante, sin punto de partida ni final, y en todos casos tanto la fuente como el receptor son interdependientes, pues ambos necesitan la existencia del otro para poder dar lugar al proceso de la comunicación, dependen en una forma reciproca o mutua, esta interdependencia tiene dos diferentes niveles dependiendo de la

situación.⁴⁷ Los niveles de interdependencia entre la fuente y el receptor son la interdependencia física por definición y la interdependencia de acción y reacción, en la primera se confía en la existencia física de la otra parte para la emisión o recepción de los mensajes, no importando si es distinto el tiempo y el lugar, en la segunda tanto la fuente como el receptor reaccionan ante el mensaje en el momento de su emisión, a esta reacción inmediata se le da el nombre de *feedback*.⁴⁸ En el caso del locutor y el radioescucha, la interdependencia es física por definición, pues ninguna de las dos partes sabe en donde están exactamente, pero confían en su existencia y esta confianza es la que da lugar a la transmisión del mensaje, el cual no tiene una respuesta inmediata, no se habla con el otro, simplemente se habla.

Dentro del proceso de la comunicación el *feedback* forma parte del mismo, pues esta reacción da al emisor la seguridad de que su mensaje fue captado en su totalidad, con la oportunidad de repetirlo o corregirlo, y el receptor puede, a través del *feedback*, indicar a la fuente cómo deben de ser manejados los siguientes mensajes, por lo cual éste fenómeno es útil para las dos partes.⁴⁹

El *feedback* puede ayudar a distinguir entre las diferentes situaciones de comunicación que se presenten, una de ellas es la comunicación de persona a persona, en donde el *feedback* se da al máximo, otro tipo de comunicación es la que ofrecen los medios de comunicación, en donde el *feedback* se presenta en una mínima proporción, pues tanto la fuente como el receptor están separados en el tiempo y en el espacio, por lo tanto, el obtener una respuesta o una reacción del otro es poco probable.

Como se mencionó anteriormente, la reacción del receptor ante el mensaje puede indicar a la fuente cómo debe manejar su comunicación, esta influencia sobre la fuente es casi nula en los medios de comunicación masiva, pues el *feedback* que podría ser transmitido por los receptores no llega en su totalidad a la fuente que emite el mensaje, y por ello se olvida del poder de influencia que se podría ejercer sobre los medios.

Los medios de comunicación también se interesan por saber

47 Berlo K. David. P. 82.

48 Berlo K. David. P. 82-85.

49 Berlo K. David. P. 86

esta información, y buscan el feedback con ayuda de la opinión pública o con investigadores que entrevistan al público⁵⁰, con lo que son las llamadas encuestas de opinión, otorgando así una respuesta del mismo, y así poder tomar decisiones basándose en esta reacción del receptor ante la fuente.

Ahora, dentro del proceso de la comunicación, aparte del feedback también se da la *predicción* por parte de la fuente y del receptor, esto significa que ambos tienen una idea de cómo es el otro, y con esta idea también se predice cómo se dará el mensaje y qué respuesta tendrá, estas imágenes predictivas dan modificaciones al mensaje en el momento de emitirlo y de recibirlo, pues se da una selección del mismo y se va construyendo una reacción a través de la predicción dando lugar a *expectativas* que influyen tanto en la fuente, en el receptor y en el mensaje.⁵¹

Esta capacidad de predicción implica el conocimiento de la fuente y del receptor, ambos saben cómo son sus pensamientos, sentimientos y emociones, con estos datos se puede percibir cómo se conducirán en diferentes situaciones. David K. Berlo menciona que “cuando desarrollamos expectativas, cuando hacemos predicciones, estamos suponiendo que poseemos habilidad en lo que los psicólogos llaman *empatía*: la facilidad de proyectarnos en la personalidad de otros.”⁵²

La empatía tiene que ver con el proceso de la comunicación, debido a que tanto la fuente como el receptor tienen la capacidad de proyectarse, o más bien, de ponerse en los zapatos del otro, esta situación es algo experimentado por todos, pues muchas veces entendemos mejor las acciones de los demás si nos ponemos en su lugar, asumiendo imaginariamente el estatus y el rol de la otra persona en determinada situación.

El locutor y el radioescucha entran en este tipo de expectativas, pero como no existe feedback inmediato, es el locutor quien debe desarrollar esta capacidad al máximo, pues al emitir sus mensajes debe imaginar cómo reaccionará el radioescucha y para lograrlo debe ponerse en su lugar.

En el momento en que la fuente o el receptor se proyectan o

50 Berlo K. David. P. 88.

51 Berlo K. David. P. 90.

52 Berlo K. David. P. 91-92.

se imaginan en la situación del otro, se pueden hacer inferencias de acuerdo con las propias conductas, experiencias y sentimientos, afocándose en su personalidad, es decir, cuando nos ponemos en el lugar del otro e imaginamos su reacción de acuerdo con nuestra actitud, inferimos su conducta pensando en la idea: *si yo estuviera en su lugar haría esto...*, pero esta inferencia tiene una limitación, pues no todas las personas reaccionarán del mismo modo, y aunque se pueda inferir una conducta no es igual cuando ya se tiene la experiencia a cuando no se ha vivido todavía.⁵³

Dentro del proceso de comunicación existen entonces los siguientes factores: la interdependencia de la fuente y el receptor, la acción y la reacción, es decir, el feedback, y la empatía a través de las expectativas y las inferencias.

Pio Ricci, además de mencionar al emisor, el código, el canal, el mensaje y el receptor, en su proceso y estructura de la comunicación, indica la importancia del *contexto*, es decir, en donde el mensaje se inserta, es el tema a que se refiere, es la situación en que la comunicación se presenta, y está compuesto por el ambiente, los participantes, y el propósito u objetivo.⁵⁴

Si analizamos el contexto de la comunicación entre el locutor y el radioescucha bajo el género elegido para este trabajo, encontramos que los participantes son ellos únicamente, el ambiente es diferente en ambos casos, pues el locutor se encuentra en su ambiente de trabajo en la cabina de radio, bajo todo el ajetreo de la transmisión radiofónica, el radioescucha puede estar en varios ambientes, como en su casa, en el coche, en la playa, en el medio de transporte, etcétera, y el propósito del mensaje transmitido es dar entretenimiento musical.

Pio Ricci ve al contexto como conjuntos que forman un todo, así dentro del contexto total, se encuentra también lo que se refiere a: 1) el contexto verbal, es decir la lingüística utilizada por el emisor y el receptor, o la lengua con sus reglas; 2) el contexto extralingüístico, que son la variaciones dadas a la lengua por el uso del lenguaje, lo cual entra dentro de la comunicación no verbal; y 3) el contexto implícito, contiene todo lo que el receptor conoce a

53 Berlo K. David. P. 94.

54 Ricci Bitti, Pio E. P. 48.

propósito del emisor.⁵⁵ Si relacionamos este contexto total con la situación de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, podemos decir que tanto el contexto verbal como el extralingüístico son manejados y utilizados por ambas partes, pues al emitir y recibir un mensaje se da lugar a estos contextos, con las reglas de la lengua castellana y con las variaciones lingüísticas dadas por la cultura popular de la sociedad en que viven, el entorno del programa y el mensaje; el contexto implícito depende de la imaginación del receptor, quien debe suponer cómo es la personalidad de la fuente a través de su voz tomando en cuenta su forma de utilizar el lenguaje castellano y su estilo dado por las variaciones lingüísticas.

Otra parte importante del proceso de la comunicación son las diferentes funciones que ésta pueda ofrecer, Pio Ricci menciona cinco, las cuales son: a) la referencial, en donde se da un intercambio de información entre interlocutores con comunicación verbal y no verbal, bajo el mismo código o estructura semiótica; b) la interpersonal o expresiva, en donde hay una relación social entre quien habla y quien escucha, ya sea en estatus o posición social, estado emotivo y actitudes; c) la de autorregulación o de control, en donde se modula el comportamiento para conseguir un objetivo concreto, con el fin de dar a entender bien el mensaje y la impresión que damos a los demás, ya sea para anunciar, mandar u ordenar, señalar, mostrar, expresar o dudar; d) la de coordinación de las secuencias interactivas, se refiere a iniciar, mantener y terminar la comunicación, se da con comunicación verbal y no verbal con la sincronía de palabras, señales, movimientos o posturas, como cuando saludamos, nos despedimos, decimos salud a alguien que estornuda, o prendemos el cigarro a una persona, se podría decir que es una comunicación mecánica; y e) la de metacomunicación, que consiste en la capacidad de reflexionar y analizar la comunicación dada, para dividirla en sus partes, sea flexible, y puedan evaluarse tanto los significados de las expresiones verbales y las no verbales.⁵⁶

Entre el locutor y el radioescucha la función referencial, la interpersonal o expresiva, y la de coordinación de las secuencias

55 Ricci Bitti, Pio E. P. 50.

56 Ricci Bitti, Pio E. P. 57-73.

interactivas quedan descartadas, por lo tanto su función sería únicamente de autorregulación o de control y de metacomunicación, pues en primer lugar es el locutor quien modula y dirige su mensaje con el objetivo de entretener y divertir, tratando de dar una impresión sincera y agradable de su persona, en segundo lugar, este mensaje puede ser asimilado por el radioescucha, quien tiene la capacidad de poner toda su atención en el mensaje transmitido para reflexionar y analizar tanto las expresiones verbales y las no verbales del locutor para evaluarlas.

Además de la función, se dan diferentes tipos de comunicación, los cuales tienen lugar de acuerdo con la intención y la situación de la misma. Alejandro Gallardo basándose en Gerhard Maletzke utiliza los términos: directa-indirecta, de acuerdo con la situación física de la fuente y del receptor, si están en el mismo lugar o en diferentes sitios. Unilateral-recíproca, si la comunicación es sólo por parte de la fuente, o si tiene respuesta inmediata del receptor. Y privada-pública, si se da sólo entre dos personas o entre mucha gente.⁵⁷

Se dan entonces ocho tipos de comunicación, éstos son: 1) Directa-unilateral-privada (Conferencia de un profesor a su grupo); 2) Directa-unilateral-pública (Discurso de un político a una multitud); 3) Directa-recíproca-privada (Conversación entre dos personas); 4) Directa-recíproca-pública (El profesor de canto ensaya una canción con todos los alumnos del colegio); 5) Indirecta-recíproca-privada (Conversación telefónica entre dos personas); 6) Indirecta-recíproca-pública (Polémica entre un patrón y sus obreros a través de la prensa); 7) Indirecta-unilateral-privada (Carta enviada por un hijo a su padre); 8) Indirecta-unilateral-pública (Comunicación colectiva: prensa, cine, *radio*, televisión, etc.).⁵⁸

El tipo de comunicación que se da entre el locutor y el radioescucha es indirecta debido a que tanto la fuente como el receptor se encuentran en lugares distintos, y utilizan el medio de la radio para su comunicación, no se están comunicando

57 Gallardo Cano, Alejandro. CUADRO: EJEMPLOS DE TIPOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN GERHARD MALETZKE. P. 129.

58 Gallardo Cano, Alejandro. CUADRO: EJEMPLOS DE TIPOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN GERHARD MALETZKE. P. 129.

directamente; es unilateral porque se da sólo de la fuente, el locutor, hacia el receptor, el radioescucha, sin tener una respuesta inmediata, por eso no es recíproca; y es pública por la cantidad de gente a quien se dirige el mensaje, pues no sólo se envía a una sola persona, por lo que no es privada; siendo entonces *indirecta-unilateral-pública*.

Una vez expuesto cómo se da el proceso de la comunicación, analizando cada uno de sus elementos, sus diferentes contextos, las funciones que tiene y los tipos de comunicación dada, de acuerdo con las características de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, la cual se realiza únicamente por medio de la voz, siendo éste elemento una parte importante de este fenómeno, nos concentraremos entonces en:

B) LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA VOZ.

La comunicación es una necesidad del hombre, y uno de los primeros elementos de los que se valió para satisfacerla fue la voz, aproximadamente hace unos 30,000 años, inició su comunicación con chasquidos, gritos y gluturaciones, dando lugar al lenguaje gracias a la voz, una vez estructurada la lengua, se utilizaron diferentes medios como la escritura y la imprenta, pero no todas las personas sabían leer y escribir, así, la información era manejada por los cultos, y se necesitaba de mucho tiempo para que la mayoría de la gente se enterara de los acontecimientos, como cuando fue el descubrimiento de América, la noticia tardó tres meses en llegar a toda España, ahora, con los medios de comunicación, no importa si el público es analfabeta, o si se encuentra lejos del lugar donde pasan los hechos, la información llega a mucha gente y a gran distancia en el momento mismo del suceso, como cuando fue la transmisión recibida de la Luna a la Tierra.⁵⁹

La radio es uno de los medios de comunicación más utilizado para la transmisión de mensajes, y son los locutores quienes a través de este medio llegan a miles de personas utilizando solamente su voz, y por su parte el radioescucha recibe la

59 Bonaparte, Héctor M. La radio y la televisión ¿Modifican su vida? Editorial Biblioteca Argentina 1970. págs. 27. P. 6-7.

información gracias a su receptor y a su oído.

La capacidad de oír también tuvo un desarrollo a través de los años, pues en un principio se utilizaba para estar al tanto del peligro o para acechar una presa, posteriormente es la obertura hacia el mundo del sonido, evoluciona al mismo tiempo que el lenguaje y ayuda a la comunicación humana, pues gracias a este acoplamiento del oído y del lenguaje se da el despertar de la conciencia de la propia existencia del hombre.⁶⁰

Para hacer funcionar el órgano auditivo se necesita de un estímulo acústico, el cual llegará a los centros superiores cerebrales y será interpretado de acuerdo con la experiencia de la persona, así, el estímulo primero se siente y luego se interpreta, siendo una sensación y una percepción, una es fisiológica y la otra psicológica, por lo tanto el hombre tiene la capacidad de percibir e interpretar todo lo que escucha o siente por medio de su oído, y le da un significado.⁶¹

Una vez que el ser humano percibe e interpreta, también tiene la facultad de formar juicios para comprender la relación de las causas y los efectos de los hechos, es decir, utiliza su inteligencia, la cual se logra por su adaptación al medio ambiente.⁶² Para desarrollar su inteligencia se toma en cuenta la aptitud de reproducir en la conciencia ideas o impresiones pasadas, la memoria del ser humano depende de la atención o de la intensidad en la experiencia vivida, y para dar lugar a la misma se necesita recibir la impresión, tener su retención, evocarla y reproducirla.⁶³

Al escuchar una voz, se entra en todo este procedimiento, de captarla o sentirla, percibirla o interpretarla, encontrando en nuestra memoria a quién pertenece y cuáles son las cualidades de esa persona, y se hacen juicios gracias a las experiencias que se han tenido anteriormente a través de la memoria.

Al parecer la voz da solamente una comunicación verbal, pero la comunicación no verbal también es explotada al

60 Tomatis, Alfred. El oído y el lenguaje. Ediciones Martínez Roca. S.A. Barcelona 1969. págs. 187. P. 65.

61 Perello, Jorge. Pérez, Jaime (Colaborador). Fisiología de la comunicación oral. Editorial Científico/Médica. Barcelona 1972. págs. 405. P. 184.

62 Perello, Jorge. P. 185.

63 Perello, Jorge. P. 187.

máximo tanto por quien emite la voz como por quien la escucha, pues a través del tono, de la intención del mensaje y del contexto, se da una información que se transmite con eficacia, como puede ser el estado emotivo del individuo; si esta molesto, amigable o triste, si como características de su persona; como el sexo, edad, raza, nivel profesional, o cualidades intelectuales⁶⁴, si tiene un nivel básico o es una persona culta, todo esto lo podemos conocer de una persona solamente al escuchar su voz.

Pio Ricci nos indica que en el hablar se dan variaciones lingüísticas correspondientes al uso del lenguaje, las cuales no son independientes del contenido verbal, son por las convenciones culturales, por medio del acento y de la pronunciación se pueden saber características físicas, si es joven, adulto, su estado de salud, estatus sociales, y características psicológicas, como el estado de ánimo del hablante. De igual manera cuando el locutor se calla, *el silencio* también puede darnos información; como un cambio de turno entre hablantes, una actitud de precaución o atención hacia el locutor, indicar una estrecha relación emotiva, un control social, expresar emociones profundas, o incomodidad personal.⁶⁵

Toda esta información dada en forma no verbal (los elementos sugeridos o insinuados), da lugar a lo implícito de la comunicación, pues surge en un sentido común entre el emisor y el receptor, formando un juicio no codificado y que depende del contexto, de acuerdo de quién o de qué se esta hablando y de la situación, es una información extra que nace al mencionar una frase, la cual queda sobreentendida y por lo tanto se comprende.⁶⁶

Al hablar no sólo transmitimos el mensaje codificado, sino que a través de la voz, en la cual entran las modalidades del tono, timbre, volumen, pausas, variaciones lingüísticas manejadas por medio de inflexiones, y la intención del mensaje, se da una información muy importante, incluso utilizando estas modalidades podemos decir una afirmación y al mismo tiempo negarla, o decir cualidades de una persona u objeto y al mismo tiempo criticarla.

Aunque las modalidades de la voz son eficaces para transmitir mensajes en forma no verbal, existe un elemento que puede desviar

64 Ricci Bitti, Pio E. P. 40-41.

65 Ricci Bitti, Pio E. P. 161.

66 Ricci Bitti, Pio E. P. 199-203.

la información y evitar que llegue a su destino: *el ruido*, el cual lo entendemos como todos aquellos sonidos ajenos a los emitidos por el emisor, distraendo la atención del receptor y por lo tanto se obstaculiza el proceso de comunicación. aunque también puede ser formado por diferencias de cultura, edad, sexo y estatus social, clasificándose en este caso como interno porque es personal y por otro lado es externo porque es ajeno a la persona.⁶⁷

Dentro de la comunicación entre el locutor y el radioescucha el ruido interno y externo sobre todo puede presentarse en cualquier momento, pues la situación del receptor no se sabe, puede estar rodeado de un sin fin de sonidos ajenos al emitido por la radio, además su cultura, edad, sexo y estatus social, tampoco la sabemos. Suponemos que el locutor sabe el tipo de personas a las cuales dirige su mensaje, pero aún así es muy vago asegurar un auditorio con características similares. Pero si sabemos que quienes escuchan un programa de entretenimiento musical tienen la intención de pasar un rato agradable y sin presiones, ésta actitud del radioescucha es la que debe tomar en cuenta el locutor para tratar de evitar un poco el ruido que puede presentarse al emitir su mensaje.

El locutor debe tener una imagen del radioescucha, y con esa idea en la mente podrá saber cuáles serán los mensajes transmitidos a través de la voz en forma no verbal, tiene que conocer sus intereses y basarse en ello para ganar credibilidad, lo comprendan y lo acepten, de lo contrario, si su voz no se adapta a su público, no le creerán y no lo aceptarán y sólo obtendrá el rechazo, sería como escuchar noticias con un tono de burla, o bromas con un tono intelectual, eso molestaría al oyente quien buscará otras opciones⁶⁸, por lo tanto si el interés del radioescucha es pasar un rato de entretenimiento, el locutor debe manejar un tono de voz agradable, no transmitir un estado de ánimo triste o molesto, y dirigirse en un nivel intelectual que sea entendido por cualquier persona.

De la misma forma en que el locutor imagina a su radioescucha, éste, por medio de su voz y sus mensajes, se forma una idea de su ambiente de trabajo, como el tamaño de las cabinas

67 Mc Entee de Madero, Eileen. P. 31

68 Mc Entee de Madero, Eileen. P. 37.

y la disposición de los micrófonos, pero la idea más importante es la imagen de quién escucha hablar, lo conoce sólo por su voz, sabe cuáles son sus aficiones, sus motivos para hacer radio y su personalidad, puede tener una gran variedad de imágenes que corren por su cuenta de acuerdo a su condición en el momento de la recepción. Estas ilusiones son comparadas a las del cine o la televisión, por lo tanto la radio puede crear verdaderos relatos de ficción, ya sea por medio de dramatizaciones o de la letra de muchas canciones,⁶⁹ en el caso de la radio de entretenimiento musical esto es muy posible de lograrse, ¿Quién no se imagina, con los personajes de acuerdo a su situación emocional, la agonía, la tristeza, la felicidad y hasta el deseo de amar u odiar a alguien al escuchar una canción?.

En un programa radiofónico de entretenimiento musical, es importante que el mensaje del locutor vaya de acuerdo con el estilo de la música y las letras de las canciones, para así formar un ambiente adecuado para el radioescucha, quien está expuesto a ruidos que lo pueden distraer en cualquier momento, por lo tanto su atención ante la transmisión radiofónica es intermitente y muy pocas veces es concentrada, pues le necesita interesar verdaderamente el contenido del programa para poner toda su atención en el mismo. Así "la escucha de la radio, más que de textos cerrados, lo es de ecos de las voces y de los ritmos del universo social en donde la transmisión está inscrita."⁷⁰

El locutor debe manejar su mensaje en la forma apropiada para que pueda llegar al radioescucha, por lo tanto necesita de una preparación adecuada para lograrlo, en donde a nivel académico la Ley exige como mínimo la educación secundaria para locutores categoría "B" y bachillerato para locutores categoría "A", pero además deberá dominar un comportamiento natural ante el micrófono, esto implica tomar en cuenta la necesidad del oyente tanto en lo intelectual como en su comportamiento externo, una manera de lograrlo es imaginar a su público sentado frente a él con la capacidad de responderle. Al hablar en una forma natural dará a conocer su persona, logrando hacer imaginar al radioescucha

69 Vilar, Josefina y otros. P. 54-55.

70 Vilar, Josefina y otros. P. 56.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

cómo es física y psicológicamente.⁷¹

Si el locutor logra hablar naturalmente, también debe dirigir la palabra al radioescucha, tomarlo en cuenta en su mensaje, como si estuviera en una conversación con él, por lo tanto debe de manejar un mensaje comprensible, con un lenguaje claro, no utilizar palabras complicadas, para que sea aceptado por todos los niveles de cultura en la sociedad, esto lo hará interesante y logrará una mejor aceptación si lo hace con sonoridad utilizando una especial entonación y estilo.⁷²

A través de la voz es como el locutor puede lograr la aceptación del radioescucha, con ella puede tener gran creatividad e improvisación, logrando un especial atractivo al transmitir su mensaje, por ello debe tener pleno dominio de sus modalidades para poder dar toda la información posible y reflejar además de su personalidad, el entorno del mensaje y el ambiente en el cual es producido.

C) LA COMUNICACIÓN ENTRE LOCUTOR Y RADIOESCUCHA.

Una vez analizado el cómo se da el proceso de la comunicación comparándolo con el locutor y el radioescucha, además de la exposición de la importancia de la voz en este proceso, entraremos de lleno al tema de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, en donde el locutor es parte importante para realizar este proceso, pues al emitir su mensaje, no obtiene una respuesta inmediata del mismo, por lo tanto se basa en la empatía para continuar con su programación, la cual consiste en ponerse en el lugar del radioescucha para imaginarse su reacción y una posible respuesta a la información transmitida.

La empatía varía de acuerdo con la experiencia y el conocimiento que se tiene del receptor, David K. Berlo indica que si se dirige a un gran número de personas la empatía disminuye, de igual manera sucede cuando no se conoce o no se ha tenido una comunicación anterior con el receptor, o si se es insensible a la conducta de los demás, o no se responde a las motivaciones de la

71 Arnheim, Rudolf. P. 126.

72 Arnheim, Rudolf. P. 128.

comunicación dada.⁷³

El locutor no sabe el número exacto de personas que le escuchan, tampoco los conoce y no se ha dirigido directamente a ellos en ocasiones anteriores, por lo tanto la empatía con su público es muy poca, se debe valer entonces de su sensibilidad y de las motivaciones del mensaje transmitido, y ya con su experiencia hasta puede sentir que realmente conoce a su auditorio, saber sus reacciones tanto positivas como negativas ante su información y al entorno de su programa.

Otra manera de saber la reacción de un público es conocer el sistema social en el cual se desenvuelve, con la información de la composición y los mecanismos del mismo se podrán hacer predicciones en la manera de conducirse de los miembros que la conformen, en una determinada situación o ante un mensaje transmitido,⁷⁴ por lo tanto el locutor conoce y también forma parte del sector social de la Ciudad de México, tiene información de su estructura y de la situación en que sus habitantes se encuentran dentro de la misma, basándose en las cualidades y deficiencias de esta sociedad se forma una idea de la reacción de sus radioescuchas a través de la empatía, porque él también es parte de este grupo social.

Si ya se tiene conocimiento del sector social al cual pertenece nuestro receptor, también se debe tomar en cuenta la posición o el rol que desempeñan los individuos dentro del mismo.⁷⁵ En este caso el locutor y el radioescucha asumen una posición dentro de la estructura de una sociedad, cada uno desarrolla actividades diferentes que se relacionan entre sí y son interdependientes, uno como emisor y el otro como receptor para dar lugar al funcionamiento de un programa dentro del medio de comunicación de la radio, el cual también tiene un rol muy importante en nuestra sociedad. Así, cada uno de estos elementos forman parte de un grupo en donde pueden influir entre ellos, se dan un valor de acuerdo a su actividad, y obtienen recompensas o rechazos en el resultado de su desarrollo en la sociedad.

Este pequeño grupo formado por el locutor, el radioescucha,

73 Berlo K. David. P. 102.

74 Berlo K. David. P. 103.

75 Berlo K. David. P. 103.

el programa y la radio, tiene un objetivo y por ese motivo existe, el cual es dar una programación de entretenimiento musical junto con la distracción y diversión de un público receptor, por lo tanto se necesitan unos a otros, deben tener cooperación, procurar el desempeño en la producción de ese objetivo y el mantenimiento de ese grupo, el cual es parte del sistema social en que vivimos.⁷⁶

El locutor puede ponerse en el lugar del radioescucha, sin tener que conocerlo o haberse comunicado anteriormente con él, pues sabe a qué sistema social pertenece, a través de su experiencia sabe cómo es el comportamiento de los demás de acuerdo con su rol y al grupo del cual forma parte en ese determinado momento.⁷⁷ Esto no puede ser predecible al cien por ciento, se dan variaciones tanto a nivel individual como a nivel grupal, pues no todos van a reaccionar exactamente igual y se darán confusiones, por lo tanto se deben conocer las prescripciones, descripciones y expectativas de ese grupo, es decir, cuál es el objetivo del grupo, por qué medio se va a llevar a cabo y qué consecuencias se tendrán, para así no tener diferencias tanto en las predicciones como en la empatía que puede llevar a cabo el locutor.⁷⁸

El locutor como el radioescucha están en el mismo contexto cultural, y comparten las normas, valores y creencias que éste les ofrece, lo cual facilita sus empatías mutuas, pues no se darían en la misma forma si pertenecieran a culturas diferentes, tienen el mismo idioma, lenguaje, códigos, costumbres y adaptación a su sistema o estructura social. Por lo tanto para hacer predicciones, expectativas o empatías, se debe tomar en cuenta tanto al individuo como al grupo.⁷⁹

De esta manera el locutor puede valerse de varios aspectos para poder tener la capacidad de ponerse en el lugar del radioescucha en el momento de transmitir su mensaje y su programación, siendo sensible al imaginar su público frente a él junto con sus reacciones, conocer su estructura social, su objetivo al escucharlo, y su contexto cultural, todo esto forma parte de su formación y aptitudes para desarrollar bien su papel.

76 Berlo K. David. P. 110.

77 Berlo K. David. P. 113.

78 Berlo K. David. P. 117.

79 Berlo K. David. P. 124.

No sólo debe tomarse en cuenta a la empatía llevada a cabo por el locutor para obtener una retroalimentación por parte del radioescucha, ésta también puede buscarse por otros medios, pues el grupo productor del programa debe preocuparse por tener relación directa con los oyentes, esto puede lograrse a través de una red comunicativa de mantenimiento y de desarrollo por medio de una área de relaciones públicas, con la cual se investigará en forma personalizada la reacción del receptor al recibir el mensaje, y se sabrá si se está llevando bien la transmisión del mismo, obteniendo así una autoevaluación a nivel de interpretación, adaptación e integración del receptor ante el emisor.⁸⁰

Esta investigación de campo se desarrolla ya en una forma cotidiana en nuestra Ciudad, constantemente al escuchar programas de entretenimiento musical se ofrecen regalos a los radioescuchas si se presentan en un punto definido y mencionan una clave o dan respuesta a una pregunta propuesta por el locutor, y así obtienen una respuesta por parte del público que lo escucha al presentarse éstos con los requisitos solicitados a pedir sus obsequios. Otra manera es enviar personal a realizar encuestas de casa en casa y así obtener una información directa de los oyentes.

Al realizar una comunicación directa con el receptor se debe tomar en cuenta la actitud del mismo ante el mensaje transmitido, pues es él, quien ante esta situación puede ser responsable de las decisiones y acciones del emisor, C. Elizabeth Hernández, menciona que el receptor puede adoptar una -actitud pasiva-, la cual es altamente previsible entre los miembros de una población, en donde no reflexiona ni responde a la información recibida, esto sería una respuesta negativa ante la invitación a acudir a un punto de referencia o no responder satisfactoriamente a las preguntas de un encuestador, y también puede adoptar una -actitud participativa-, en donde realiza acciones personalizadas, percibe la información, la asimila, la compara, se forma un nuevo concepto y responde con una acción, como asistir a un punto indicado o responder satisfactoriamente a un encuestador, es aquí donde se

80 Gallardo Cano, Alejandro. P. 83.

puede controlar el siguiente mensaje del emisor.⁸¹

Una de las formas más efectivas de obtener la retroalimentación o el feedback es invitar al público radioescucha a escribir sus reacciones a través de cartas o a realizar llamadas telefónicas, de las cuales, la respuesta por carta es más valiosa, pues el escribir no es una costumbre generalizada en la población de la Ciudad de México. Las llamadas y las cartas dan lugar a un intercambio profundo entre emisor y receptor, por medio de esta información se nota si se cumplen los objetivos de la transmisión radiofónica y se deciden los cambios de la misma. Éstas personas que hablan o escriben forman un público real, porque están atentas al programa, dedican un tiempo para dar su opinión, lo realizan con honestidad, sin temor de ser censurados y saben que su crítica será de utilidad,⁸² promoviéndose así la comunicación participativa.

En el caso de los programas de entretenimiento musical, el emisor es clasificado como un locutor de continuidad, y por lo tanto tiene la oportunidad de platicar con sus radioescuchas, se tiene el objetivo de conversar coloquialmente, se hacen preguntas al aire, declaran sus puntos de vista, leen cartas y comentan las llamadas de sus radioescuchas, ya sea para platicar asuntos domésticos, aconsejar sobre distintos temas, y mandar saludos o recados entre su público oyente, esta actividad es ejecutada por el locutor en turno y se realiza conforme se va dando el programa, pues no cuenta con un trabajo previo de guión, lo que le permite ser natural y hablar con confianza con su receptor, así, también puede formar parte de un servicio social, ayudando a su público con consejos fundamentados y dando avisos de importancia.⁸³

Entre los espacios que tiene el locutor para expresarse y tratar de entrar en contacto con su público se encuentran las melodías, las cuales a través de la letra de sus canciones y de su estructura musical también transmiten mensajes que sirven de apoyo para el emisor, se depende de la selección y combinación de las piezas

81 Hernández Salazar, Concepción Elizabeth. Análisis de la Información Emisor/Receptor en textos radiofónicos. Tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México 1992. págs. 68. P. 17-21.

82 Vilar Josefina. P. 158-161.

83 Vilar Josefina. P. 68-69.

para que el receptor se sienta contento y disfrute de esa programación, también se deberá tomar en cuenta la extensión y el horario de la emisión, pues el público debe estar contento al gozar de una buena selección musical, además de aprender del conocimiento de los programadores sin necesidad de tanta explicación, pues los locutores deben presentar estos espacios haciendo alusión a su estructura, al mensaje central de la canción y su expositor, y si quien da esta información es el compositor o los intérpretes adquiere un valor documental⁸⁴, por lo que el receptor se forma una idea general de lo que esta escuchando.

Cabe aclarar que el entretenimiento musical manejado en la radio de la Ciudad de México tiene una gran variedad de ritmos o estilos, en donde la mayoría de las emisoras musicales manejan a cantantes o grupos de moda para elevar su Rating, como los baladistas, los tropicales, los rancheros, los rockeros, etcétera, y es este tipo de música a la que esta expuesto el radioescucha, la cual lo satisface o lo deleita porque a fin de cuentas es el arte de combinar los sonidos de la voz humana con los sonidos de instrumentos para la creación de melodías armoniosas, aunque para algunas personas les resulte terrible un ritmo o la letra de una canción, hay quienes sí gustan de oírlas, cantarlas y hasta bailarlas, pues como comunmente se dice: *en gustos se rompen géneros*, así cada persona recibe de la música que le gusta una satisfacción, la cual en cierta forma le da una instrucción dentro del arte musical.

Toda esta información que acompaña a la programación musical se refleja a través del lenguaje hablado en una función poética, ya sea en la letra de las canciones, en los comentarios, al presentar las piezas musicales, en los chistes, en avisos publicitarios, etcétera, todo lo que conforma la programación tiene un sentido lírico, ya sea para expresar sentimientos, hacer reír, o anunciar un producto, y esta inspiración o función emotiva también forma parte de las cualidades del locutor al emitir el mensaje, y del receptor para percibirlo y entenderlo, esto se logra fácilmente con el conocimiento de nuestro lenguaje⁸⁵; ésta es otra forma de tener una imagen de la reacción del radioescucha ante las diferentes motivaciones expresadas.

84 Vilar Josefina. P. 72-73.

85 Vilar Josefina. P. 78.

Hemos estado hablando de cómo debe hacer el locutor para entrar en contacto con su radioescucha, tomando a este como alguien pasivo, pero es el oyente quien también debe tener una gran actividad para lograr esa comunicación, pues debe saber escuchar para ser un receptor eficaz, Eileen Mc Entee menciona que este proceso activo involucra a la percepción, comprensión y otras funciones mentales, en donde se da una selección de los múltiples estímulos dados en un momento determinado, tomando únicamente la información que satisfaga sus necesidades, deseos y propósitos.⁸⁶

Al escuchar se tienen tres propósitos, ya sea para empatizar, informarse y evaluar; en el primer caso debe de acercarse a la situación de comunicación para así comprender a la fuente, explorar su punto de vista y compartir su sentimiento o su espíritu; al escuchar para informarse se necesita una mentalidad abierta y receptiva ante la fuente y su mensaje, para dar una reacción intelectual y no emocional para no distorsionar la información con nuestros prejuicios; y al escuchar para hacer una evaluación se toma en cuenta la autoridad del emisor, quién es, cuál es su puesto, su experiencia en el campo, qué motivos tiene para hablar, sus intenciones, cómo son sus razonamientos, si divaga mucho, si cae en falacias o se contradice.⁸⁷

En un programa de entretenimiento musical, el radioescucha puede tener cualquiera de estos propósitos, ya sea para identificarse emocionalmente con el mensaje del locutor o con la letra de las canciones, para obtener información sin evaluarla de los datos ofrecidos a lo largo del programa, y para calificar al locutor tanto en su persona, su voz, su intención, y sobretodo en su mensaje, o bien puede tener los tres propósitos al mismo tiempo, entonces el locutor debe de tomarlos en cuenta, pues es él quien busca identificarse emocionalmente con su radioescucha, dar una información que lo satisfaga, y lo más importante, buscar que el oyente lo conozca tanto en sus motivos, su persona, y sus ideas, para que cuando lo oigan sepan quién es, lo identifiquen y continúen escuchándolo, para así establecer una comunicación con él.

86 Mc Entee, Eileen. P. 27.

87 Mc Entee, Eileen. P. 27-28.

Para poder ganar la aprobación de un público el locutor debe de tener ciertas cualidades, Eileen Mc Entee menciona a la honestidad, el conocimiento y el dinamismo; la honestidad se relaciona con el carácter del locutor, en la credibilidad de sus mensajes y en su reputación, pues si tiene una actitud insegura, si titubea o vacila en su información y si no es reconocido en el medio, tendrá poco éxito en su aceptación; el conocimiento tiene que ver con la capacidad y experiencia sobre el tema tratado, si maneja datos confiables, y si se nota su saber lo admitirán sin problema; el dinamismo es la cualidad o personalidad con el cual el público percibe al locutor, y se recomienda que sea una proyección alegre, con energía, positivismo y sinceridad.⁸⁸

Es lógico que si ya se conocen tanto emisor como receptor la comunicación se dará con más facilidad, por lo regular en las emisoras dedicadas al entretenimiento musical, los locutores son ya reconocidos por su público, pero todos ellos tuvieron una primera vez y eran anónimos, y se pueden esperar diferentes reacciones tanto del locutor como del radioescucha, ante esta situación Eileen Mc Entee anuncia que si no se conoce al expositor generalmente se evalúa positivamente, se tendrá una actitud previa favorable, lo cual se debe aprovechar, pero sin confiarse en ello, entonces debe buscar una coincidencia con el oyente, ya sea en estatus social, actitud o creencia.

Si el locutor no es reconocido, éste deberá estar bien informado en el tema para ganar credibilidad, pues estar preparado es muy importante, pues aunque ya sea renombrado, si no domina los datos de la programación perderá su estima y su crédito. También se puede recurrir a una personalidad que lo presente ante el oyente, así mediante ese individuo dará a conocer su curriculum y sus cualidades elevando su estatus social para tener más aceptación. El locutor que se presenta por primera vez debe tomar en cuenta su reputación, su conocimiento sobre el tema, y la actitud neutral por parte del público para aprovecharla y formarse una buena imagen ante él.⁸⁹

El locutor de una emisora de entretenimiento musical debe documentarse en los temas musicales y los cantantes de todos los

88 Mc Entee, Eileen. P. 15-16.

89 Mc Entee, Eileen. P. 17-18.

tiempos, sin olvidar su trayectoria artística desde sus inicios hasta la actualidad, así como el detalle de su vida personal, pues los chismes del mundo de la farándula siempre llamarán el interés del radioescucha; para transmitir este mensaje el emisor debe hacerlo en una forma agradable, pues es él quien busca la atención y la diversión de su público. Eillen Mc Entee recomienda en un discurso de entretenimiento, en el cual se tiene el objetivo de hacer pasar un rato agradable, que se debe compartir la información a manera de experiencia vivida, para hacerla sentir al radioescucha, para ello debe ser muy hábil en su expresión oral, es decir, debe ser ingenioso para tener en la mente la situación que desea transmitir en una imagen y revivirla oralmente en todos los sentidos: visuales, verbales, auditivos, gustativos, olfativos, táctiles, térmicos, movimientos físicos, etcétera, si logra hacer imaginar o concebir uno o todos estos sentidos de una situación al oyente, tendrá mucha facilidad de comunicación con el mismo.⁹⁰

No siempre el locutor tendrá que hablar para entretener a su público, también pueden presentarse diferentes situaciones para las cuales debe estar preparado, como puede ser en el caso de un elogio a un fallecido, de alabanza a una personalidad, para conmemorar una fecha importante, para presentar a alguien, o simplemente para convencer sobre un tema o buscar una inclinación hacia ciertas ideas, así, su información, sus motivaciones, el tono franco, su buen humor, su sentimiento, y sinceridad lo ayudarán para sobrellevar cualquiera de estos momentos.⁹¹

El discurso más utilizado por los locutores es el de la improvisación, el cual se recomienda practicar constantemente para lograr que las idas queden claras. Fletcher, citado por Eillen Mc Entee, sugiere conocerse a si mismo para estar seguro de sus ideas, relacionar la situación con la información, mantenerse enterado y adaptado en el medio donde vive, tener anécdotas o comentarios listos, para así aportar ideas interesantes; se aconseja iniciar con hablar sobre algo que llame la atención, ser directo y definitivo, hacerlo en orden cronológico, preparar datos de apoyo, relacionar el comentario con otros anteriores, no tener prisas, al

90 Mc Entee, Eileen. P. 273-282.

91 Mc Entee, Eileen. P. 282.

terminar ser concreto, no disculparse para no disminuir su credibilidad, y no hablar si ya no se tiene nada que decir.⁹²

Para poder llevar a cabo una buena comunicación entre el locutor y el radioescucha se debe tomar en cuenta al desarrollo, tanto de la radio como de las comunidades, las cuales van evolucionando juntos en su cultura y en los intercambios ideológicos, aquí es en donde el idioma los identifica, siendo un factor de división y unión, es papel de la radio conservar la lengua materna, responsabilidad que recae más en los locutores, pues nuestro idioma es muy completo y ha sufrido varias alteraciones a través de los años, las cuales el locutor debe evitar y dar conservación a nuestra propia lengua, pues la radio tiene el poder de manejar a las masas, así, tanto la radio como el locutor pueden unificar la cultura popular, centralizar, colectivizar y estandarizar a una comunidad, sin olvidar que este medio esta regido por el Gobierno.⁹³

Aunque el medio esté bajo los ojos del Gobierno, las expresiones de la comunidad son libres, y pueden realizarse por medio de los locutores, así, ellos darán a conocer sus deseos y necesidades. En una programación de entretenimiento musical, el público manifestará sus inclinaciones o desprecios ante las canciones o los cantantes, siguiendo una línea propia e ininterrumpida de sus ideologías en el género, en estas exposiciones de los radioescuchas no se obliga ni se censura, se dice todo lo que creen y desean, y sin notarlo es una expresión natural de la colectividad, la cual tiene una gran importancia para los medios.⁹⁴

De esta manera, gracias a las diferentes opiniones de los radioescuchas, se crean divisiones entre ellos y surge la necesidad de producir diferentes emisoras o programaciones, para así dedicar cierto tiempo o espacio a los diferentes círculos de oyentes, en una emisora de entretenimiento musical⁹⁵, por lo regular las divisiones se dan en diferentes horarios, en programas de temas, de ritmos o de artistas específicos, para así complacer al oyente con una de sus

92 Mc Entee, Eileen. P. 285.

93 Arnheim, Rudolf. P. 141.

94 Arnheim, Rudolf. P. 145.

95 Arnheim, Rudolf. P. 147-148.

tantas necesidades de acuerdo con sus diferentes gustos, y darle una posibilidad de elección entre emisoras y programas.

Los programas radiofónicos llegan a cualquier lugar ya todo tipo de gente, dando cierta igualdad a todos sus radioescuchas, pues es un medio que no es impuesto a nadie, porque todos vivimos en la misma sociedad, si un programa es bueno será por la elección realizada por el público al escucharlo de acuerdo con su personalidad y sus condiciones. Rudolf Arnheim indica que esa posibilidad de preferir un programa u otro no es realmente importante para el oyente, pues si no necesita elegir no lo hace, y solamente en raros casos lo realizará para evitar un esfuerzo intelectual.⁹⁶

Con el comentario anterior, Rudolf Arnheim trata a los radioescuchas como retrasados, incapaces de hacer una elección entre emisoras y programas, a lo cual se rebate al indicar que si una persona de la Ciudad de México desea escuchar un programa de entretenimiento musical, por lo regular ya tiene una emisora previamente elegida, porque la escuchó en algún lugar y le gustó, o simplemente porque es la que está sintonizada en su radio, pero generalmente si en un principio no le agrada la transmisión, empezará a buscar entre las diferentes estaciones hasta encontrar una de su agrado, basándose en sus gustos musicales y en su identificación con el locutor.

El locutor de un programa de entretenimiento musical realizará su emisión adecuándose a las necesidades de su auditorio con el que cuenta, no puede dejarse influenciar por la opinión de algunas personas por su nivel intelectual, la masa es la importante, y tampoco puede permitir la imposición de horarios, es un programa para transmitirse siempre que se le desee. Así, nos damos cuenta de la gran influencia de la radio. Rudolf Arnheim la califica como “un dominador ilimitado que mata todas las iniciativas intelectuales. Llega a conseguir que decrezca el interés por la lectura, la conversación, y la música en el hogar”⁹⁷.

Es entonces el locutor quien debe tomar en cuenta a su público y no encajonarlo sólo como seres oyentes, sino como personas con la capacidad de razonamiento y percepción, por lo

96 Arnheim, Rudolf. P. 153-155.

97 Arnheim, Rudolf. P. 156.

tanto debe incluir en su programación información de interés que enriquezca su conocimiento, como pueden ser noticias nacionales e internacionales, datos interesantes del mundo en que vivimos, o invitaciones a museos y exposiciones, él puede compartir muchísima información y puede crear una buena costumbre a sus radioescuchas, además el programa de entretenimiento musical no invade totalmente la vida de los habitantes de la Ciudad de México, por lo tanto no debe preocuparnos una enajenación por parte de los mismos, pues sólo en raros casos las personas escucharán emisiones musicales todo el día, pues existen varios elementos que distraen la atención del radioescucha, los cuales están dentro del ambiente en donde normalmente se encuentra, y lo poco que realmente escuche en la radio será satisfactorio, por lo tanto el locutor debe saber de esa atención superficial, continuando con su programación, pues su público, en la mayoría de las veces, sólo lo escuchará como compañía pasajera.⁹⁸

La poca comunicación entre el locutor y el radioescucha puede producir pasividad en ambos lados, y es difícil para el programa adaptarse a la sociedad, Rudolf Arnheim dice que la radio es "donde uno habla sin poder oír y donde los demás oyen sin poder hablar."⁹⁹ Aunque esto resulta cierto y hasta se oye cruel, podríamos aventurarnos a decir que en la actualidad, gracias a las cartas y llamadas telefónicas, los programas y los locutores cuentan con una buena comunicación con su público, que le dan una retroalimentación importante en la cual basan su programación.

Pero un programa de entretenimiento musical tiene el gran riesgo de convertirse en una simple compañía para el radioescucha, quien lo utiliza como un fondo sonoro para sus actividades, y por lo tanto no se puede asegurar que el oyente este totalmente atento al mensaje del locutor entre las melodías del programa, pues pueden realizar otras tareas al mismo tiempo, se depende entonces de cuánta concentración estén utilizando en esa actividad, de esta manera oyen el programa pero no lo escuchan, hacen del ruido o del fondo sonoro algo necesario y el silencio es algo incómodo que los puede asustar.¹⁰⁰

98 Arnheim, Rudolf. P. 158.

99 Arnheim, Rudolf. P. 160.

100 Silberman, Alphons. P. 44.

En la radio el silencio es un grave problema que se debe evitar lo más posible, pues a diferencia del cine, la televisión, el teatro, y hasta en la literatura con los puntos suspensivos, el silencio puede ser muy explotado si se respalda con imágenes movimientos o todo un ambiente creado para una situación literaria, pero en la radio el silencio no se puede perdonar, pues más que nada refleja una falta de atención en la transmisión, debido a que la función principal de la radio es transmitir sonidos de cualquier tipo para satisfacer las diferentes necesidades de su auditorio, y si deja de hacerlo, entonces simplemente no funciona, no sirve como medio de comunicación.

Si los individuos utilizan la radio para acompañarse, para no sentirse solos o angustiados, aunque sea en una forma de fondo sonoro, aunque sólo oigan y no escuchen la programación, la radio debe cumplir con esa función, debe evitar el silencio de sus oyentes, su soledad y su miedo¹⁰¹, y en este caso el público sería clasificado como el grupo de los perezosos, ya mencionados en el primer capítulo.

De esta manera los medios de comunicación forman actitudes y prejuicios en la sociedad, debido a la influencia directa con la gente, pues la actitud de las personas inicia con la selección en la variedad de programas y la atención prestada a los mismos, ya sea para oír o escuchar el programa en una forma pasiva o participativa, en ese momento la actitud del radioescucha ya entró en función de acuerdo con su interés, el motivo, su costumbre o modo de comportamiento ante el medio de comunicación, porque puede tener influencia en la actitud del receptor, y sobre todo en el prejuicio de la gente, en la manera de calificar o evaluar situaciones o personalidades, pues logran generalizaciones en el contenido del mensaje, tienen efectos a corto y a largo plazo, y se fundamentan en la experiencia de la situación.¹⁰²

Para lograr esta influencia con los receptores se debe de tener una comunicación completa con los mismos, la cual puede llevarse a cabo con la transmisión de sentimientos y emociones por parte de los emisores en los medios de comunicación, pues existen

101 Silberman, Alphons. P. 45.

102 Kagelman, H. Jürgen. Wenninger, Gerd. Psicología de los medios de comunicación. De. Herder. Barcelona 1986 págs. 398. P. 44.

emociones que son muy difíciles de entender y sobretodo de interpretar, si un locutor logra exponer sentimientos puede provocar una reacción sentimental paralela con su radioescucha, y así influir en su receptor, algunas de estas expresiones son reacciones heredadas al nacer, son naturales y se comprenden a nivel universal como la risa o el llanto, sin olvidar el entorno social y cultural, porque pueden existir diferencias específicas de cada cultura.

En nuestra sociedad y cultura de la Ciudad de México las emociones y sentimientos tienen un mismo código y valor, y los medios de comunicación pueden generar reacciones emocionales de acuerdo al contenido del programa, y pueden utilizarlas como material estímulo para hacer una evaluación de la retroalimentación entre el medio y su público.¹⁰³

En el caso de un programa radiofónico de entretenimiento musical, los sentimientos y las emociones irán de acuerdo con el perfil del mismo, puede ser un programa de baladas románticas, de rock, de música grupera, etcétera, pues la música tiene la cualidad de poder ser muy triste y melancólica en ciertos casos, o agresiva, reventada y alegre en otros, y se pueden experimentar diferentes sentimientos continuos al escuchar una u otra pieza musical, entonces el locutor podrá comprobar a través de las cartas y de las llamadas telefónicas si se comparte la misma emoción ante las melodías y tener una comunicación cercana con su radioescucha, aunque no todos los oyentes perciban igual una emoción, lo importante es que el mensaje provoca una reacción.

La comunicación entre el locutor y el radioescucha también puede basarse en la búsqueda de ayuda, asesoramiento y consejo por ambas partes, pero en la mayoría de los casos es el público quien recurre al medio para encontrar orientación en diferentes ámbitos de la vida diaria, como la salud, educación y problemas psíquicos, pues muchas personas acuden a la radio para exponer sus problemas, los cuales pueden ser resueltos con información explícita o con soluciones estereotipadas, es decir, dando ejemplos o relatos de individuos en la misma situación, o con opiniones o ideas ya aceptadas por la sociedad.

103 Kagelman, H. Jürgen. P. 50.

La información y la orientación dada por los medios de comunicación no sólo ayuda a la persona que la solicita, este asesoramiento también es importante para la sociedad, debido a que la masa se encuentra ante el medio y varios individuos pueden estar en la misma situación, identificándose con la gente que pide ayuda, por lo tanto los medios de comunicación deben evitar a los locutores que den malos consejos u orientaciones, pues se pueden tener desviaciones si se manejan estereotipos negativos, así, el locutor debe ser positivo al igual que sus consejos o ayuda proporcionada, para entonces precaver dificultades tanto en la persona que solicitó apoyo como en la sociedad, al identificar el problema y prevenir sus consecuencias.¹⁰⁴

La orientación y ayuda solicitada por el público en un programa musical puede ser, en la mayoría de los casos, acerca de dudas del mundo de los artistas, las canciones y los compositores, en otros recurrir a las letras de las canciones para identificar su situación emocional, para pedir un consejo en relaciones amistosas y de amor, o mandar saludos y mensajes a sus amigos o parejas, y la información u orientación otorgada será siempre positiva, basándose en los estereotipos de la cultura popular, el locutor casi no se enfrentará con problemas entre los oyentes por el género del programa, y si no tiene la información, podrá orientar en dónde o quien pueda dar la ayuda.

El medio tiene la facilidad de poder tocar temas de los que se evita hablar en la vida cotidiana, como es el sexo, y este satisface esa necesidad, pues el locutor se convierte en un informador directo, “promete ayuda no comprometida, anónima, barata, y fácilmente asequible”, y la relación “a través de una carta o una llamada telefónica producen menos angustia y apenas existe el peligro de una estigmatización -pública- como consecuencia de esta toma de contacto”¹⁰⁵.

Después de todo no se sabe si la ayuda es aceptada, si se toma nota de ella, si realmente se sigue el consejo, si se influye en la conducta, si ésta se refuerza o se modifica, por lo cual es importante que se de el asesoramiento indicado y por personal calificado.

104 Kagelman. H. Jörgen. P. 98.

105 Kagelman. H. Jörgen. P. 100.

Además de dar ayuda, los medios de comunicación son efectivos para dar una ampliación de conocimientos a su público, pues se da gran variedad de información ya sea de conocimiento general, de notas nacionales o internacionales, cuántas veces hemos escuchado a los locutores comentar lo que está pasando en el país o en el mundo, o dar entre canciones datos interesantes, aunque el medio educativo clásico de el maestro y el libro queden exentos¹⁰⁶, la radio, y por lo tanto el locutor, dan una formación valiosa y eficaz a su público complementando la enseñanza normal.

Los medios de comunicación promueven la participación de la población en diferentes situaciones sociales, pues no sólo se da información al público, sino que también pueden hacer que participe y actúen en una forma real, dando lugar a la opinión pública clasificando a su auditorio como a una gran familia¹⁰⁷, el locutor de un programa musical en gran parte de su trabajo invita a sus radioescuchas a participar, donde ellos dan su parecer acerca de los éxitos de moda y de todos los tiempos, junto con los comentarios de la vida de los artistas, así se obtendrá una respuesta provocando una opinión pública, basados en el grupo social al que pertenecen y en los líderes de opinión, quienes influyen en la elección de los éxitos y los cantantes, lo cual puede ser muy favorable para un artista o peligroso para otro.

Un programa de radio puede contribuir al reforzamiento o mantenimiento de opiniones existentes, las puede debilitar y/o transformar, esta modificación no depende totalmente del medio, sino del público que la va formando con sus ideas, pues el oyente puede o no aceptar lo que se le ofrece y hace su elección de acuerdo a sus necesidades e intereses, por lo cual es un público activo y puede competir libremente para comunicarse gracias a su participación.¹⁰⁸

Dentro del género de entretenimiento musical esta situación se hace presente cuando una melodía agrada o desagrade al público, tanto en su estructura musical, la letra de la canción y la interpretación de la misma, el locutor junto con su radioescucha

106 Kagelman. H. Jörgen. P. 141.

107 Kagelman. H. Jörgen. P. 199.

108 Kagelman. H. Jörgen. P. 204.

darán la aceptación o el rechazo, formarán una opinión, la modificarán, la enfrentarán con otras melodías y la eliminarán de acuerdo con sus gustos y preferencias musicales, llevando a cabo su participación, la cual es de suma importancia, pues retroalimentan al programa dando su información en una forma recíproca, y forman a ese grupo social formado por la radio, el programa, el locutor y el radioescucha.

El cómo se da una elección musical por parte de un público se debe a la función recreativa que las melodías ofrecen, para ello se pueden hacer diferentes categorías de las mismas, como las canciones de moda o las de años pasados, pero sobretodo en los diferentes ritmos que puede tener, como rock, pop, disco, jazz, balada, country, salsa, cumbia, quebraditas y merengue entre otros, de acuerdo con todas las categorías musicales que puedan surgir, se debe tomar en cuenta cómo se forman las preferencias estéticas y los efectos de recepción basados en las vivencias y el ámbito en donde se percibe la música.¹⁰⁹

Las preferencias estéticas se definen por la edad, la escolaridad, las características demográficas, la cultura social, y la estructura de la personalidad de los oyentes.¹¹⁰ No serían los mismos gustos entre niños, jóvenes, adultos y ancianos, entre un analfabeta y un profesional, entre personas de un país a otro, entre gente de provincia y una gran Ciudad, o entre individuos alegres o serios.

Si se trata de un programa de entretenimiento musical para la Ciudad de México, se podría decir que es escuchado por la gran mayoría de su población, entre adolescentes, jóvenes y adultos, en donde casi todos cuentan con la formación básica, estudian y/o trabajan, se desenvuelven dentro de la sociedad, la cultura y el ambiente de la Ciudad de México, en donde hay gran variedad de gustos de acuerdo a la clase social y la demografía interna de la Ciudad, pues no son las mismas preferencias musicales de quienes por ejemplo viven en Neza a los que viven en Polanco, o entre un obrero y el dueño de una fábrica. Por eso se da la gran variedad de programas musicales de diferentes cualidades y ritmos, para satisfacer la necesidad de esa gran sociedad de la Ciudad de

109 Kagelman. H. Jörgen. P. 312.

110 Kagelman. H. Jörgen. P. 313.

México en donde hay todo tipo de gustos.

Otro punto de vista acerca de la música, sería la reacción ante las melodías, pues quien las produce y quien las interpreta tienen un objetivo en la transmisión de las mismas, el cual puede ser variado, desde alegrar, recordar, conmemorar, concientizar, y sobre todo relacionar situaciones de amor y desamor, pero puede suceder que una pieza musical tenga efectos diferentes en distintos receptores. También se pueden dar relaciones musicales creadas por condicionamientos en la percepción individual, debido a vinculaciones asociativas de la música y de estados emocionales, por rasgos específicos y por la combinación e interpretación musical, creados a lo largo de la historia y propagados por las instancias culturales de la sociedad¹¹¹, por ejemplo la relación dada entre música de marcha con celebración militar, el mariachi con festejo, fúnebre con muerte, clásica con tranquilidad, etcétera.

Cada individuo puede reaccionar de manera diferente ante una pieza musical, porque cada persona establece su preferencia basada en sus gustos, sus deseos y establece límites, los cuales tiene programados en su inconsciente. "Los principios de la psicología profunda parten generalmente de una codificación *simbólica* de los impulsos y deseos inconscientes del compositor o el redactor en su producto. Estos mensajes simbólicos activan en el oyente los mismos impulsos que él satisface durante la audición en una forma aprobada por la sociedad a modo de sustitución... Así, la música es para el receptor una satisfacción substitutiva de los deseos, impulsos y necesidades no satisfechos y, por ello, en los principios psicoanalíticos tienen la misma funcionalidad que el sueño."¹¹²

Un programa de entretenimiento musical satisface entonces, los gustos junto con los deseos no cumplidos de los radioescuchas a través de la letra de las canciones o la composición de la pieza musical, pero este fenómeno también se puede dar por medio de las llamadas telefónicas, pues al entrar en contacto directo con las personas y escuchar de viva voz sus comentarios, ideas, deseos e impulsos, el público se identificará y quedará contento con esa expresión, así el programa logra un acercamiento al permitir una declaración pública de una preocupación particular, pues la

111 Kagelman. H. Jürgen. P. 314.

112 Kagelman. H. Jürgen. P. 316.

“intimidad” de una llamada, o dar la sensación de escuchar algo a escondidas forma parte del encanto del programa, y se fomenta la interacción comunicativa entre el locutor y el radioescucha además de hacer más atractiva la transmisión.¹¹³

A través de la participación del radioescucha por medio de las llamadas telefónicas se dará a conocer el sentir, el tacto y la dinámica de una sociedad, la cual se sentirá a si misma por su propio pulso,¹¹⁴ y estará satisfecha al saber que sus opiniones se toman en cuenta porque salen a la luz gracias a su intervención directa con el programa, dando un lugar a las personas que no pueden tener un fácil acceso a los medios de comunicación, y logran completar en cierta forma al proceso de comunicación gracias a esa relación entre el locutor y el radioescucha.

El enlace que existe entre el locutor y los oyentes se debe a que en la actualidad la mayoría de las personas tienen acceso al medio de la radio, pues cuentan con un receptor en casa, en el auto o en el transporte público, y también utiliza aparatos portátiles, así una transmisión puede llegar a mucha gente en una forma sencilla y común, por lo tanto se tiene una comunicación con un gran público, la cual es indirecta, no se puede asegurar que la información realmente llegue al individuo, entonces el medio se vale de la grabación y repetición constante de lo que se desea hacer llegar al público¹¹⁵, como datos importantes a nivel de comunidad o nacional, promoción de la estación para que sigan sintonizándola, chismes de la vida de los artistas, y obviamente la venta de productos.

Un programa de radio gracias a la influencia y la comunicación que tiene con su público puede ayudar a elevar el nivel cultural de una población, pues es un medio en donde no se necesita saber leer y escribir, y aunque se sienta cruel, no se necesita ver, es por eso que la información que maneje el locutor, su lenguaje y su capacidad intelectual debe ser impecable para que al tener contacto con su público lo instruya en una forma indirecta, ampliando sus conocimientos y enterándolos de la realidad en que viven, sin la intención directa de cambiar sus opiniones, sus

113 Lewis, Peter M. Booth, Jerry. P. 142-143.

114 Lewis, Peter M. Booth, Jerry. P. 166.

115 Bonaparte, Héctor M. P. 7-12.

preferencias o gustos musicales, pues después de todo el contenido del programa es lo que el público pide.¹¹⁶

Otro aspecto de la comunicación entre el locutor y el radioescucha es la influencia intencional que pueda tener el mensaje del emisor para tratar de convencer a su receptor ante cualquier tipo de situación, para empezar porque el locutor es clasificado como un líder de opinión al encontrarse en un medio de comunicación con la posibilidad de transmitir su mensaje a una gran población en forma indirecta, la influencia de un mensaje depende de la atención, comprensión y aceptación del mismo por parte del receptor, quien tendrá la opción de cambiar de actitud, de opinión o percepción del tema y puede dar lugar a un cambio en su conducta.

Si el locutor desea persuadir a los radioescuchas debe de estar convencido de lo que va a transmitir, cual es su objetivo, cómo lo va a hacer y sobre todo debe conocer cómo podría reaccionar su público, basándose en el conocimiento previo de las necesidades del receptor, para tener congruencia en la intención del mensaje, y en el momento de comunicarlo debe lograr credibilidad ayudado por su personalidad y su motivación. Al transmitir un mensaje con la intención de persuadir, se eligen las palabras y las expresiones, se crean ideas de acuerdo al tema, se sabe cómo iniciar y terminar, y se toma en cuenta lo implícito en las oraciones, es decir, lo que no se dice verbalmente, sino a través del énfasis y el tono de la voz, lo cual puede ser muy eficaz para tener el poder de influir en los demás, pero se tiene un límite, porque se puede rechazar el mensaje por parte del receptor al calificarlo o clasificarlo con su realidad y su disciplina, o simplemente no lo entienda, por lo tanto no siempre se tiene éxito en la comunicación persuasiva.¹¹⁷

Es así como se ha tratado de dar una amplia explicación del fenómeno de comunicación entre el locutor y el radioescucha, iniciando con el análisis del proceso de la comunicación comparándolos con el locutor y el radioescucha. Así esta comunicación tiene una función de autorregulación combinada con la de metacomunicación, y es de tipo indirecta-unilateral-

116 Bonaparte, Héctor M. P. 12-14.

117 Ricci Bitti, Pio E. P. 233-265.

pública. En donde todo surge a través de la voz, la cual da información no verbal por medio del tono, la intención y el contexto, además de la capacidad intelectual y la actitud natural del locutor al transmitir el mensaje tomando en cuenta al radioescucha. Dando lugar a la importancia de la empatía, llevada a cabo por su sensibilidad, su motivación, y por conocer el sistema social donde se desenvuelven. También se obtiene retroalimentación a través de las relaciones públicas, sin olvidar las cartas y llamadas telefónicas elaboradas por un público real. Por otro lado el radioescucha lo oirá con atención ya sea para empalmar, informarse o evaluar al locutor, quien se dará a conocer por su honestidad, conocimiento y dinamismo, por medio de la improvisación llevada a cabo con seguridad y credibilidad. El locutor deberá cuidar el lenguaje, no distorcionarlo y enriquecer al radioescucha, aunque sea para acompañarlo y evitar su soledad. El oyente formará actitudes, prejuicios y generalizaciones basándose en el perfil del programa, sobre todo en la música, o buscará ayuda o asesoramiento, por ello el locutor debe ser positivo, quien podrá invitar a participar a su radioescucha y formar una opinión pública. Otro aspecto es la reacción del radioescucha ante la música, basada en su vivencia y el ámbito en donde la percibe, con su edad, su situación demográfica, su escolaridad, su cultura social y su personalidad, dada también por el objetivo del compositor o intérprete, por las relaciones condicionadas ya creadas, y por la satisfacción de los deseos en una forma inconsciente, por lo tanto el emisor puede tener cierta influencia en su radioescucha.

Así se comprueba, en una forma teórica, la comunicación entre el locutor y el radioescucha, al analizar y comparar todos los puntos y aspectos anteriores. Ahora lo interesante sería conocer el punto de vista de ellos mismos; lo cual se expondrá en los siguientes capítulos.

IV. LOS RADIOESCUCHAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

A) OPINIÓN DEL RADIOESCUCHA.

Para dar a conocer cuál es la opinión del radioescucha ante el locutor, se elaboró una encuesta basada en los puntos expuestos en los capítulos anteriores, los cuales se comprobaron con el resultado de la misma.

Es importante entonces saber lo que es una encuesta, cómo se conforma y con qué objetivo se realiza, por lo tanto se irán indicando estos aspectos de acuerdo con el tema de la comunicación entre el locutor y el radioescucha.

Una encuesta tiene el objetivo de recopilar datos testimoniales provocados o dirigidos, éstos se obtienen en forma escrita u oral, y adquirirán junto con las fuentes un valor documental.¹¹⁸ En este caso se invitó a personas que cumplen con el requisito de la encuesta, que fueron todas aquellas que escuchan radio musical, pues quien no tuvo esta cualidad no aportó información provechosa; se hicieron las preguntas y las respuestas oralmente, las cuáles se anotaron por el encuestador (YO).

La encuesta se aplicó a una muestra de 100 personas, la cual representó a la población de la Ciudad de México, y permitió generalizar para el universo los resultados obtenidos. Para que la muestra sea representativa las características de las personas que la conformen deben coincidir con las de la población.¹¹⁹ Se parte del supuesto de que los datos de esa porción se apliquen al todo, y se da porque los elementos son semejantes y están bien mezclados, aún así el muestreo se basa en la probabilidad, se realiza con cierto azar al escoger a los individuos, pero se debe tomar en cuenta que los datos son válidos, a pesar de las limitaciones y del margen de error, por lo tanto debe ser muy concreta.¹²⁰

La muestra puede ser estratificada, es decir, se divide la población ya sea en categorías, clases, tipos, o grupos con

118 Garza Mercado, Ario. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales. 3a. edición. México 1981. págs. 287. P. 167.

119 Garza Mercado, Ario. P. 169.

120 Jiménez Ottalengo, Regina. Pulín Pérez, Georgina. Técnicas para el Análisis de la Expresión Verbal. U.N.A.M. Editorial Tierra Firme S.A. de C.V. México 1989. págs. 308 P. 10-11.

características comunes, como ubicación rural, vivienda, nivel socioeconómico, sexo, edad, nivel académico, etcétera; ya identificado el estrato se seleccionan cuáles formarán parte de la muestra¹²¹; en nuestra encuesta la estratificación se hizo en primer lugar con las personas que escuchan radio de corte musical, en cuanto a las características comunes, importó que sean de la Ciudad de México, del total de 100 personas se eligieron 50 hombres y 50 mujeres, y se pensó en 25 hombres y mujeres encuestados en el metro de la Ciudad, y los restantes en una plaza comercial de gran concurrencia; todos entre las edades de 10 a 60 años.

Para cubrir la primera parte, como ya se mencionó, se trató de tomar los primeros 50 encuestados en una estación del metro con demasiado tráfico personal, pues es uno de los puntos de la Ciudad donde la gente se congrega, donde también se encuentran personas de diferentes edades y gustos, como en la estación Pino Suárez en un fin de semana a las dos o tres de la tarde, haciendo las preguntas a 25 hombres y 25 mujeres; la segunda parte se intentó realiza en un Centro Comercial de numerosa asistencia, como puede ser Plaza Universidad o Perisur, debido a que en éstos lugares también acuden todo tipo de personas; en un fin de semana en un horario de cuatro a seis de la tarde.

El instrumento para aplicar la encuesta es el cuestionario, pues a través de él se observan y se definen los puntos más importantes para conseguir la información deseada para que se obtengan datos uniformes; de esta manera las preguntas se hicieron en cuatro secciones, la primera de datos generales, la segunda acerca de la actitud del radioescucha ante el locutor, la tercera del aspecto legal o requisitos para un buen locutor, y la cuarta de comunicación entre el locutor y el radioescucha.

Los cuestionarios pueden ser elaborados con base en hechos, o en actitudes u opiniones, en donde el primero es para averiguar lo que la gente sabe, y el segundo lo que piensa o siente; entonces la primera sección es de hechos y las tres últimas serán de actitudes. El cuestionario puede tener preguntas estructuradas, es decir, predeterminadas, abiertas o cerradas, dicotómicas o de

121 Garza Mercado, Ario. P. 170.

abánico, ya sea que se respondan afirmativa o negativamente, o con la elección entre varias categorías respectivamente¹²²; nuestro cuestionario tendrá entonces una combinación de éstas, pues en unos casos es importante conocer la opinión abierta del radioescucha, en otros con una respuesta afirmativa o negativa es suficiente, y en otras cuestiones resulta necesario especificar ciertas categorías a elegir.

Ario Garza Mercado indica que el cuestionario debe contener identificación, solicitud de cooperación, instrucciones, tener un mínimo de preguntas claras, sencillas e inequívocas, las cuales se presentarán en forma ordenada, de las generales a las fáciles, sin sugerir respuestas e invitar al anonimato¹²³; en este caso la presentación, la solicitud de cooperación y la indicación de instrucciones se harán personalmente, en una forma directa, se trató de hacer el menor número de preguntas, pues son varios temas a abordar, se colocaron en primer lugar las de fácil respuesta para introducirlos en el tema y provocarlos a responder más abiertamente las preguntas un poco más complejas, se les habló con confianza y familiaridad, para empezar directamente con las preguntas, y al final se preguntó si era posible tener su identificación, aunque una vez que dieron la información con la confianza de no dar un nombre, no importó mucho la identidad de las personas, la cual fue sólo un requisito para respaldar su información, y no se de la sensación de que el anonimato oculte datos oscuros y sin responsabilidad.

La primera parte del cuestionario que comprende los datos generales, van de la pregunta número 1 a la 9, en donde se averiguó el nombre, la edad, y el nivel académico del encuestado, lo cual se preguntó al final de la aplicación de todo el cuestionario, con el objetivo de que empezaran a contestar con la confianza de no dar datos sobre su persona; entonces se inició con la introducción al tema de la radio, al preguntar: el horario en que normalmente lo escuchan, en que lugar lo oyen, estación o estaciones que acostumbran oír, programas musicales que habitualmente escuchan, y locutor o locutores que oyen con frecuencia.

122 Garza Mercado, Ario. P. 171-172.

123 Garza Mercado, Ario. P. 173.

En el siguiente bloque de preguntas que van de la 10 a la 13, se pretendió averiguar la actitud del radioescucha ante al locutor, primeramente se cuestionó la intención con que se escucha radio, explicando las categorías de: aficionado, especialista, *snob* y perezoso, ya expuestas en el primer capítulo, en donde podían escoger más de una opción; después se vió cómo se realiza la elección de las emisoras, dando las opciones de: si ya la tienen sintonizada, la conocen o la han escuchado anteriormente, y/o buscan hasta encontrar algo que les agrade, también podían elegir más de una categoría; en la siguiente cuestión se vió la actitud o el uso que el radioescucha le da a la radio, lo cual también forma parte de la función del locutor, para ello se seleccionó entre escapar de los problemas, descansar, conseguir un placer cultural o estético, y/o buscar una liberación o estimulación emocional, y al igual que en las preguntas anteriores se podía escoger más de una opción; por último se preguntó si se ha tenido contacto con encuestadores por parte de las emisoras, lo cual se respondió afirmativa o negativamente.

En el siguiente bloque del cuestionario, la pregunta 14, se interrogó acerca de los requisitos para ser un locutor, así el público encuestado sugirió entre los niveles académicos de secundaria, bachillerato, y/o profesional que debería tener un aspirante a locutor; si debe o no presentar un examen de expresión, interpretación, pronunciación de palabras extranjeras, e improvisación; indicar la preferencia de nacionalidad entre mexicana y/o extranjera; y por último dio su opinión abierta en cuanto al comportamiento que un locutor deba tener ante su público.

La última sección comprendió el tema de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, las preguntas son de la número 15 a la 29, en donde se inicia cuestionando si reconocen a los locutores, aunque sea por voz, de una estación a otra, lo cual se respondió con un si o no; después vimos en qué se basa la gente para elegir a un locutor, porqué le cae bien esa persona, anotando esas cualidades; el cómo se escucha al locutor es la siguiente pregunta, en donde se eligió entre si es con atención, como compañía o como fondo sonoro, y también podían escoger más de una categoría; se continúa con la reacción del radioescucha ante

un locutor nuevo; se prosigue con la calificación que el público da a los locutores, en donde se indicaron buenos, malos o regulares, en su nivel académico o de preparación, en el dominio de información de su programa, y en la exposición de sus ideas; después vimos si el oyente siente que es importante o no para el locutor, y si el locutor lo toma en cuenta en su plática o se pone en su lugar para tener comunicación con él, así estas dos interrogaciones se contestaron con un sí, no o a veces; después vimos cómo percibe el público la acción del locutor para tener esa comunicación, en donde expusieron sus elementos utilizados para entrar en contacto con el radioescucha; luego se averiguó la participación activa o pasiva de los oyentes preguntando si han hecho llamadas telefónicas o mandado cartas para entrar en contacto con el locutor, si han participado en puntos de encuentro propuestos por el locutor, si piden complacencias o ayuda, si se identifican con las sugerencias o asesoramientos solicitados por el público, y si satisfacen los locutores las peticiones, todo se respondió afirmativa o negativamente; para finalizar, vimos si los locutores influyen en sus ideas, y sobretodo el porqué de la influencia, o no, en sus opiniones.

De las etapas de una encuesta expuestas por Ario Garza, se tomaron las de planeación o preparación, la de prueba, la de corrección, la de aplicación, la de tabulación de resultados, la de análisis, crítica, interpretación y resumen de las respuestas¹²⁴; así, la planeación de las preguntas y por lo tanto del cuestionario, se fue realizando a lo largo de la elaboración de los capítulos anteriores, en donde se iban anotando las posibles cuestiones, con esos datos se hizo la preparación de un primer cuestionario, posteriormente se probó con unas cuantas personas de confianza explicándoles el objetivo, con ello se dio la corrección, ahora viene la parte importante, que comprendió la aplicación del cuestionario y el análisis de su resultado.

El cuestionario se elaboró en una sola página al igual que la hoja de respuestas, en donde se anotaron los datos de preguntas abiertas o las opciones elegidas, así, se manejó un sólo ejemplar del cuestionario, y 100 copias de la hoja de respuestas, los cuales se muestran a continuación:

124 Garza Mercado, Ario. P. 174.

CUESTIONARIO:

- 1- NOMBRE
- 2- EDAD:
- 3- DELEGACIÓN O COLONIA DONDE VIVE
- 4- NIVEL ACADÉMICO: A) Primaria. B) Secundaria. C) Bachillerato. D) Profesional.
- 5- HORARIO EN QUE NORMALMENTE ESCUCHA: RADIO DE CORTE MUSICAL:
- 6- LUGAR EN QUE ESCUCHA LA RADIO:
- 7- ESTACIÓN RADIOFÓNICA MUSICAL QUE ACOSTUMBRA OÍR:
- 8- PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO MUSICAL QUE ACOSTUMBRA OÍR:
- 9- LOCUTOR O LOCUTORES QUE ACOSTUMBRA OÍR
- 10- ¿Con qué actitud escucha la radio musical?
A) Aficionado: Gusta de cualquier género de música que sea rítmica y emotiva.
B) Especialista: Gusta de la música a través de la partitura, la forma, la armonía, la interpretación y el movimiento.
C) Snob: Gustan de un tipo de música muy determinada que se encuentra "de moda", les gusta hablar de ella y ser vistos en lugares donde se la interpreta.
D) Perezoso: No le importa el tipo de música que sea, simplemente busca compañía.
- 11- ¿Cómo hace la elección de emisoras o programas?
A) Porque ya esta sintonizada.
B) Porque ya la conoce o la ha escuchado anteriormente.
C) Busca hasta encontrar algo que le agrade.
- 12- ¿Cuál es su intención ante el programa musical?
A) Escapar de los problemas.
B) Descanso.
C) Conseguir un placer cultural o estético.
D) Ocupar el tiempo libre.
E) Liberación o estimulación emocional.
- 13- ¿Se han puesto en contacto con usted para saber su reacción ante un programa de radio, (encuestadores)?
- 14- Legalmente ¿Qué exigiría a un locutor ?
A) Nivel académico: Secundario, Bachillerato, Profesional.
B) Aprobar un examen de expresión e interpretación en un micrófono, pronunciación de palabras extranjeras e improvisación.
C) Nacionalidad: Mexicana o extranjera.
D) Actitud y comportamiento.
- 15- ¿Conoce a los locutores, los identifica? (Por voz de una estación a otra).
- 16- ¿En qué se basa para elegir a un locutor?
- 17- ¿Cómo escucha al locutor?
A) Con atención.
B) Como compañía.
C) Como fondo sonoro.
- 18- ¿Qué reacción tiene cuando es un locutor nuevo?
- 19- ¿Cómo califica la capacidad de un locutor nuevo?
A) Nivel académico.
B) Dominio de información de su programa.
C) Exposición de sus ideas.
- 20- Su presencia o participación ¿Es importante para el locutor?
- 21- Cuando el locutor habla ¿Lo toma en cuenta en su plática o siente que se pone en su lugar para tener comunicación con usted?
- 22- ¿Qué elementos utiliza el locutor para comunicarse con usted?
- 23- ¿Ha hecho llamadas telefónicas o mandado cartas para ponerse en contacto con el locutor?
- 24- ¿Ha participado en puntos de encuentro propuestos por el locutor?
- 25- ¿Pide complacencias, ayuda, asesoramiento u orientación al locutor?
- 26- ¿Se identifica con las sugerencias o asesoramientos solicitados al locutor?
- 27- Los locutores ¿Satisfacen las peticiones?
- 28- ¿Influye el locutor en sus ideas?
- 29- ¿Porque?

RESPUESTAS:

- 1- NOMBRE: _____
- 2- EDAD: _____
- 3- DELEGACIÓN O COLONIA DONDE VIVE: _____
- 4- NIVEL ACADÉMICO: A) B) C) D)
- 5- HORARIO EN QUE NORMALMENTE ESCUCHA RADIO DE CORTE MÚSICAL: _____
- 6- LUGAR EN QUE ESCUCHA LA RADIO: _____
- 7- ESTACIÓN RADIOFÓNICA MUSICAL QUE ACOSTUMBRA OÍR: _____
- 8- PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO MUSICAL QUE ACOSTUMBRA OÍR: _____
- 9- LOCUTOR O LOCUTORES QUE ACOSTUMBRA OÍR: _____
- 10- A) B) C) D)
- 11- A) B) C)
- 12- A) B) C) D) E)
- 13- SI. NO.
- 14- A) Secundaria, Bachillerato, Profesional.
B) SI. NO.
C) Mexicana o extranjera.
D) _____
- 15- SI. NO.,
- 16- _____
- 17- A) B) C)
- 18- _____
- 19- A) BUENO, MALO, REGULAR.
B) BUENO, MALO, REGULAR.
C) BUENO, MALO, REGULAR.
- 20- SI. NO. A VECES.
- 21- SI. NO. A VECES.
- 22- _____
- 23- SI. NO.
- 24- SI. NO.
- 25- SI. NO.
- 26- SI. NO. A VECES.
- 27- SI. NO. A VECES.
- 28- SI. NO.
- 29- _____

B) INFORME GENERAL DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.

Primeramente indicaremos que al aplicar la encuesta se tuvieron varios cambios en cuanto a lo planeado en un principio, pues hasta ahora nos damos cuenta no de lo difícil, pero sí de lo laborioso que es llevar a cabo una tarea de este tipo, y más si se realizó sin ninguna ayuda; para empezar, el encuestar o *entrevistar* a 50 personas en un sólo día fue imposible para mí, puesto que no disponía de mucho tiempo para hacerlo, y como se había indicado antes de dar inicio con su elaboración, se pretendía abarcar el metro en el Centro de la Ciudad, y después una plaza comercial, entonces, se tomó el consejo de un compañero de trabajo, quien laboró realizando encuestas, recomendándome que no se aplicaran dentro de las instalaciones del metro, pues los de seguridad me sacarían, lo cual también podría suceder en una plaza comercial, la verdad, no quise arriesgarme.

Por lo tanto, se dió inicio un 23 de marzo de 1997 afuera del metro Pino Suárez, el Zócalo y la Alameda, con un resultado de 5 encuestas, y la negación rotunda de responder a mi cuestionario de otras 5 personas, resultado no muy satisfactorio, pues se había pensado en 50 individuos, y no podía continuar, pues se había hecho tarde, no era tanto el riesgo, sino que la luz del día no me ayudaba a leer las preguntas y a anotar las respuestas.

Con este primer resultado se pensó en dejar la muestra en 50 personas, pero poco a poco se realizaron en los lugares que yo frecuento, basándome en la idea de que también soy una persona común y no tenía que ir muy lejos, y tomando otro consejo de mi compañero, me acerqué a la gente invitándolos a responder una *entrevista*, pues es un nombre más atractivo para las personas que el de una *encuesta*, por lo tanto, se terminó de aplicar el 11 de abril de 1997, casi en 3 semanas, y no en 2 días como se dijo anteriormente.

La encuesta se aplicó a una muestra de 100 personas, 50 hombres y 50 mujeres, de los cuales 5 fueron en Centro de la Ciudad, 3 vecinos de la Unidad Infonavit Culhuacán, 11 compañeros del trabajo (MVS Multivisión), 20 miembros del Centro Social y Deportivo del SARH, 9 choferes de Microbús en la base del Metro Taxqueña, 11 jóvenes del Colegio de Bachilleres 4,

15 compañeros de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 5 chicos de la Preparatoria José Vasconcelos, 7 muchachos de la Secundaria Madame Curie, y 12 alumnos del ESIME Culhuacán; todos estos lugares se encuentran cerca de mi domicilio, se pensó en abarcar varias edades y gustos, y también a las personas que realmente escuchan radio, como los choferes de Microbús, las señoras del Club deportivo, los jóvenes de secundaria que empiezan a definir sus gustos, y los muchachos de bachillerato y nivel profesional que se sienten ya centrados en sus ideas.

En algunos momentos se cuestionaba a grupos de 2 o 3 personas que se cubrían al mismo tiempo, pues eran gente reunida sobretudo en las escuelas, de esta manera se avanzaba en la elaboración del trabajo, pero se tenía el problema de que las personas contestaban lo mismo casi en todas las preguntas, dejándose llevar por la idea de quien contestaba primero, esta situación se trató de evitar haciendo la pregunta y pidiendo a cada individuo su propia respuesta, lo cual funcionó en la mayoría de los casos.

La gente entrevistada tenía que cubrir el requisito de vivir en la Ciudad de México, además de ser personas que escucharan la radio musical; de esta manera me acercaba con una amplia sonrisa a mis objetivos y decía: "Hola, buenas tardes, ¿Me podrías hacer el favor de responder una entrevista?, es para una tarea de la escuela, se trata de estaciones de radio, ¿Si escuchas radio musical?", si respondían negativamente daba las gracias y buscaba otra opción, si era afirmativa inmediatamente soltaba la siguiente pregunta: ¿Vives en la Ciudad?, varios resultaron ser de Ecatepec, de Los Reyes o Tultepec, nuevamente rechazaba al entrevistado con el objetivo de cumplir con los requisitos de la encuesta, y sobre todo con el título de la tesis; cabe aclarar que el mencionar el tema de *estaciones de radio* para una tarea de la escuela, fue con la idea de ser un asunto más motivante para el público, en lugar de indicar que: era una investigación acerca de la comunicación entre el locutor y el radioescucha en la Ciudad de México para una tesis de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, es obvio entonces el porqué me dirigía de esa forma a los encuestados, lo cual se decidió al ver la cara de los primeros participantes en el Centro de

la Ciudad, y tal vez por eso sólo se cubrieron 5 personas sin tener el éxito esperado.

El aplicar 100 encuestas fue una tarea que nunca había realizado, siendo un trabajo interesante, satisfactorio y divertido. A continuación se presentan los resultados de la encuesta en el orden de las preguntas, de acuerdo con las 4 secciones del cuestionario.

C) RESULTADOS GLOBALES DE LA ENCUESTA.

I. Se entrevistaron a 100 personas; 50 hombres y 50 mujeres

II. Se acudió a diferentes sitios para llevar a cabo la entrevista, por ello se tienen:

5- En el Centro de la Ciudad.

3- Vecinos.

11- En mi trabajo (MVS Multivisión).

20- En el club deportivo del SARH.

9- Choferes de microbús.

11- En Bachilleres 4.

15- En la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

5- En la Preparatoria 5.

7- En la secundaria 178.

12- En el ESIME Culhuacán.

III. Las edades fueron muy variadas, pues los resultados son:

11- De 20 años. 4- De 19 años. 2- De 38 años.

11- De 21 años. 4- De 23 años. 1- De 24 años.

7- De 17 años. 3- De 12 años. 1- De 31 años.

7- De 30 años. 3- De 27 años. 1- De 32 años.

5- De 18 años. 3- De 42 años. 1- De 41 años.

5- De 22 años. 2- De 14 años. 1- De 46 años.

5- De 25 años. 2- De 26 años. 1- De 47 años.

4- De 13 años. 2- De 28 años. 1- De 50 años.

4- De 15 años. 2- De 29 años. 1- De 57 años.

4- De 16 años. 2- De 35 años.

IV. En el nivel académico se registraron:

2- En primaria 36- En bachillerato.

16- En secundaria. 46- En profesional.

V. Se cubrieron casi todas las Delegaciones del Distrito Federal, pues se entrevistaron a los siguientes habitantes:

29- Coyoacán. 5- A. Obregón. 2- Azcapotzalco.

20- Iztapalapa. 4- G.A. Madero. 1- M. Hidalgo.

8- Tláhuac. 3- Milpa Alta. 1- Coacalco.

7- Tlalpan. 3- Cuauhtémoc. 1- Cuajimalpa.

6- Xochimilco. 3- V. Carranza.

5- B. Juárez. 2- M. Contreras.

VI. Los horarios en que la gente escucha radio, quedaron de la siguiente manera:

24- Lo oyen en la tarde.

20- Lo oyen por la mañana.

18- Lo oyen todo el día.

11- Combinan la mañana con la tarde.

10- Combinan la mañana con la noche.

9- Lo oyen en la noche.

8- Lo oyen en horario variado.

VII. El lugar en donde se acostumbra oír la radio es:

59- En su casa.

13- En su casa y en el coche.

8- En su trabajo y en el transporte.

6- En su coche.

6- En su trabajo.

6- En su casa y en el transporte.

1- En su casa y en el trabajo.

1- En su casa y en la escuela.

VIII. Las estaciones nombradas fueron 36, con las siguientes menciones:

Alfa Radio, 26. Vox FM, 3.

Radio Activo, 20. Radio Uno, 2.

Digital 99, 17. XEW, 2.

Orbita, 17. El fonógrafo, 2.

Código 100.9, 15. Radio Educación, 2

Stereo Joya, 15. Radio Variedades, 1.

La Zeta, 15. El Barrilito, 1.

Radio Red, 15. XELA, 1.

Stereo 97.7, 13. Sonido Cristal, 1.

Pulsar FM, 12. ESIME Politécnico, 1.

Universal Stereo, 12. Stereo Rey 1.

WFM, 11. Radio AI, 1.

Azul 89, 8. Radio 710, 1.

La Ke Buena, 6. Radio 620, 1.

FM Globo, 6. Radio UNAM, 1.

Morena FM, 5. Radio Fórmula, 1.

Mix FM, 4. Radio Mil, 1.

Stereo 100, 4. Formato 21, 1.

IX. Dentro de los programas de radio resultó que 60 personas indicaron no escuchar ninguno, y 3 individuos no recuerdan su nombre, se tuvieron entonces 29 programas mencionados en el siguiente orden:

Friends Conexions de Digital 99, 6.

Sonidos del ayer de La Zeta, 4.

La otra cara del rock de Orbita, 4.

Serenatas de La Zeta, 3.

Esencia de mujer de Stereo Joya, 2.

Una noche con el Borrego de WFM, 2.

El show de Fernanda de FM Globo, 2.

Top Ten de Alfa Radio, 2.

No digas si ni digas no de Radio Variedades, 1.

Luna azul de Azul de Azul 89, 1.

Fallaste corazón de WFM, 1.

Adivine y gene de La Zeta, 1.

Noticieros de Radio Red, 1.

Los pioneros de Azul 89, 1.

Su casa y otros viajes de Radio Educación, 1.

La cocinera atrevida de Radio Educación, 1.

Voz pública de Radio Educación, 1.

Domingo 7 de Radio UNAM, 1.
 Los yester hits de Alfa Radio, 1.
 Máquina de Código 100.9, 1.
 Barra Libre de Digital 99, 1.
 La escalera de Orbita, 1.
 Get Back de Digital 99, 1.
 Back time de Orbita, 1.

X- Los locutores mencionados fueron 45, dentro de los cuales 28 encuestados no escuchan ninguno en especial, y 14 no recuerdan su nombre, por lo tanto la lista queda de la siguiente forma:

Gutiérrez Vivó de Radio Red, 9.
 Sofía Sánchez Navarro de Digital 99, 6.
 Mariano Osorio de Stereo Joya, 4.
 Fernanda de FM Globo, 3.
 Gabriel Roa de La Zeta, 2.
 Charo Fernández de WFM, 2.
 EL Burro de Vox FM, 2.
 El Borrego de Vox FM, 2.
 Miguel Angel de La Zeta, 2.
 El Morro de La Zeta, 2.
 Eduardo Figueroa de Digital 99, 2.
 Rocio Córdoba de Alfa Radio, 2.
 Luisa Carra de Alfa Radio, 2.
 Jordy Soler de Radio Activo, 2.
 Gerardo Salas de WFM, 2.
 Eduardo Guerrero de Digital 99, 2.
 Carlos Martínez Córdoba de Digital 99, 2.
 Enrique Aguilera de Alfa Radio, 2.
 Martín Hernández de Radio Activo, 2.
 Arturo Forsán Rubirosa de Pulsar FM, 1.
 Germán Huesca de Stereo 100, 1.
 Mariana Braun de Stereo 100, 1.
 Eduardo Torre Blanca de Red, 1.
 Martín Hernández de WFM, 1.
 Gerardo Vázquez de Orbita, 1.
 Jaime Yañez Sánchez de Digital 99, 1.
 Martín Sierra de Radio 620, 1.
 Jessy Cervantes de Pulsar FM, 1.
 Emilio Evergendi de Radio Eduación, 1.
 Esteban de Vox FM, 1.
 Paco Forán de La Zeta, 1.
 Otero de Stereo Joya, 1.
 Pedro Ferriz de Setereorey 1
 Abel Membrillo de WFM, 1.
 Rocio de Stereo Joya, 1.
 Nino Canun de Red, 1.
 Tomás Mojarro de WFM, 1.
 Martín Espinoza de Red, 1.
 Guadalupe Loeza de Red, 1.
 Jorge Royelo de Orbita, 1.
 Soña de Código 100.9, 1.

XI. La actitud de los radioescuchas ante la radio y ante al locutor de acuerdo con el estado de ánimo y sus gustos quedaron como a continuación se presenta:

23- Aficionados.
 10- Especialistas.
 31- Snobs.
 8- Perezosos.
 7- Aficionado, especialistas.
 7- Aficionado, snobs.
 8- Aficionado, perezosos.
 4- Especialista, snobs.
 1- Snob, perezoso.
 1- Aficionado, especialista, snob, perezoso.

XII. La elección de las emisoras en el momento de encender la radio se realiza de la siguiente manera:

31- Ya la tienen sintonizada.
 35- Ya la conocen porque la han escuchado.
 20- Ya la conocen o buscan hasta encontrar algo que les gusta.
 7- Buscan hasta encontrar lo que les gusta.
 5- Ya la tienen sintonizada o ya la conocen porque la han escuchado.
 2- Ya la tienen sintonizada o buscan lo que les gusta.

XIII. La intención o el uso que el radioescucha le da a la radio de entretenimiento musical es para:

22- Una liberación o estimulación emocional.
 19- Ocupar el tiempo libre.
 11- Descansar y ocupar el tiempo libre.
 9- Descansar.
 8- Placer cultural o estético.
 6- Placer cultural o estético y descansar.
 6- Descansar y estimulación emocional.
 6- Placer cultural o estético y estimulación emocional.
 4- Ocupar el tiempo libre y estimulación emocional.
 2- Escapar de los problemas y estimulación emocional.
 2- Placer cultural o estético, ocupar el tiempo libre y estimulación emocional.
 1- Escapar de los problemas.
 1- Escapar de los problemas y placer cultural o estético.
 1- Placer cultural y ocupar tiempo libre.
 1- Descansar, placer cultural o estético

- y ocupar el tiempo libre.
- 1- Escapar de los problemas y estimulación emocional.
- XIV. El resultado de averiguar si la gente ha tenido Contacto con encuestadores de parte de las emisoras, es el siguiente:
- 86- No han tenido contacto.
- 14- Si han tenido contacto.
- XV. El nivel académico solicitado por el público para los locutores, queda de la siguiente manera:
- 86- Solicitan el nivel profesional.
- 9- Piden el bachillerato.
- 2- Sugieren la secundaria.
- 3- No les importa que nivel tengan.
- XVI. La elaboración de un examen de interpretación, improvisación, y pronunciación de palabras extranjeras para la obtención del certificado de locutor, es sugerido por los radioescuchas:
- 97- Que si presenten el examen.
- 3- Que no lo presenten.
- XVII. La nacionalidad solicitada fue la siguiente:
- 82- Piden que sean mexicanos.
- 18- Les da igual que sean mexicanos o extranjeros.
- XVIII. El comportamiento que debe tener un locutor, fue sugerido por los radioescuchas en la siguiente Forma:
- 25- Piden respeto.
- 21- Ser amable gracioso, motivante y positivo.
- 12- Que no sean groseros.
- 12- Que vaya de acuerdo a su estación programa U horario.
- 10- Ser culto, preparado, con conocimientos generales.
- 8- Tener una buena expresión e improvisación.
- 8- Ser amable accesible y sencillo.
- 7- Ser veraz en su información y ser honesto.
- 5- Estar consciente de lo que dice y sea responsable.
- 5- Que sean iguales, como son.
- 5- Que no tengan restricciones, que hablen de todo.
- 3- No hablar en doble sentido.
- 3- No ser pesados o sangrones.
- 2- De buena moral.
- 2- Ser objetivo e imparcial.
- 2- No ser provocativo o amarillista.
- 2- No ser cerrados.
- 1- Ser compartido.
- 1- No hablar tanto.
- 1- Ser tolerante.
- 1- Que hagan lo que el público pida.
- XIX Los radioescuchas reconocen la voz de Los locutores en la siguiente proporción:
- 88- Si la reconocen.
- 12- No la reconocen.
- XX- Los elementos en los que se basan los Radioescuchas para elegir a un locutor Dentro de su preferencia son:
- 35- Por su expresión, su forma de hablar espontánea y su improvisación
- 32- Por su carácter, buen humor, dinámica, Motivación y chistoso.
- 28- Por sus comentarios interesantes y su Información.
- 22- Por su tono de voz.
- 6-. Por su respeto.
- 5- Porque se dirige al público y lo toma en cuenta.
- 5- Porque se identifican con sus ideas y su forma de ser.
- 3- Por su amabilidad.
- 2- Porque dan buenos consejos.
- 2- Por su buen comportamiento y su forma de ser.
- 2- Porque no dicen tonterías.
- 1- Porque es sincero.
- XXI. El cómo es escuchado el locutor por el radioescucha queda:
- 44- Con atención.
- 20- Con atención y como compañía.
- 17- Como compañía.
- 13- Como fondo sonoro.
- 4- Con atención y como fondo sonoro.
- 2- Como compañía y como fondo.
- XXII. La reacción ante un locutor nuevo Fue expresada de la siguiente forma.
- 49- Ponen atención para ver su desempeño, criticarlo, ver si es motivante, Su formación, su reacción, evaluarlo, Su expresión, y compararlo con los Anteriores.
- 17- Se extrañan, porque están acostumbrados al anterior.
- 17- No tienen ninguna reacción.
- 8- Se molestan, sienten rechazo porque Están acostumbrados al anterior.
- 4- No se dan cuenta.
- 3- Si no les gusta, le cambian.
- 2- Se rompe el diálogo y la atención.
- 2- Le cambian o le apagan.
- 2- Que se esmere porque lo notan.
- 1- No les ha tocado un locutor nuevo.

XXIII. La evaluación dada por los radioescuchas a los locutores es:

En su nivel académico:

69- Bien. 0- Mal. 31- Regular.

En el dominio de información:

80- Bien. 1- Mal. 19- Regular.

En la expresión de sus ideas:

70- Bien. 1- Mal. 29- Regular.

XXIV. El que los radioescuchas se sientan importantes para el locutor, se expresó de la siguiente forma:

66- Sí se sienten importantes.

10- No se sienten importantes.

24- A veces se sienten importantes.

XXV. El que los radioescuchas sientan que el locutor los toma en cuenta, o se pone en su lugar (empatía), es.

68- Sí sienten que los consideran.

8- No sienten que los consideran.

21- A veces sienten que los consideran.

XXVI. Los elementos que tiene el locutor para llevar a cabo la comunicación con el radiescucha, fueron expresados de la siguiente manera:

25- Se dirige a su público, lo hace participar, se interesa en su opinión, es compartido, habla como si estuviera ahí.

20- Habla como un amigo, con confianza, como si los conociera.

20- Habla en forma muy directa.

20- Habla muy familiar.

13- Es muy general.

7- Es chistoso, relajante y motivante.

5- Por su buena expresión, transmite emociones, es coloquial.

3- Porque cuentan su vida, sus problemas y dan su opinión.

3- Es amable.

3- Es irónico o satírico.

2- Usan el teléfono.

2- Es respetuoso.

2- Es evocativo.

2- Es liberal.

2- Es sincero.

1- Habla en doble sentido.

1- Es veraz.

1- Ninguno en particular.

1- No sabe.

XXVII. La participación de los radioescuchas en las llamadas telefónicas realizadas a los locutores, es:

55- No han hecho llamadas telefónicas.

45- Sí han hecho llamadas telefónicas.

XXVIII. La participación de los radioescuchas en los puntos de encuentro propuestos por el locutor, es:

69- No han acudido.

31- Sí han acudido.

XXIX. La participación para solicitar las complacencias, ayuda o asesoramiento al locutor, es:

68- No han hecho éstas solicitudes.

32- Sí han hecho éstas solicitudes.

XXX. La identificación con las peticiones hechas por el público que sí participa, queda:

41- Sí se identifican.

18- No se identifican.

41- A veces se identifican.

XXXI. Las solicitudes son satisfechas por los locutores en la siguiente proporción:

38- Sí los satisface el locutor.

6- No los satisface el locutor.

56- A veces los satisface el locutor.

XXXII. El que los radioescuchas sientan que el locutor los influye o no en sus ideas, tiene el siguiente resultado:

44- Sí sienten influencia.

56- No sienten influencia.

XXXIII. Los motivos por los cuales los radioescuchas sí sienten influencia por parte del locutor, son:

13- Por sus buenas ideas, sus temas interesantes, su información, y dan un panorama más amplio.

13- Porque se identifican con su personalidad, con sus comentarios que son familiares, y toman en cuenta al público.

8- Por sus buenos consejos y ayuda.

8- Porque los hacen pensar.

4- Por su expresión y forma de hablar.

4- Por su poder de convencimiento.

2- Porque los hacen participar.

2- Porque los saca de la duda o confusión.

1- Porque es como su amigo.

XXXIV. Los motivos por los cuales los radioescuchas no sienten esa influencia por parte del locutor, son:

37- Porque no piensan igual, se tienen ideas diferentes, es cuestión de criterio, o son libres de elegir.

- 16- Porque sólo es información, orientación o entretenimiento, sus comentarios son comunes, y sólo toman lo que les conviene.
- 4- Porque sus comentarios son muy generales o muy vistos, o siempre dicen lo mismo.
- 2- Porque no es importante su información.
- 2- Porque no los toman en cuenta o se enfocan a su situación.
- 2- Porque tienen un nivel básico, son inmaduros.
- 1- Porque no tienen poder de convencimiento.
- 1- Porque dicen tonterías.
- 1- Para no ser como ellos.

NOTA: La encuesta se empezó a aplicar un 23 de marzo de 1997, y se terminó el 11 de abril de 1997, en un total de 20 días.

D) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

El primer bloque de preguntas que comprende los datos generales y la introducción al tema de la radio, se inicia con la información de la edad, las cuales fueron diferentes, pues se abarcaron 11 personas de 20 años, misma cantidad de 21 años; se tuvieron 7 individuos de 30 años e igualmente de 17 años; 5 de 25 años; 4 personas de las edades de 13, 16, 19 y 23 años; 3 encuestados por cada grupo de 12, 27, y 42 años; 2 personas de 14, 26, 28, 29, 35 y 38 años; y 1 individuo por las edades de 24, 31, 32, 41, 46, 47, 50 y 57 años; se tiene entonces un total de gente adolescente-adulto, de 12 a 25 años, del 70%, y el 30% restante, de los 26 a 57 años de gente adulta, lo cual no significa que sean viejos, pues todos son realmente jóvenes, ya que el señor de 57 años mostró el mismo interés y entusiasmo por responder que un adolescente de 12 años; por lo tanto se abarcaron distintas edades y no se sintió que faltara un rango para completar la muestra, quedando satisfechos en este sentido.

Todos los entrevistados son habitantes de la Ciudad de México, cubriendo a 29 personas de la Delegación Coyoacán, 20 de Iztapalapa, 8 de Tláhuac, 7 de Tlalpan, 6 de Xochimilco, 5 encuestados por las Delegaciones de Benito Juárez y Alvaro Obregón, 4 individuos de la Gustavo A. Madero, 3 por las Delegaciones de Milpa Alta, Cuahutémoc y Venustiano Carranza, 2 personas de la Magdalena Contreras y otras tantas de Azcapotzalco, y 1 persona de la Delegaciones de Miguel Hidalgo, Coacalco y Cuajimalpa; resultó obvio que en la zona sureste de la Ciudad, en la cual yo vivo, se denota un mayor número de personas entrevistadas, como fueron Coyoacán, Iztapalapa, Tláhuac y Tlalpan, por consiguiente, se disminuyó el número de las personas que viven en Delegaciones más retiradas a la mía (Coyoacán), aún así se abarcó a individuos de toda la Ciudad, pues solo faltó gente de la Delegación Iztacalco para cubrir totalmente al Distrito Federal, por lo tanto también se tiene el agrado de contar para la encuesta con gran parte de la población de la Ciudad de México; por último se indicará que esta pregunta solicita la Delegación o Colonia donde vive el entrevistado, pero se decidió

dejar la respuesta en Delegación para ser más específicos en las zonas geográficas de la Ciudad.

En cuanto al nivel académico de la población de la Ciudad, se tiene que los profesionales tuvieron un total de 46 personas, en bachillerato se encuentran 36 individuos, en secundaria 16 participantes, y 2 más en primaria, se aclara que no se tomaron en cuenta a niños de primaria, fueron personas de 12 a 57 años, lo cual indica que el nivel académico de la población adoloscendente-adulto de la Ciudad de México tiene el 82% en el nivel bachillerato-profesional, y el 18% restante están en secundaria o se quedaron en la primaria, así nuestra población de la Ciudad se encuentra relativamente preparada, y no se encontró ningún índice de analfabetismo.

Empezamos ahora con la introducción al tema de la radio, ya que los encuestados cumplen con el requisito de escuchar la radio musical, veremos en qué horario llevan a cabo esta práctica; de los 100 oyentes 24 realizan esta actividad por la tarde; 20 personas escuchan radio en la mañana; 18 lo oyen todo el día; 11 radioescuchas combinan la mañana con la tarde; 10 más coordinan la mañana con la noche; 9 individuos oyen la radio por la noche; y en horario variado lo escuchan 8 personas; es entonces el horario matutino el más común entre los radioescuchas, el cual se comprende de las 5:00 a las 12:00 horas, pues si se toma en cuenta a quienes combinan este horario con la tarde o la noche, se tiene un total del 41%; posteriormente la tarde, de 12:00 a 19:00 horas, cuenta con el 36% de oyentes, igualmente considerando a quienes la coordinan con la mañana; si juntamos a las personas que escuchan la radio en la combinación de mañana y tarde junto con quienes lo oyen todo el día, además de quienes lo hacen en horario variado, se forma un 26%; y por último queda el 9% de quienes realizan esta acción en horario nocturno; por lo tanto es el día, desde las 5:00 a las 19:00 horas, el momento en el que se escucha más la radio, lo cual se debe tomar en cuenta por los locutores que laboren en estos turnos, pues es el momento de gran audiencia.

El lugar dónde se escucha la radio es el siguiente punto a conocer; de la gente encuestada 59 oyen radio en su casa; quienes combinan su casa con el automóvil son 13 personas;

posteriormente hay quienes coordinan su trabajo con el transporte para oír radio, son 8 choferes de Microbús; 6 personas lo escuchan en su casa o en el transporte, mismo número de individuos oyen radio en su coche, y otros tantos en su trabajo; una persona combina su casa con la escuela; y por último una más oye radio en su casa y en el trabajo; es entonces la casa el lugar en donde se escucha más la radio, pues considerando a quienes la combinan con el automóvil, el transporte, el trabajo o la escuela, se tiene un 80%; después el automóvil es otro sitio donde se oye radio, pues se tiene un 19% tomando en cuenta a quienes lo combinan con su casa; el trabajo es para el 15% un espacio donde también se escucha radio, aún para quienes lo coordinan con su casa o el transporte, como los choferes de microbús; el transporte es un lugar más donde se oye la radio, pues cuenta con un 6%; por último en la escuela sólo se escucha en un 1%, lo cual indica que la gran mayoría de los jóvenes al menos no van a la escuela a oír radio; diremos entonces que a través de la radio se llega, según el orden de porcentajes, a la intimidad de los hogares de la Ciudad (lo cual es importante para el locutor, pues puede comunicarse con más facilidad en este ambiente a comparación de otros en donde puede haber elementos que distraigan la atención del radioescucha), también se acompaña en el automóvil, se anima en el trabajo, distrae en el transporte, y se oye en la escuela.

El momento de la verdad llega para las estaciones difusoras, pues de las 100 personas que escuchan radio se mencionaron 37 estaciones, las cuales se repetían en los gustos de los encuestados, quienes en ocasiones escuchan más de una emisora, por lo tanto los resultados quedan de la siguiente forma: Alfa Radio tuvo 26 menciones; posteriormente 20 de Radio Activo; Digital 99 fue nombrada 17 veces, al igual que Órbita; 15 referencias tuvieron Código 100.9, Stereo Joya, La Zeta y Radio Red; Stereo 97.7 tuvo 13 indicaciones; Pulsar FM junto con Universal Stereo se citaron 12 veces cada una; WFM se señaló 11 veces; con 8 menciones se quedó Azul 89; 6 nombramientos tuvieron la Ke Buena y FM Globo; La Morena FM se indicó 5 veces; Se dijeron en 4 ocasiones Mix FM junto con Stereo 100; 3 veces se mencionó Vox FM; 2 indicaciones tuvieron Radio Uno, la XEW, El Fonógrafo y Radio Educación; y por último con una sola cita se quedaron Radio

Variedades, El Barrilito, XELA, Sonido Cristal, Politécnico, Estéreo Rey, Radio AI, Radio 710, Radio 6.20, Radio UNAM, Radio Fórmula, Radio Mil y Formato 21; con este resultado podemos decir que éstas 37 estaciones son las más escuchadas en la Ciudad de México, lo cual no indica que el resto de las estaciones no mencionadas no tienen audiencia, pues cada una tiene su propio público, y ese dato es muy difícil de conseguir, pues existen personas que no recuerdan el nombre de la estación o simplemente oyen *cualquier* emisora, como indicaron 2 individuos.

Dentro de las estaciones musicales, también se encuentran los programas, que muestran un perfil de la emisora y donde los locutores toman un papel más significativo, si un programa es recordado por un radioescucha quiere decir que lo ha identificado, sabe en donde, a qué hora y sobre todo quién hace el programa, esto es importante tanto para la emisora como para el locutor, pues el programa es un medio para entrar en contacto con su público, por lo tanto no debe decepcionar el indicar que un 60% de la población no escucha ningún tipo de programa, y un 3% no recuerdan su nombre, pero el sólo ser mencionado es suficiente para tener esas cualidades anteriormente indicadas; así, el programa con más nombramientos fue Friends Conexions de Digital 99 con 6 oyentes; después tenemos 4 escuchas para los programas de Sonidos del ayer de La Zeta y La otra cara del rock de Órbita; Las serenatas de La Zeta tuvo 3 indicaciones; 2 referencias tuvieron los programas de Esencia de mujer de Stereo Joya, Una noche con el Borrego de WFM, el Show de Fernanda de FM Globo y Top ten de Alfa Radio; los demás programas sólo tuvieron un nombramiento como: Get Back, y Barra Libre de Digital 99; La hora grupera, y Adivine y gane de La Zeta; La escalera, El de Jordy Soler, y Back Time de Órbita; Su casa y otros viajes, La cocinera atrevida, y Voz pública de Radio Educación; Máquina, y Top 10 de Código 100.9; Submarino, y El Show de Olayo de Radio Activo; Luna azul, y Los pioneros de Azul 89; Los Yester Hits de Alfa Radio; No digas si ni digas no de Radio Variedades; Fallaste corazón de WFM; La turista de Radio 6.20; Domingo 7 de Radio UNAM; y Los noticieros de Radio Red; como se dijo en un principio, el hecho de que un programa sea recordado o mencionado, lo hace especial, no queremos decir con esto que el resto de los programas no

mencionados no son buenos, o no tienen una gran audiencia; se citaron 29 programas diferentes, éstos se repetían en el gusto del público, pues hay quienes escuchan más de un programa, y quienes no acostumbran oír ninguno, por lo tanto, al igual que sucede con las emisoras, no es tan fácil conseguir el porcentaje de audiencia de cada uno de los programas existentes de las emisoras de la Ciudad.

Los locutores mencionados en la encuesta fueron 44 en total, de los cuales varios se repitieron por los entrevistados, pues no todos correspondieron al género del entretenimiento musical, ya que también se escuchan noticias y comentarios dentro de la programación de sus estaciones elegidas, pero si un locutor es reconocido indica que sus escuchas le ponen atención y tienen una relación comunicativa con él, situación que éstos deben llevar a cabo en su labor, por lo tanto si 28 individuos señalaron que no acostumbran escuchar a ningún locutor en especial, y otros 14 escuchas no recordaron el nombre del locutor, son datos que no deben inquietarnos mucho, pues vivimos en una sociedad donde el saber quién nos habla por la radio es algo trivial, por eso, lo importante es conocer quienes sí fueron mencionados por un público que se encuentra en una Ciudad tan grande, con sus problemas cotidianos y que realmente sabe quienes son los locutores; así, Gutiérrez Vivó de Radio Red tuvo 9 menciones; Fernando Martínez de Alfa Radio, junto con Sofía Sánchez Navarro de Digital 99 tuvieron 6 referencias; Mariano Osorio de Stereo Joya tuvo 4 indicaciones; Fernanda de FM Globo se nombró en 3 ocasiones; con 2 señalizaciones se quedaron: Rocío Córdoba, Luisa Carra, y Enrique Aguilera de Alfa Radio; Eduardo Figueroa, Eduardo Guerrero, y Carlos Martínez Córdoba de Digital 99; Gabriel Roa, Miguel Angel, y el Morro de la Zeta, Charo Fernández, y Gerardo Salas de WFM, Jordy Soler y Martín Hernández de Radio Activo; El Borrego y El Burro de Vox FM; y sólo se mencionaron en una ocasión: Jaime Yáñez Sánchez de Digital 99, Paco Foran y Gustavo Adolfo Infante de La Zeta, Arturo Forsán Rubirosa de Pulsar FM, Esteban de Vox FM, Otero y Rocío de Stereo Joya, Germán Huesca y Mariana Braun de Stereo 100, Pedro Ferriz de Stereorey, Nino Canún, Martín Espinoza, Guadalupe Loeza y Eduardo Torre Blanca de Radio Red, Martín Hernández, Abel

Membrillo y Tomás Mojarro de WFM, Gerardo Vázquez y Jorge Royelo de Órbita, Olayo Rubio de Radio Activo, Toño Sambrano de la Ke Buena, Martín Sierra de Radio 6.20, Emilio Evergendi de Radio Educación, y Sofía de Código 100.9; al igual que con las emisoras, podemos decir que estos 44 locutores son los más escuchados de la Ciudad; siendo 14 citas de locutores de Radio Red, 10 de Digital 99, 9 de Alfa Radio, 8 de WFM, 6 de Stereo Joya, y 6 de La Zeta, son entonces las estaciones musicales que cuentan con los locutores más reconocidos.

Pasemos ahora a analizar las respuestas del segundo bloque del cuestionario, el cual tiene que ver con la intención de los radioescuchas ante el medio y por lo tanto con el locutor; lo cual se refiere, como se dijo en el primer capítulo, al estado de ánimo y los gustos de cada persona, por ello existen los aficionados, los especialistas, los *snob* y los perezosos, que como se especificó en el cuestionario, son los individuos que oyen música rítmica o emotiva; o les gusta su forma, la armonía, la interpretación y el movimiento; o porque es música muy específica en su ritmo y está de moda; o no importa que tipo de música sea porque sólo buscan compañía; así, de los encuestados 31 resultaron ser *snobs*; 23 aficionados; 10 especialistas; 8 perezosos; mismos que combinan el ser aficionado-perezosos; 7 fueron aficionado-especialistas; e igual número aficionado-*snobs*; 4 individuos declararon ser especialista-*snobs*; una persona dijo ser *snob*-perezoso; y sólo un encuestado respondió ser aficionado-especialista-*snob*-perezoso; con esta posibilidad de hacer diferentes combinaciones, el ser aficionado obtuvo el mayor porcentaje, pues tomando en cuenta a quienes combinan esta actitud con cualquiera de las restantes, se tiene un total del 46% de gente que le gusta la música movida y animada; posteriormente siguen los *snobs* con un 44% de personas que les agrada la música específica en su ritmo y que se encuentra de moda, aunque también combinen esta actitud con otras opciones; los individuos que sí oyen la música a través de su composición, armonía, interpretación y movimiento, es decir, los especialistas, son únicamente un 22%, y también unen esta actitud con las demás; y los perezosos, a quienes no les importa el tipo de música que escuchen, pues sólo buscan compañía, son un 18%; por lo tanto diremos que a la gente de la Ciudad de México le agrada la

música rítmica, emotiva, y que está de moda, lo cual es una afirmación muy lógica, pero se comprueba con estos resultados.

Además del estado de ánimo y del gusto de los radioescuchas, también tienen una capacidad de elección, lo cual es otra actitud ante la radio del Distrito Federal, en donde se ofrecen gran variedad de emisoras con diferentes enfoques para satisfacer los gustos de un gran público; de esta manera 35 personas respondieron que hacen su elección porque ya conocen o han escuchado anteriormente esa estación; otros 20 escuchas dijeron que se ponen a buscar en el cuadrante hasta encontrar algo que les agrada o sintonizan la estación que ya conocen; 7 individuos sólo buscan hasta encontrar lo que les gusta; 5 declararon que ya la tienen sintonizada o la eligen porque ya la conocen; y 2 encuestados dijeron que ya la tienen sintonizada o se ponen a buscar algo que les agrada; por lo tanto la gente que sintoniza una emisora porque ya la conoce o la ha escuchado anteriormente es un 60%, aunque combine esta actividad con las otras opciones; la población que ya tiene sintonizada su emisora es un 38%, que igualmente une esta actitud a las demás; y quienes se ponen a buscar en el cuadrante hasta encontrar algo que les agrade, aunque ya tengan sintonizada su emisora preferida o conozcan otras opciones son un total del 29%; entonces alrededor del 90% de la población ya conocen o saben en dónde se encuentra su estación o estaciones preferidas, y tienen entonces una gran capacidad de elección entre todas las difusoras de la Ciudad, contando con una buena respuesta en este sentido, pues los resultados demuestran que la gente busca primeramente su emisora porque la conoce o la ha escuchado anteriormente, y después se pone a investigar en el cuadrante cuáles son las demás opciones a elegir.

Si el radioescucha tiene una intención de acuerdo a su estado de ánimo o sus gustos, y hace una elección entre las diferentes difusoras, entonces también le da un uso a la radio, el cual también se puede aplicar a la función del locutor, veremos entonces con qué objetivo oyen radio musical los habitantes de la Ciudad de México, en donde también se pueden combinar las opciones entre utilizar el medio para escapar de los problemas, descansar, conseguir un placer cultural o estético, ocupar el tiempo libre, y/o buscar una liberación o estimulación emocional (*para animarse,*

aclaraba a los encuestados en esta última categoría); los resultados obtenidos fueron los siguientes: para una liberación o estimulación emocional utilizan la radio 22 personas; para ocupar el tiempo libre fueron 19 individuos; 11 encuestados lo usan para descansar al mismo tiempo que ocupar el tiempo libre; 9 escuchas sólo lo emplean para descansar; quienes consiguen un placer cultural o estético son 8 encuestados; 6 más hacen las siguientes combinaciones: el descansar con conseguir un placer cultural o estético; descansar con buscar una estimulación emocional; y conseguir un placer cultural o estético con liberar o estimular emociones; 4 personas son quienes al oír la radio ocupan su tiempo libre con buscar una liberación o estimulación emocional; 2 respondieron el escapar de los problemas junto con la liberación o estimulación emocional; igual número consigue un placer cultural o estético, ocupa su tiempo libre y libera o estimula emociones; y un oyente lo usa para cada una de las siguientes indicaciones: Escapar de los problemas. Escapar de los problemas y conseguir un placer cultural o estético. Conseguir un placer cultural o estético y ocupar el tiempo libre. Descansar, conseguir un placer cultural o estético, y ocupar el tiempo libre. Y escapar de los problemas, descansar y buscar una estimulación emocional. Entonces el uso de la radio, la cual también se toma como una función del locutor, radica más en estimular o liberar las emociones del radioescucha, que es un 43%, tomando en cuenta a quienes lo combinan con otros usos; la siguiente función es otorgarles un descanso, pues es un 33%; ocuparles el tiempo libre queda en un 27%; darles un placer cultural o estético en un 25%; y ayudarles a escapar de los problemas en un 5%; por lo tanto el locutor debe primeramente enfocar su función en animar a su público, posteriormente ofrecer un descanso agradable al ocupar su tiempo libre, proporcionarles ese placer cultural o estético que necesitan, y por último hacerlos olvidar de sus problemas.

Una de las preguntas interesantes fue saber si la gente ha tenido contacto con encuestadores por parte de las difusoras, en donde no se reconoció, hasta el momento en que se estaba aplicando la encuesta, en que es algo extraño que un encuestador pregunte si han sido encuestados; como resultado sólo 14 personas respondieron positivamente, y las 86 restantes nunca han tenido

un encuentro con personal de emisoras para cuestionarlos o promover su estación; interpretaremos entonces que la retroalimentación basada en el contacto directo con la gente a través de encuestadores, se realiza sobre el 14% de la población de la Ciudad, aunque cabe aclarar que la muestra fue de 100 personas y no sabemos el tamaño de las muestras que utilicen los encargados de ésta tarea en las emisoras musicales.

Entramos ahora a la sección de analizar la calidad de los locutores, en donde primeramente se pregunta cuál sería el nivel académico adecuado para un aspirante a locutor, y si es pertinente que realicen un examen para obtener el certificado; por lo tanto 86 personas piden un nivel profesional; 9 señalaron el de bachillerato; 3 individuos indicaron no importar el nivel académico; y sólo 2 mencionaron la secundaria; el resultado coincide con la sugerencia referida en el segundo capítulo, donde se pide que los locutores deben tener un nivel profesional para obtener el certificado, lo cual se favorece con el 86% de las respuestas, y el 9% que sugirió el bachillerato al menos solicitan un nivel académico aceptable, a quienes no le importa este punto (3%), pues simplemente podemos decir eso, que no les importa, por último aclararemos que las 2 personas que pidieron la secundaria, fueron adolescentes de este nivel, en donde se notó un interés en no seguir estudiando hasta terminar la universidad para ser locutores, por lo tanto sigue en pie la sugerencia indicada con el apoyo de estos resultados.

El continuar con la elaboración del examen oral para obtener el certificado, fue otra de las sugerencias mencionadas, y que también se apoyó con el resultado de la encuesta, en donde 97 personas señalaron que sí debe realizarse un examen de expresión, interpretación, pronunciación de palabras extranjeras e improvisación; sólo 3 individuos contestaron que no debe realizarse, entre las cuales casualmente están los dos adolescentes que pidieron secundaria para poder ser locutores, de esta manera, el evaluar la capacidad expresiva de los aspirantes a locutor es de suma importancia, por lo tanto sigue en pie la solicitud de que regrese la elaboración de dicho examen.

En cuanto a su nacionalidad, resultó lógico que la mayoría de la gente solicitara mexicanos ante al micrófono, con un total de 82 peticiones, y las 18 restantes no indicaron específicamente que

tenía que ser un extranjero, sino que les daba igual un mexicano o extranjero siempre y cuando se expresaran bien, quienes de acuerdo con la ley, deberán presentar la autorización de la Secretaría de Gobernación para laborar como locutor.

Si el público pide un nivel académico profesional para los locutores, la elaboración de un examen que compruebe su capacidad expresiva, y una nacionalidad, resulta interesante conocer cuál sería el comportamiento solicitado a un locutor ante sus escuchas, esa conducta que la gente espera o desea de los locutores es expresada en el siguiente punto de la encuesta, en donde en ocasiones las sugerencias indicadas se repetían entre las peticiones de cada persona, o señalaba más de una cualidad; el comportamiento más solicitado, por 25 personas, es el respeto a su público; el ser agradable, alegre, gracioso, motivante o positivo, fue señalado por 21 encuestados; que no sean groseros, es la sugerencia de 12 individuos; misma cantidad pide que su comportamiento vaya de acuerdo a su emisora, programa, horario o a su tipo de público; el que sean cultos, preparados, educados o tengan conocimientos generales, es la solicitud de 10 oyentes; la buena expresión e improvisación, es importante para 8 entrevistados; el mismo número pide que sean amables, accesibles o sencillos; la veracidad y la honestidad en la información manejada tuvo 7 peticiones; 5 escuchas sugieren que sean responsables o estén conscientes de lo que hablan; los mismos que requieren que sean como son, sean ellos mismos o sean iguales; otros 5 piden que no tengan restricciones o hablen de todo; el no hablar en doble sentido se solicita por 3 personas; las mismas que piden que no sean pesados o sangrones; hubo 2 peticiones para las siguientes conductas: no ser cerrados, que tengan buena moral, ser objetivos e imparciales, y no ser amarillentas o provocativos; con una sola sugerencia se solicitó que sean compartidos, no hablen tanto, sean tolerantes, y hagan lo que el público pida; entonces esta lista podría ser una guía tanto para el locutor como para quien desea serlo, pues es de suma importancia tomar en cuenta todas las sugerencias que el público espera en el comportamiento del mismo.

Ahora entramos a analizar el bloque que corresponde a la comunicación entre el locutor y el radioescucha, en donde

primeramente vemos si los radioescuchas al menos reconocen la voz del locutor, pues aunque no acostumbren oír uno en especial, o no recuerden sus nombres, si conocen la voz y les es familiar, entonces es un amigo sin nombre, un anonimato en el que viven muchos locutores; así, 88 personas declararon que sí reconocen las voces de los locutores, las 12 restantes no tienen esa familiarización con las voces, por lo tanto diremos que un 88% de la población de la Ciudad de México sí tiene un contacto con el locutor, o al menos sabe de su existencia y lo identifica.

Si un radioescucha reconoce la voz de un locutor, tal vez es por que le agrada, entonces veremos qué elementos toman en cuenta los oyentes para elegir a un locutor, porque les cae bien esa persona que simplemente escuchan y que en la mayoría de los casos no saben su nombre o lo conocen personalmente; de éstos elementos, varios se repitieron o se mencionaron junto con otras características; por lo tanto, la buena expresión e improvisación, la forma de hablar y la espontaneidad tuvo 35 menciones; el buen carácter, sentido del humor, dinamismo, ánimo, motivación, ser graciosos o chistosos se señaló en 32 ocasiones; el dar buena información junto con comentarios interesantes fue una característica indicada por 28 personas; un tono de voz agradable, es importante para 22 individuos; el respeto hacia su público fue citado 6 veces; el dirigirse al público o tomarlos en cuenta es la elección de 5 encuestados; los mismos nombraron el indentificarse con las ideas y la personalidad del locutor; el ser amable se mencionó en 3 ocasiones; con 2 consideraciones se quedaron: el dar buenos consejos, tener un buen comportamiento junto con una forma de ser aceptable, y no decir tonterías; con una mención se citó el decir las cosas como son o ser sinceros, al igual, sólo una persona no toma en cuenta a los locutores o no los escucha. Concluimos entonces, que la buena expresión, un carácter agradable, dar una información interesante y tener un buen tono de voz, son las grandes cualidades para ser elegidos en el gusto del público, así, éstos elementos se deben considerar por quienes se encuentran detrás del micrófono.

Si el radioescucha reconoce una voz, y sabe porqué motivos elige a un locutor, entonces es importante saber cómo lo escuchan; con total atención lo oyen 44 personas; con atención y como

compañía 20 individuos; 17 oyentes sólo como compañía; 13 lo toman como fondo sonoro; 4 encuestados combinan el ponerle atención con oírlo como fondo sonoro; y para 2 es su compañía o un fondo sonoro; entonces los locutores deben considerar a ese 68% de la población que sí le pone atención, aunque en ocasiones sea su compañía (en un 39%), o sirva de fondo sonoro (el 19%), lo cual también es una función del locutor, y debe cumplir con acompañar o servir de fondo sonoro para ese público conformado por un 56% de la población, por lo tanto resulta contradictorio el señalar que un locutor se debe esmerar en su expresión ante al micrófono porque hay quienes le ponen toda su atención, al mismo tiempo que debe acompañar o servir de fondo sonoro para otros, en donde debe aprovecharse del poco o inexistente interés de ese público para engancharlo y hacerlo interesarse.

Basándonos en la atención del radioescucha ante el locutor, veremos cuál es la reacción del mismo cuando es un locutor nuevo, pues todos han tenido o tendrán su primera vez, es importante conocer cómo van a ser atendidos en ese momento; al oír una voz nueva la reacción más mencionada, 49 veces, fue el de ponerle atención, ya sea para oír su desempeño, criticarlo, oír si es motivante, evaluarlo, conocer su formación, su reacción, su expresión, y para compararlo con los anteriores; el extrañarse, ya sea por costumbre con la voz anterior, o preguntarse el porqué del cambio, fue la reacción de 17 personas; las mismas que no toman en cuenta al nuevo locutor; 8 personas declararon molestarse o rechazarlo porque están muy acostumbrados a su locutor; 4 encuestados dijeron que no se dan cuenta si es una nueva voz; 3 individuos señalaron que si no les gusta le cambian a la estación; a 2 participantes no les ha tocado oír a un principiante; otras 2 dicen que ya no le ponen atención; el cambiar de estación o apagar el radio es la actitud de 2 personas más; los mismos que indican que sólo notan que es un locutor nuevo; por lo tanto, como se mencionó en el capítulo tercero, un locutor nuevo puede confiar, cuando no lo conocen, en la atención que le pondrán, de la extrañeza causada y de la indiferencia, lo cual debe aprovechar para llamar la atención y hacer que continúen con su charla, pues es un público conformado por el 83%, así debe prepararse y no temer a enfrentarse a quienes posiblemente lo rechacen, no le

pongan atención, busquen otra opción, o le apaguen al radio, que serían sólo un 15%, que no es un gran número, y también puede lograr su interés diciendo lo que ellos esperan, de acuerdo con la estación, el programa, el horario, y obviamente con una buena preparación.

Si se califica a un locutor nuevo, entonces conoceremos cómo se evalúa el desempeño de los locutores que el público ya acostumbra a oír, en donde veremos qué tanto están preparados nuestros locutores en su nivel académico, en el dominio de información de su programa, y sobretodo en la expresión de sus ideas; de esta manera, en su preparación académica la gente no los clasifica como malos, pues nadie los consideró en este punto, en un nivel regular los clasificaron 31 personas, y los sienten bien preparados 69 encuestados; en el dominio de su materia específica, el cual va de acuerdo con el perfil de la emisora, su programa o su horario, sólo se indicó una vez que están mal, como regulares los evaluaron 19 escuchas, y con un buen desempeño los consideran 80 individuos; la expresión de ideas es una de las calificaciones importantes, pues es realmente la base del trabajo de un locutor, en donde únicamente 1 persona siente que están mal, los perciben regular 29 oyentes, por último 70 entrevistados los evalúan bien en este aspecto; si tomamos en cuenta los porcentajes de las categorías bien, mal y regular, diremos entonces que casi no tenemos locutores malos, son sólo un 1%, regulares son menos del 45%, y son buenos más del 69%, y se espera, que si se llevan a cabo las sugerencias de imponer un nivel profesional junto con la elaboración del examen de expresión, se tenga un mayor porcentaje de buenos locutores.

Si un locutor es bueno, entonces debe hacer que sus radioescuchas se sientan importantes para él, por lo tanto la respuesta a la pregunta: su presencia o participación ¿Es importante para el locutor?, es el siguiente punto a analizar; en donde el 66% sí sienten esa necesidad de su existencia para el locutor; el 24% sólo a veces perciben esa relación; y el 10% declararon que no son significativos para el locutor; entonces su trabajo se cumple en este sentido en más del 60%, y se debe dirigir a ese 34% de la población que en ocasiones sienten o no perciben esa relación entre el locutor y el radioescucha.

Otro factor para ver si se tiene comunicación con el locutor, es si los radioescuchas realmente sienten que los consideran en sus comentarios y sobre todo si perciben que el locutor se pone en su lugar para establecer una comunicación, es decir, que lleven a cabo la empatía, la cual debe ser un instrumento base para el locutor al expresar su mensaje; de ésta manera, de los 100 encuestados 68 personas sí sienten que el locutor los toma en cuenta o se pone en su lugar; 24 individuos sólo *a veces* perciben que el locutor los considera en su plática; y 8 entrevistados no han experimentado esa relación provocada por el locutor; entonces los locutores sí se dirigen a su público o lo toma en cuenta en sus comentarios, y lleva a cabo la empatía en casi un 70%, y existe alrededor de un 30% de población a la que deben dirigirse para engancharlo, para entrar en contacto con él y tener una comunicación.

El hecho de que un radioescucha se sienta importante para el locutor, además de percibir una comunicación a través de las pláticas directas y de la empatía, es porque el mismo locutor tiene o utiliza ciertos elementos para llevar a cabo ese contacto, los cuales el oyente describe al contestar la pregunta: ¿Qué elementos utiliza el locutor para comunicarse con usted?, misma que en ocasiones se debía aclarar, pues dentro de los primeros encuestados se contestó *el teléfono* por lo tanto se especificaba o se ayudaba a contestar indicando después de la pregunta: ¿Cómo siente que le hace el locutor para tener comunicación con usted?, e inmediatamente se daban sugerencias de las mismas respuestas que ya se habían obtenido, a veces se quedaban con una opción mencionada, o comprendían la pregunta y daban la respuesta indicada; así, 25 personas mencionaron el dirigirse al público, tomarlo en cuenta, hacerlo participar, interesarse en su opinión, ser mediador, darle buenos consejos, o hablarles como si estuviera al lado del radioescucha; 20 más citaron el dirigirse como un amigo, con confianza, o como si los conociera; la misma cantidad sienten que son muy directos; e igual número dice que hablan con mucha familiaridad; 13 individuos refirieron el ser muy generales; otros 7 señalaron el ser chistosos, relajientos y motivantes; el tener una buena expresión, un tono de voz agradable, capacidad de transmitir emociones y ser coloquial, fueron elementos nombrados

por 5 encuestados; si cuentan su vida, sus problemas, o dan su punto de vista, es importante para 3 oyentes; mismo número toma en cuenta el ser amable; 3 chicos mencionaron que fueran irónicos o satíricos; el ser respetuoso, evocativo, liberal, sincero o usen el teléfono, fueron elementos referidos por 2 escuchas cada uno; y se nombraron una vez el hablar en doble sentido y el ser veraz; sólo una persona dijo que ningún elemento en particular, al igual que otra señaló no saber cómo le hace el locutor para entrar en contacto con su público; por lo tanto, si tomamos en cuenta a quienes citaron el teléfono, ningún elemento en particular y quien no sabe la respuesta, se tiene un 4% de contestaciones negativas o del margen de error en esta pregunta; y el 96% restante otorgó los que podríamos ver como los elementos o cualidades utilizados por lo locutores para comunicarse con sus radioescuchas, entre los cuales los más importantes es el tomar en cuenta al público, dirigiéndose a él ocupando su lugar, además de hablarle con amistad, con confianza, en forma familiar y directa, por lo tanto se comprueba la importancia de la empatía en el locutor, y esta información también sirve de ayuda para el mismo.

Si los locutores logran establecer una comunicación con su público, una manera de comprobarlo es a través de la participación del mismo, la cual se obtiene al averiguar si hacen llamadas telefónicas o mandan cartas al locutor, si acuden a puntos de encuentro propuestos por el mismo, si hacen sugerencias, piden ayuda o asesoramiento a los locutores, y si son satisfechas estas peticiones por el locutor; en cuanto a las llamadas o cartas, 45 personas declararon sí haberlas realizado, y otras 55 no han intervenido en este aspecto; el acudir a sitios señalados por el locutor fue afirmado por 31 individuos, mientras 69 no han acudido a éstas invitaciones, aunque varios indicaron que nunca les tocaba cerca de donde escuchan radio; el hacer sugerencias, pedir ayuda o asesoramiento, fue una manifestación de 32 encuestados, y por otro lado 68 no lo han hecho; pero se identifican con este tipo de participación 41 escuchas, otras tantas *a veces*, y 18 declararon no indentificarse con la gente; por lo tanto la gente que sí participa da ese lugar a través de la identificación al 82% de la población; estas participaciones son tomadas en cuenta o satisfechas por los locutores en un 38%, *a veces* el 56%. y no el 6%,

entonces la mayoría de las intervenciones sí tienen una respuesta (94%), existe pues un balance entre la colaboración del público real, el que se identifica con esa participación y la respuesta de los locutores a esas peticiones, lo cual demuestra una comunicación entre el locutor y el radioescucha.

Por último veremos si los radioescuchas perciben la influencia del locutor en sus ideas, y sobre todo porqué sí o no la sienten, aunque debemos aclarar que viéndolo desde un punto de vista sociológico, todo elemento al que se expone un individuo lo modifica de una u otra manera, pero el conocer la opinión de los oyentes ante la presencia de un locutor, es uno de los objetivos de la encuesta, por lo tanto de las 100 personas 44 indicaron que sí influye el locutor en sus ideas; los otros 56 individuos respondieron que no; aunque la diferencia no es muy grande, existe un 12% de separación entre las opiniones del público, en donde se señala que la mayoría de las personas no sienten ese efecto, y en una menor cantidad sí llega el locutor a modificar sus ideas, entonces más del 50% de los radioescuchas no son manipulados por el locutor y aproximadamente el 45% sí es manejado por él. Los motivos por los que no se sienten influidos fueron expresados de la siguiente forma: el no tener las mismas ideas, los mismos pensamientos, porque es cuestión de criterio y de libertad de elección, fue la razón para 37 personas; el ver al locutor sólo como una fuente de información, orientación, entretenimiento, de asesoramiento, o sus comentarios son muy comunes, fue citado por 16 individuos; el que sean muy generales en sus comentarios, que ya sean muy vistos, o dicen siempre lo mismo, fue la observación de 4 escuchas; porque no es importante su información, porque no los toman en cuenta, porque tienen un nivel básico o son inmaduros, o porque no, fueron motivos de 2 oyentes cada uno; con una sola mención se refirieron: porque no tienen poder de convencimiento, porque dicen tonterías, y para no ser como ellos. Los motivos por los cuales sí influye el locutor fueron expresados con los siguientes comentarios: por sus buenas ideas, sus temas interesantes, su información, u otorgan un panorama más amplio, es la observación de 13 entrevistados; la misma cantidad de oyentes declararon el identificarse con la personalidad del locutor, con sus comentarios familiares, y porque toman en cuenta a su público; el

dar buenos consejos o ayuda, y porque los hace pensar fueron motivos mencionados por 8 individuos cada uno; en 4 ocasiones se nombró: su expresión, y porque tienen poder de convencimiento; 2 personas indicaron el hacer participar al público; 1 más dijo que lo sacan de la duda o confusión; por último 1 señaló que el locutor le habla como amigo; así, por medio de estas observaciones sabemos que tanta influencia tienen los locutores en los radioescuchas, y cómo se lleva a cabo esa relación.

En resumen, de acuerdo con los resultados de la encuesta, la cual se aplicó a una muestra de 100 habitantes de casi todas las Delegaciones de la Ciudad de México, quienes fueron adolescente-adultos de 12 a 57 años, que cuentan con un nivel académico del 82% en bachillerato-profesional, en donde la mayoría escuchan la radio durante el día, de las 5:00 a las 19:00 horas, y sólo el 9% lo oye de noche, ya sea en su casa, el automóvil, el trabajo o la escuela; quienes sintonizan las 15 estaciones más señaladas como Alfa Radio, Radio Activo, Digital 99, Órbita, Código 100.9, Stereo Joya, La Zeta, Radio Red, Stereo 97.7, Pulsar FM, Universal Stereo, WFM, Azul 89, La Ke Buena, y FM Globo; dentro de las cuales se escuchan los 8 programas más nombrados que son: Friends Conexions de Digital 99, Sonidos del ayer de La Zeta, La otra cara del rock de Órbita, Serenatas de la Zeta, Esencia de mujer de Stereo Joya, Una noche con el Borrego de Vox FM, El Show de Fernanda de FM Globo, y Top Ten de Alfa Radio; también identifican a los 19 locutores más reconocidos como: Fernando Martínez de Alfa Radio, Sofía Sánchez Navarro de Digital 99, Mariano Osorio de Stereo Joya, Fernanda de FM Globo, Gabriel Roa de La Zeta, Charo Fernández de WFM, El Burro y El Borrego de Vox FM, Miguel Angel y el Morro de La Zeta, Eduardo Figueroa de Digital 99, Rocío Córdoba de Alfa Radio, Jordy Soler de Radio Activo, Gerardo Salas de WFM, Eduardo Guerrero y Carlos Martínez Córdoba de Digital 99, Enrique Aguilera de Alfa Radio, y Martín Hernández de Radio Activo.

En cuanto a sus gustos y actitudes, la población de la Ciudad de México busca a la radio musical en más del 50% porque les gusta la música rítmica, emotiva y que está de moda, y en un menor porcentaje porque les gusta su forma, armonía,

interpretación y movimiento, o no les interesa el tipo de música que sea porque sólo buscan compañía, por ello hay quienes en el momento de encender la radio ya saben en un 60% cuál es su estación preferida porque la han escuchado anteriormente, o el 38% ya la tienen sintonizada, y sólo el 29% se pone a buscar en el cuadrante algo que les agrade, consecuentemente, de acuerdo con los usos del radioescucha ante la radio, éstos utilizan al medio con más frecuencia para buscar una liberación o estimulación emocional, luego para descansar, casi al mismo tiempo para ocupar el tiempo libre y obtener un placer cultural o estético, y por último para escapar de los problemas; y de la población sólo el 14% han tenido contacto con encuestadores de las emisoras, porcentaje en el cual suponemos que las emisoras trabajan para tener una respuesta directa del público.

En cuanto a la calidad requerida por los radioescuchas para los locutores, el nivel académico más solicitado fue el profesional en un 86%, también sugiere un 97% el presentar un examen oral, que sean de preferencia mexicanos, y que su comportamiento comprenda el respeto, ser agradables, no decir groserías, estar de acuerdo con el programa, ser cultos o preparados, tener una buena expresión e improvisación, ser amables, accesibles y sencillos.

Dentro del tema de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, la población de la Ciudad de México, reconoce las voces de los locutores en un 88%, eligen a los locutores en la mayoría de los casos por su buena expresión, su buen carácter o sentido del humor, sus comentarios interesantes, y por su tono de voz agradable, lo escuchan con atención un 68%, como compañía el 39% y el 17% como fondo sonoro, cumpliendo el locutor con su función en cada situación, quien al enfrentarse a un público nuevo, cuenta con su atención en un 49% y puede aprovecharse de la extrañeza en el 17%, y de la indiferencia el mismo porcentaje; además nuestros locutores son evaluados en su nivel académico, información de su programa y en expresión de ideas como buenos en más del 69%, regulares menos del 31% y malos sólo el 1%; por ello hacen sentir importante al radioescucha en un 90%, lo toman en cuenta a través de la empatía en un 92%, pues se dirigen a él, le hablan como amigo o con confianza, en una forma muy directa, familiar y general, así, obtienen una participación en llamadas

telefónicas del 45%, en la asistencia a puntos de encuentro del 31%, casi igual (32%), en la petición de complacencias o asesoramiento, y se identifican con esta participación el 82%, la cual se satisface por el locutor en un 94%; por lo tanto éste influye en su público en el 44% por sus buenas ideas e información, la identificación con su personalidad, porque da buenos consejos y los hace pensar, y no los influye en un 56% porque se tienen ideas diferentes, o sólo lo toman como fuente de información, orientación y entretenimiento.

Terminado el informe de la encuesta, donde se comprueba la intención y el uso de la radio, la calidad solicitada para los nuevos locutores, la reacción del radioescucha ante su comunicación con el locutor de acuerdo con los elementos del proceso de la comunicación, lo cual se había planteado en los primeros capítulos en forma teórica, llegamos a la conclusión de que sí existe una comunicación entre el locutor y el radioescucha; ahora, averiguaremos cómo ven este fenómeno los locutores, por lo tanto recurriremos a aquellos más escuchados de acuerdo con la encuesta, y así conformar el siguiente y último capítulo.

V. LOS LOCUTORES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

A) OPINIÓN DE LOS LOCUTORES.

Conocer el punto de vista de los locutores en cuanto a su comunicación con su público, es el objetivo de este capítulo, por lo tanto se intentó entrar en contacto con las personas más escuchadas de la radio en nuestra Ciudad de acuerdo con el resultado de la encuesta aplicada; se entrevistaron a 3 locutores para saber cómo describen su labor y su función, porqué se sienten reconocidos o identificados por su público, y sobretodo cómo perciben su comunicación con el radioescucha.

Se aclara que al hacer la elección de los locutores para las entrevistas, nos basamos en el resultado de la encuesta y en el género de *entretenimiento musical*, por lo tanto éstos locutores son representativos en la Ciudad de México bajo este rubro, porque poseen cualidades comunicativas que los hacen destacar en su trabajo, las cuales difieren de otros locutores como Gutiérrez Vivó, quien fue mencionado en la encuesta en 9 ocasiones, siendo el locutor más escuchado por su estilo y preparación relevante como comentarista, pero se desechó de la lista porque no labora dentro del género elegido para este trabajo.

Los locutores que podían ser entrevistados son: Fernando Martínez de Alfa Radio, Sofía Sánchez Navarro de Digital 99, Mariano Osorio de Stereo Joya, Fernanda de FM Globo, y Gabriel Roa de La Zeta; si por alguna razón no se pudo establecer una charla con alguno de ellos, entonces se recurrió a las siguientes personas de la lista de los 19 locutores más escuchados, con el fin de obtener el testimonio de 3 locutores.

Primeramente se consiguieron los teléfonos y las direcciones de las emisoras para tratar de concretar una cita, explicando el motivo de este trabajo, y una vez que se tuvo la oportunidad de platicar con los locutores, se obtuvo la información deseada basándonos en un cuestionario previamente elaborado, el cual sirvió para aplicarles una encuesta relacionada con los temas que se han tratado a lo largo de la tesis, pero no fue precisamente una encuesta, porque en el momento de la entrevista surgieron diferentes temas que no estaban contemplados.

Este cuestionario fue elaborado a lo largo de la realización de este trabajo, por lo tanto cuenta con varias preguntas parecidas a la encuesta aplicada a los radioescuchas, obviamente dirigidas al locutor, en donde se trataron las secciones: datos generales; qué exigirían a los locutores nuevos en la obtención del certificado; cómo perciben a su público en cuanto a sus usos, gustos y estados de ánimo; y cómo sienten la comunicación con el radioescucha.

Dentro de los datos generales se averiguó su edad, su nivel académico, cuánto tiempo tienen de laborar como locutores, cuánto tiempo tienen en su emisora, cuáles son los programas en los que participan, en qué horario salen al aire, si están especializados en algún tema, y si pueden definir el tipo de público que los escucha.

En cuanto a la obtención del certificado se preguntó si lo poseen, si realizaron el examen para obtenerlo, si es así, en qué consistía el mismo, qué opinan de su suspensión; de acuerdo a su criterio, cuál debe ser el nivel académico de los locutores, de qué nacionalidad, y cómo describen el comportamiento que debe tener un locutor ante su público.

Se intentó saber su función basándonos en las categorías de aficionados, especialistas, snobs y perezosos, al igual que en los usos de los radioescuchas, si les dan descanso, les ayudan a escapar de los problemas, les dan un placer cultural o estético, les ocupan el tiempo libre, o les dan una liberación o estimulación emocional.

En el tema de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, se conoció cómo fue la primera vez del locutor ante el micrófono, cómo fue su reacción y la del público; después veremos porqué sienten que la gente los identifica o los reconocen; si tienen comunicación con su público y qué elementos utilizan para tener ese contacto; cómo perciben el feedback o la respuesta del radioescucha; cómo creen que son escuchados, con atención, como compañía o como fondo sonoro; cómo llevan a cabo la participación de su público, que tal responden a los puntos de encuentro; con qué motivos su público se pone en contacto con ellos; si satisfacen sus peticiones; y porqué sienten o no, que pueden influir en las ideas de los radioescuchas.

El cuestionario guía para la entrevista con los locutores se presenta en una sola hoja y con espacios para anotar las respuestas.

pues aunque se llevó grabadora, se apuntó en el momento de la entrevista lo más relevante y concreto de las contestaciones, así, lo presentamos en la siguiente página.

El siguiente paso fue ponernos en contacto con 3 de los locutores anteriormente mencionados, se realizaron las entrevistas y se presentan en el siguiente punto tal y como se dieron gracias a la grabación, para después dar un análisis de las mismas.

CUESTIONARIO GUÍA PARA LA ENTREVISTA A LOCUTORES:

- 1- NOMBRE: _____
- 2- EDAD: _____
- 3- NIVEL ACADÉMICO: _____
- 4- ¿CUÁNTO TIEMPO TIENE DE LABORAR COMO LOCUTOR? _____
- 5- ¿CUÁNTO TIEMPO TIENE DE LABORAR EN ESTA EMISORA? _____
- 6- ¿CUÁLES SON LOS PROGRAMAS EN LOS QUE PARTICIPA ACTUALMENTE? _____
- 7- ¿CUÁL ES SU HORARIO DE TRABAJO? _____
- 8- ¿EN QUÉ TEMA ESTÁ ESPECIALIZADO? _____
- 9- ¿PODRÍA DEFINIR QUÉ TIPO DE PÚBLICO LO ESCUCHA? (EDAD, GUSTO MUSICAL, ESTATUS SOCIAL) _____
- 10- ¿TIENE SU CERTIFICADO DE LOCUTOR?
SI. NO.
- 11- ¿REALIZÓ EL EXAMEN PARA OBTENERLO?
SI. NO.
- 12- ¿EN QUÉ CONSISTÍA EL EXAMEN? _____
- 13- ¿QUÉ OPINA DE LA SUSPENSIÓN DEL EXAMEN? _____
- 14- ¿CUÁL ES EL NIVEL ACADÉMICO QUE DEBERÍA TENER UN LOCUTOR?
SECUNDARIA. BACHILLERATO. PROFESIONAL.
- 15- ¿DE QUÉ NACIONALIDAD DEBEN SER LOS LOCUTORES? _____
- 16- ¿CÓMO DESCRIBE EL COMPORTAMIENTO QUE DEBE TENER UN LOCUTOR? _____
- 17- ¿CUÁL SIENTE QUE SEA SU FUNCIÓN DE ACUERDO CON LAS ACTITUDES DE LOS RADIO-ESCUCHAS?
A) Los complace porque les gusta la música rítmica y emotiva. AFICIONADOS.
B) Los complace porque les gusta la música a través de la partitura, la forma, la armonía, la interpretación y el movimiento. ESPECIALISTAS.
C) Los complace porque les gusta la música muy determinada, que se encuentra "de moda", les gusta hablar de ella y ser vistos en los lugares donde se le interpreta SNOBS.
D) Los complace porque no les importa el tipo de música que sea, simplemente buscan compañía. PEREZOSOS.
- 18- ¿CUAL SIENTE QUE SEA SU FUNCIÓN DE ACUERDO A LOS USOS DEL RADIO-ESCUCHA?
A) Les ayuda a escapar de los problemas.
B) Les otorga un descanso.
C) Les da un placer cultural o estético.
D) Les ocupa el tiempo libre.
E) Les da una liberación o estimulación emocional.
- 19- ¿CÓMO FUE SU PRIMERA VEZ, CÓMO SINTIÓ AL PÚBLICO, QUÉ REACCIÓN TUVIERON AMBAS PARTES? _____
- 20- ¿PORQUÉ SIENTEN QUE SON RECONOCIDOS, O PORQUÉ LOS IDENTIFICA EL PÚBLICO? _____
- 21- ¿PERCIBE COMUNICACIÓN CON EL RADIOESCUCHA?
SI. NO.
- 22- ¿QUÉ ELEMENTOS UTILIZA PARA COMUNICARSE CON SU PÚBLICO, O
- 23- ¿CÓMO LE HACE PARA ENTRAR EN CONTACTO CON LOS OYENTES? _____
- 24- ¿CÓMO PERCIBE EL FEEDBACK O LA RESPUESTA DEL PÚBLICO? _____
- 25- ¿CÓMO CREE O SIENTE QUE LO ESCUCHA SU PÚBLICO?
A) Con atención.
B) Como compañía.
C) Como fondo sonoro.
- 26- ¿CÓMO LLEVA A CABO LA PARTICIPACIÓN DEL PÚBLICO? _____
- 27- ¿QUÉ TAL RESPONDEN A LOS PUNTOS DE ENCUENTRO? _____
- 28- ¿CON QUÉ MOTIVOS SE PONE EN CONTACTO EL RADIOESCUCHA? _____
- 29- ¿SATISFACEN SUS PETICIONES?
SI. NO.
- 30- ¿SE IDENTIFICAN CON LAS PETICIONES DEL PÚBLICO?
SI. NO. A VECES.
- 31- ¿SIENTEN QUE PUEDEN INFLUIR EN SUS IDEAS?
SI. NO.
- 32- ¿PORQUÉ? _____

B) PRESENTACIÓN DE LAS ENTREVISTAS:

ENTREVISTA CON MARIANO OSORIO DE STEREO JOYA.

Para ponerme en contacto con Mariano Osorio, en primer lugar conseguí el teléfono y el fax de la estación escuchándola toda una mañana, posteriormente le envié un fax indicándole mis intenciones de entrevistarle para la elaboración de este trabajo; entonces decidí presentarme en las instalaciones del Grupo Radio Centro, en dónde también se encuentran las estaciones de La Zeta y Alfa Radio, entonces podría aprovechar para buscar a Gabriel Roa o a Fernando Martínez respectivamente.

Así, llegué el lunes 26 de mayo de 1997 al Grupo Radio Centro en punto de las 10:00 de la mañana, horario en que Mariano Osorio termina su programa en Stereo Joya, dije en recepción que lo buscaba, que ya le había enviado un fax y que él sabía que vendría, lo cual era una verdad a medias, me pidieron que esperara, pues no tardaba en salir, y ahí estuve un rato, en donde también indiqué que buscaba a Gabriel Roa y a Fernando Martínez, enterándome que Gabriel salía a las 12:00 horas y Fernando trabaja de 16:00 a 20:00 horas, seguí esperando a Mariano, como no lo conocía pregunté cómo iba vestido, me dijeron que con un saco café, aguardé por casi 30 minutos, preguntando a las recepcionistas cada vez que veía a alguien de color café si esa persona era Mariano, después salió Gabriel Roa y me lo señalaron inmediatamente, fue entonces cuando me presenté y le pedí la entrevista indicando el motivo, quedamos de vernos el viernes a las 10:00 horas.

Seguí esperando a Mariano, quién llegó directamente a presentarse conmigo preguntando si era yo quien lo buscaba, estaba distraída y cuando las chicas de recepción dijeron: "él es Mariano Osorio", miré a las escaleras y vi a un señor que vestía de color café, de aproximadamente 40 años, pero no, en ese momento Mariano ya estaba frente a mí presentándose, y llevaba un traje azul marino, me llevé una sorpresa muy agradable, pues Mariano Osorio es como muchos radioescuchas lo imaginamos, un muchacho de 27 años, con excelente presentación, es de tez blanca, cabello corto bien peinado, barba cerrada muy bien

rasurada, ojos expresivos, y una cicatriz en el lado derecho de la barbilla que le da un toque especial a su personalidad.

Rápidamente me presenté y le expuse mi intención de hablar con él respecto al tema de mi tesis, haciendo énfasis en que él es uno de los locutores más mencionados de mi encuesta, en ese momento me invitó a pasar a la cafetería, donde nos sentamos y le mostré el cuestionario guía explicándole a grandes rasgos el contenido, a lo cual respondió: “pues mira, tengo que irme, pero te podría contestar en 5 minutos, para no hacerte venir otro día”, entonces saqué el lápiz y preparé la grabadora.

Mariano Osorio tiene la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en el medio de la radio tiene alrededor de 8 años trabajando como locutor, en Stereo Joya lleva 2 años, con 1 año 8 meses en su programa: “Mariano en las mañanas” de lunes a viernes de 6:00 a 10:00 horas en vivo, no tiene ningún tema en especial en que se desenvuelva, pues indica que son muchos, básicamente trata las notas del día, y se inclina un poco más en la política, pero sobre todo su programa se basa en la motivación; el público que lo escucha es un auditorio joven de 16 a 35 años, de las clases media y alta (A y B) en su mayor proporción.

Dentro del ambiente matutino de una cafetería que empezaba sus labores, dimos inicio a la entrevista, con la tensión de que Mariano tenía otro compromiso y contestó en forma muy concreta a todas las preguntas, pero siendo muy amable y entendiendo mi posición; la cual se presenta a continuación:

-¿Tienes el certificado de locutor?

-Sí.

-¿Realizaste el examen para obtenerlo?

-Sí, si lo hice.

-¿En qué consistía el examen?

-Fueron 5 etapas, de conocimientos generales, de la Ley de Radio y Televisión, de pronunciación, y de cabina, ¡ha! entonces fueron 4 etapas.

-¿Qué opinas de la suspensión del examen a partir de 1992?

-Me da lo mismo, porque lo que cuenta es la capacidad de las personas al estar frente al micrófono, y no la elaboración de un examen.

-¿Cuál crees que debería ser el nivel académico de un locutor, secundaria, bachillerato, o profesional?

-Pues depende de la estación, porque si es nada más para anunciar canciones o decir la hora, no se necesita de mucho estudio, pero si es una estación más abierta, se necesita de más preparación, pero no sólo de la escuela, sino de la vida diaria, de lo que pasa todos los días en el mundo.

-¿De qué nacionalidad deben ser los locutores?

-Mexicanos.

-¿Cómo describes el comportamiento que debe tener un locutor?.

-Debe ser amable, sencillo, inteligente y preparado.

-¿Cómo sientes que sea tu función de acuerdo con la intención del radioescucha ante la radio y a tu programa, los complaces porque les gusta la música rítmica y emotiva, son los aficionados; los complaces porque les gusta la música a través de la partitura, la forma, la armonía, la interpretación y el movimiento, son los especialistas; los complaces porque les gusta un tipo de música muy determinada que está de moda, son los snobs; o los complaces porque no les importa el tipo de música que sea porque sólo buscan compañía?

-Son varias a la vez, pero sobretodo la primera (aficionados), porque les gusta la música que está de moda (snobs), y también les doy una compañía (perezosos).

-¿Cuál sientes que sea tu función de acuerdo a los usos del radioescucha, les ayudas a escapar de los problemas, les otorgas un descanso, les das un placer cultural o estético, les ocupas el tiempo libre, o les das una liberación o estimulación emocional?

-La última sobretodo, los animas, les levantas el ánimo en eso está mi función.

-¿Cómo fue tu reacción en tu primera vez, la tuya y la del público?

-Bueno, no tiene mucho que ver con lo que hago actualmente, porque antes esa primera vez, hace 8 años o 9 yo empecé en provincia, aún no estaba ni siquiera terminando la escuela, y presentaba y despedía canciones, entonces daba lo mismo que fuera Mariano, Pedro o Juan, pues eso cualquiera lo hace, después ya me preparé y mi posición ahora es otra, y aplicaría esa pregunta a ésta etapa de mi vida, en donde me encuentro a un público sensible, con un comunicador que no tiene mayor pretensión que

hacer que la gente sienta, y hacer que la gente vibre con cada día de su vida, esa es fundamentalmente mi labor en este medio, con todo, con las noticias, con los choques, con el tráfico, con la música, con una poesía.

-¿Porqué sientes que seas reconocido, porqué crees que te identifica el público?

-Bueno, no sé si sea reconocido, lo que sí sé es que me ubican porque soy como ellos, porque no adopto posiciones que me ponen por encima o por debajo de ellos, porque no soy el típico locutor que habla como los locutores de FM, que simulan la voz, que se sienten los redentores del mundo, no grito, en fin, llego y platico como ellos, veo la vida como la vemos todos, comparto nuestras propias inquietudes y nuestros sentimientos, es partir de lo sencillo, creo que es por ahí.

-¿Si percibes que hay comunicación con tu público?

-Sí.

-¿Cómo llevas a cabo esa comunicación?

-Bueno, hay mucha retroalimentación por parte de ellos, y tiene que ver con el envío de, no sólo de los correos electrónicos, ni de faxes, ni de cartas, soy el conductor que más cartas recibe afortunadamente, y entonces me encanta porque puedo contestar personalmente cada una de esas cartas, pero de todo el grupo, de 12 estaciones que somos aquí soy el que más cartas recibí, y entonces he enfrentado esa condición cálida, y con las llamadas, en fin sobra un poco decir eso, pero también cuando voy a un evento de la estación, o cuando la gente me ubica en la calle y se acerca, creo que empiezan a ubicar a Mariano como el amigo de la radio.

-¿Cómo le haces para tener esa comunicación?

-Soy sencillo, actúo como actúo con mi mejor amigo, actúo así cuando estoy en mi programa, y bueno, no me importa que me tachen de lo que sea, a lo mejor hay alguien que dice este cuate es demasiado "x", no sé, pero me importa saber que a la gente le llega lo que hago, y que en este momento, a 1 año 8 meses de haberse iniciado el programa, la estación en la que estoy, que es Stereo joya, hace poco más de año y medio estaba ubicada en el lugar 15 o 16, y ahora somos la segunda estación más escuchada.

-¿Cómo percibes el feedback, la respuesta del público en el momento en que estás ante el micrófono?

-O sea, en el momento en que te identifican por nombre, y saben que lo que estás haciendo tiene que ver con ellos, cuando se identifican contigo te identificas con ellos inevitablemente.

-¿Cómo sientes que te escucha tu público, con atención, como compañía o como fondo sonoro?

-Con atención, es necesario que te escuchen y no te oigan, esa es la diferencia, porque se manejan temas que a todos nos interesan, Stereo Joya, al menos en las mañanas, ha dejado de ser una estación musical al 100%, es una estación que maneja información, que maneja noticias, que maneja poesía, que maneja muchas cosas, que requieren de la atención de la gente, y la gente no estaría ahí, y el Rating no se habría elevado mucho si no atendieran, porque entonces se irían a la música y al ruido, que puedes encontrar en otro lado, incluso en Stereo Joya mismo, en otros horarios en que te da solamente música.

-¿Cómo llevas a cabo la participación del público?

-Siempre inventamos cosas nuevas, manejamos muchas promociones de todo tipo, y mantenemos al radioescucha interactuando, activo y no pasivo.

-¿Qué tal responden a los puntos de encuentro?

-Es tremendo, es una reacción que ninguna otra estación puede lograr, es muy pretencioso, parece muy pretencioso lo que te estoy diciendo, pero es cierto, entonces ni modo, lo tengo que decir porque me toca, pero es cierto.

-¿Con qué motivos se ponen en contacto contigo?

-Es un servicio social, para comentar las notas del día, o para comentar alguna nota que yo haya dicho, para pedir hasta música, son muchas cosas.

-¿Satisfaces las peticiones que te pide el público?

-Procuró hacerlo, todos los días en la medida de mis posibilidades.

-¿Te identificas con esas peticiones, en cuanto a la música, al asesoramiento o ayuda que te pidan?

-Sí, siempre, siempre me pongo de su lado, soy un cómplice incondicional, y siempre me pongo de su lado.

-¿Sientes que puedes influir en tu público?

-Sí, aunque no me lo propongo, no quiero eso, no es lo que quiero, sólo quiero que nos podamos sentir bien cada mañana, para empezar bien el día.

- Bueno, pues eso sería todo.
- Sale, tengo que salir corriendo.*
- Muchas gracias, no sabes cómo te lo agradezco.
- No hay de que, no hay cuidado, al contrario, cuídate mucho.*
- Bien, ya lo verás en una tesis.
- Oye, si me pudieras luego dar una copia de tu trabajo.*
- Claro que si, te la haré llegar.
- Okey cuídate.*
- Adios.

ENTREVISTA CON GABRIEL ROA DE LA ZETA.

Como se mencionó anteriormente, a Gabriel Roa lo conocí el mismo día en que entrevisté a Mariano Osorio, el lunes 26 de mayo de 1997, mientras esperaba a Mariano, Gabriel se atravesó en mi camino, lo cual aproveché para presentarme, decirle mi objetivo y concretamos una cita para el viernes 30 de mayo a las 10:00 horas; ahí estuve, llegué y dije a las recepcionistas que iba a verlo, que ya teníamos una cita a esa hora, lo esperé aproximadamente 30 minutos, cuando por fin salió, me acerqué para saludarlo y recordarle la cita para la entrevista, a lo que me respondió: "hijole, me es imposible recibirte, es que tengo muchas cosas que hacer", le dije que no importaba, pero que cuándo podría recibirme, entonces me pidió que fuera el martes 3 de junio a la misma hora.

Entendí esta situación, pues era muy probable que no todos los locutores me atendieran a la primera como Mariano Osorio, y esto formaba parte del trabajo: buscar e insistir con los locutores que me había propuesto entrevistar; por lo tanto, ahí estuve el martes 3 de junio, esperando a Gabriel Roa desde las 10:00 horas hasta las 12:30 para que me atendiera, quien pidiendo disculpas por haber tardado, me pasó a su oficina para dar lugar a la entrevista.

Gabriel Roa Sánchez, conocido locutor de La Zeta, una de las estaciones más escuchadas de la Ciudad de México, es un joven de 22 años, es alto, delgado, de cabello rizado al igual que sus pestañas, con barba del día sin rasurar, pantalones de mezclilla y una camisa sport; con su sonrisa agradable dijo que sólo tiene terminada la preparatoria y se quedó en el tercer semestre de la

universidad, empezó como locutor a los 16 años, y tiene 1 año 6 meses en La Zeta, participando en los programas: Serenatas de La Zeta, Adivina y Gana, y Carrusel musical, estando en vivo de 6:00 a 10:00 horas, y de 20:00 a 10:00 horas grabado; en cuanto a su especialización, dijo que como locutor se debe saber de todo, de política, de deportes, de noticias internacionales, nacionales, del espectáculo, de chismes, en fin de todo; asegura que lo escucha todo tipo de gente y de todas las edades, "todos escuchan La Zeta, quien menos piensas o te imaginas, esa persona también nos escucha, todo mundo nos oye".

Así, sentados frente a frente en un largo escritorio, dentro de una oficina con una gran ventana de pared a pared, un mueble de madera con un aparato de sonido sintonizado en La Zeta a un volumen moderado, las bocinas a los lados, y al rincón una computadora cuya pantalla presentaba un escritorio y libros al fondo, con una esfera que brincaba de un lado a otro haciendo ver los objetos de distinto tamaño al pasar por ellos, en este ambiente serio e intelectual, con el fondo musical de La Zeta, empezamos la entrevista:

-¿Tienes tu certificado de locutor?

Sí.

-¿Realizaste el examen?

-Sí, si lo hice.

-¿En qué consistía?

-Pues tenía de todo: social, cultural, política, leyes, de radio, en fin era muy completo.

-¿Qué opinas de su suspensión?

-Pues es bueno, porque era mucho trámite, y suerte para quienes sí lo elaboramos y suerte para quienes no lo hicieron.

-¿Cuál crees que debería ser el nivel académico de un locutor?

-Pues puede variar, porque puedes ser licenciado y no estar trabajando en lo que estudiaste, cuántas personas están en esa situación, y aquí no cuenta tanto el estudio, yo siento que es la práctica y la experiencia lo que vale, porque de eso se trata este trabajo, de tener cayo con el micrófono y con tu público, pero no por eso se debe ser un analfabeta, tiene que ser una persona

preparada en conocimientos generales, y pienso que mínimo deben tener preparatoria.

-¿De qué nacionalidad deben de ser los locutores?

-Depende, si es un buen locutor, no importa que sea argentino o español, lo importante es que se desenvuelva bien en su trabajo, si tiene buen manejo del micrófono y tiene química con el radioescucha, puede ser de la nacionalidad que sea, eso no importa tanto.

-¿Cómo describes el comportamiento que debe tener un locutor?

-Debe ser amable, respetuoso, y juguetón, eso sobretodo, para alegrar a la gente, porque ese es su objetivo, y para lograrlo debe transmitir esa energía de alegría.

-¿Cuál es la función del locutor?

-Lo que te acabo de decir, llevar alegría, energía a la gente, hacerlos olvidar de la tensión de la Ciudad, porque creo que si puedes hacer sentir bien a tu público y lo haces pasar un rato agradable, en una Ciudad con tantos problemas como la nuestra, pues estás cumpliendo con tu función, y te das cuenta, por como te habla la gente y está contenta, porque tú se lo transmites.

-¿Cual crees que sea tu función de acuerdo a las actitudes de la gente, los complaces porque les gusta la música rítmica y emotiva, son los aficionados; los complaces porque les gusta la música a través de la partitura, la forma, la armonía, la interpretación y el movimiento, que son los especialistas; los complaces porque les gusta un tipo de música muy determinada que está de moda, son los snobs; o los complaces porque no les importa el tipo de música que sea porque sólo buscan compañía, que son los perezosos?

-Lo que pasa es que complaces a todo tipo de gente, no lo puedes especificar, porque cualquier tipo de gente te oye, y abarcas todas esas funciones, pero de acuerdo al perfil de la estación, escogería la primera opción (aficionados), y la de que escuchan música porque está de moda (snobs).

-De acuerdo con los usos del radioescucha ¿Porqué función te inclinarías más, porque los ayudas a escapar de los problemas, les otorgas un descanso, les das un placer cultural o estético, les ocupas el tiempo libre, o les das una liberación o estimulación emocional?

-Esa precisamente, más que todas las demás, porque estás ahí para animarlos, para motivarlos, para hacerles pasar un rato agradable.

-¿Cómo fue tu primera vez como locutor, cuál fue tu reacción y la del público?

-Hijole, es que no podría describirlo, porque fue una experiencia padrisima, y sigue siendo una emoción muy especial, que vivo todos los días, fue una adrenalina al 500 % que nunca acaba, porque todavía continúa cuando estoy al aire, y que vivo todos los días.

-¿Porqué sientes que la gente te reconoce o te identifica?

-Eso es la gente quien te lo puede decir, porque la gente es quien lo decide, porque yo te puedo decir porque soy guapo, soy bien buena onda, y no es cierto, es lo que la gente piensa y es su decisión.

-¿Percibes comunicación con tu público?

-Claro que si, todos los días, en el momento en que estoy al aire, es una comunicación constante, y es muy padre.

-¿Cómo le haces para llevar a cabo esa comunicación?

-Soy común y corriente, me comporto como un gran cuate, porque estás con tu mejor amigo que es el público.

-¿Cómo percibes el feedback, la respuesta del público?

-Es algo que se da en forma inmediata, porque sabes que están ahí, y te están escuchando, y se da en ese mismo momento, es inmediato.

-¿Cómo sientes que te escucha tu público, con atención, como compañía o como fondo sonoro?

-Te escuchan con atención, y también como compañía, pero nunca como fondo sonoro, porque la gente está ahí, y siempre está participando, siempre te das cuenta de que te están atendiendo y no te tiran de a loco.

-¿Cómo llevas a cabo la participación del público?

-Eso es algo de siempre, con concursos, promociones, siempre tenemos algo para tener al público activo.

-¿Qué tal responden a los puntos de encuentro?

-Muy pero muy bien, están llegando 300 personas por punto, eso quiere decir que la estación está bien, que estamos bien y se está cumpliendo nuestro objetivo.

-¿Con qué motivos se ponen en contacto contigo?

-Para todo lo que te puedas imaginar, para pedir canciones, información, para contar chismes, hasta para hacerte proposiciones indecorosas, te cuentan su vida, en fin, te hablan para decirte cualquier cosa y con cualquier motivo, para todo.

-¿Satisfaces sus peticiones?

-Sí, claro que sí, siempre trato de ayudarlos, en la música, en información, en darles un consejo, pero menos en las proposiciones indecorosas, aclaro, porque en esos casos te tienes que esquivar muy sutilmente, para cuidar tu imagen y la de tu estación, pero sí los complazco en todo lo que puedo, porque para eso estoy.

-¿Te identificas con sus peticiones?

-Sí, claro que sí, porque de alguna forma te pones en su lugar y los entiendes, y para poderlos ayudar tienes que identificarte con ellos.

-¿Sientes que puedes influir en sus ideas?

-Sí, porque los animas, de acuerdo con su estado de ánimo, si están tristes, enojados, melancólicos, tú los alegras y les haces pasar un buen rato, en eso puedes influir, en cambiar su estado de ánimo para estar alegres, llenos de energía y contentos.

-¿Si llevas a cabo la empatía, te pones en el lugar del radioescucha?

-Por supuesto que sí, porque yo también fui radioescucha, y hago lo que a mi me hubiera gustado que hicieran los locutores, y si tienes la oportunidad de hacer lo que te gusta como radioescucha, lo haces, por eso me pongo en su lugar, para hacer lo que a ellos les gusta, porque yo también fui y soy un radioescucha más.

-Bueno, pues eso sería todo, muchísimas gracias.

-No al contrario, gracias a ti por esperarme.

-No hay cuidado, hasta luego y gracias.

-Andale que de vaya bien.

ENTREVISTA CON SOFÍA SÁNCHEZ NAVARRO DE DIGITAL 99.

Para entrar en contacto con Sofía Sánchez Navarro, reconocida locutora de Digital 99, primeramente le envié un par de faxes a su programa, en donde me presentaba e indicaba mi intención de entrevistarla, después acudí el martes 27 de mayo de 1997 a las instalaciones del Grupo ACIR, pregunté por ella y le dije al policía de la entrada que quería verla, fue entonces cuando el policía me puso en contacto con Ana Mejía, una de las asistentes de

Sofía, a quien volví a explicar el tema de mi tesis y mi objetivo de entrevistar a Sofía, respondiéndome que debía hacer una cita, porque ese día estaba muy ocupada, pero que ella le diría acerca de mi intención, tomó mis datos, pregunté su teléfono y nos despedimos, llamé al día siguiente, para saber cuándo me podrían recibir, me contestó Ana Mejía, quien me citó para el lunes 2 de junio a las 12:00 horas.

Ese lunes decidí llamar antes para confirmar la cita, así que marqué alrededor de las 10:00 horas, nuevamente Ana Mejía me contestó y me pidió que me comunicara en media hora, pues en ese momento no estaba Sofía y no podía confirmar la cita, volví a marcar en punto de las 10:30 horas, esta vez Ana me dijo que Sofía estaba muy ocupada que no me podría atender, pero que había otros locutores, le contesté que realmente me interesaba entrevistar a Sofía, pues es una de las locutoras más mencionadas en la encuesta realizada en mi tesis, situación que Ana recordó y me pidió que esperara, cuando volvió a contestar me dijo que me esperaban el miércoles a las 12:00 horas.

El miércoles 4 de junio decidí presentarme sin confirmar la cita, pues era más probable que me recibiera estando ahí, por lo tanto llegué a las 11:30 horas, el policía llamó a Ana Mejía quien pidió que me pasaran a recepción a esperar la hora de la cita; era un cuarto de paredes y puertas de cristal, un par de sillones color azul rey, y un gran escritorio de madera en donde una señorita contestaba teléfonos y preguntaba quién y a quién querían ver; entré saludando a tres personas que guardaban asiento, en donde yo también ocupé un lugar hasta las 12:30 horas, tiempo en el cual las otras tres personas resolvieron su asunto y se fueron, pero también la señorita de recepción preguntó mi nombre en tres ocasiones pidiéndome que siguiera esperando, cuando por fin dijo: "puedes pasar, subiendo las escaleras, derecho, y luego a la izquierda, ahí está la Dirección artística, donde está Sofía", siguiendo las instrucciones, llegué al lugar indicado, una oficina un poco amontonada pero con un desorden ordenado, posters de Luis Miguel, Maná, y otros grupos decorando la pared, Sofía me recibió muy amable sentada detrás de un escritorio, y sin dejar de trabajar en una computadora me pidió que la disculpara, que estaba ocupadísima, pero en un momento me atendía, invitándome

a sentarme en otra oficina improvisada al rincón de la Dirección artística, pasé indicándole que no había problema, que la esperaba, mientras preparé el cuestionario y la grabadora, observando los detalles de la oficina y atendiendo todo el movimiento de la Dirección artística, Sofía seguía trabajando en la computadora y aproximadamente a los 10 minutos levantó la cabeza y me dijo: “discúlpame chaparra, pero en un momento estoy contigo”, volví a decirle que no se preocupara, que la seguiría esperando, después de un rato se levantó diciendo: “ahora sí, si quieres acerca la silla al escritorio y déjame cerrar la puerta”, mientras me acercaba y me acomodaba le expliqué a grandes rasgos el contenido de la tesis, enfatizando el objetivo de la entrevista invitándola a dar inicio con la misma, “claro”, me contestó.

Sofía Sánchez Navarro, locutora de Digital 99, es una chava de 30 años, se siente muy joven y ella misma dice que ha vivido mucho sanamente; es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, tiene 4 años 3 meses trabajado como locutora, mismo tiempo que ha estado en Digital 99, “aquí empecé y aquí me moriré, yo creo” mencionó; es una chica alta, delgada, de piel blanca, de cabello castaño con unas luces rubias que le sientan muy bien, y llevaba un chongo improvisado, vestía un pantalón de mezclilla negro y una blusa del mismo color, encendió un cigarro para platicarme que también es Gerente de la estación y programadora de la misma, por lo tanto su horario de trabajo es todo el día; cuando llegó a la estación empezó con 6 horas diarias, después participó en el programa “aerobics”, que después de convirtió en lo que ahora es “huevos”, se 6:00 a 9:00 horas, el cual lleva casi 3 años al aire, también participó en las cápsulas “de película”, que ya terminaron, colabora en “top show” los sábados de 11:00 a 12:00 horas, y con 2 años 3 meses de éxito en “Friends Conexions”, uno de los programas más escuchados en la Ciudad de México de acuerdo con los resultados de la encuesta, además Sofía es voz identificativa de la estación.

Dentro de una oficina, con paredes mitad madera y mitad cristal, que dividen a la misma del departamento de Dirección artística, en donde sólo estaba un escritorio de madera con dos sillas al frente recargadas en la pared, por lo que se debían acercar para poder estar dirigidas al escritorio, sobre el cual estaba un

aparato de sonido que ocupaba gran parte del mismo, además de papeles, porta retratos y reconocimientos de cristal, en la pared del fondo se habría una ventana por donde se alcanzaba a ver parte de un árbol y el cielo azul, por la cual se ventilaba un poco el humo del cigarro de Sofía que a ratos dejaba sobre un cenicero plateado; en ese ambiente de oficina encerrada y con el murmullo de la gente del departamento, se dio lugar a la entrevista que se presenta a continuación:

-¿Hay algún tema en el que estés especializada?

-*Como locutora, mira, lo que pasa es que yo siempre lo he dicho, no es que yo sea una buena locutora, la verdad no lo soy, lo que pasa es que la gente me ha tenido como paciencia y cariñito porque soy muy parecida a ellos, meto la pata y todo eso, soy muy humana, entonces hay gente que piensa que soy buena locutora, yo pienso que más que ser una buena locutora, soy muy gente con ellos, entonces no sé que tanto trabajo sería, es más como soy, vamos para que me entiendas, soy igual adentro que afuera del aire, entonces, más que locutora soy más amiga del auditorio, porque así como una locutora que tenga una buena dicción, no lo soy, no la tengo, de que sepa barbaridades de música, tampoco, soy más que nada una locutora de programas hablados, más que locutora de cabina, y ahí está la diferencia.*

-¿Podrías definir el tipo de público que te escucha?

-*Juvenil principalmente, de 13 a 18 años, abarcando también hasta los 28, hasta los 30 pues si quieres, pero el público continuo es de 13 a 18 años, el nivel socioeconómico que se maneja principalmente... ¿Te quieres basar en Digital en general?*

-En Digital, y en tus programas, en tu público.

-*Bueno, en Digital estamos en clase media, con mucho porcentaje de A y B, y en Friends Conexions, en todas las clases sociales, principalmente en la clase media, que por cierto es un programa muy escuchado afortunadamente.*

-¿Tienes tu certificado de locutor?

-Sí.

-¿Realizaste el examen para obtenerlo?

-*No, me dieron otro tipo de certificado, soy de la nueva camada.*

-¿Entonces no sabes en qué consistía el examen?

-Sí, claro, era de cultura general, idiomas, etcétera.

-¿Qué opinas de la suspensión del examen?

-Pues bueno, lo que pasa es que yo siempre te lo voy a decir en mi caso muy particular como gerente, para contratar locutores en la estación, a mí de nada me sirve un erudito en la estación definitivamente, porque lo que tiene jale para la gente, es la gente abierta, positiva, alegre, que tenga buen contacto con su público, que respete al auditorio, que sepa de música, que tenga una cultura general, pero mucha gente piensa que un locutor es un erudito, que debe saber de todos los temas, y actualmente en Digital 99 yo contrato a los locutores por todas esas cualidades, que tenga una cultura general musical, que tenga una cultura de nuestro país y del mundo, obviamente, que sepa de lo que está hablando al aire, y no es una estación informativa, es una estación musical, donde los programas hablados son solamente Friends Conexions y ahora Barra Libre, y aún así son programas musicales en donde se presenta música, con intervenciones cabineras, son presentadores, pero tratamos de no ser sólo presentadores, sino también dar algo más, dando información de todo tipo, sin caer un una estación informativa,

-¿De acuerdo con tu criterio cuál crees que debe ser el nivel académico del locutor?

-Mínimo que acabe sus estudios de universidad, que sean profesionales.

-¿De qué nacionalidad, a tu criterio, deben ser los locutores?

-Mexicanos 100%, yo no contrato extranjeros, primero está la gente mexicana que bastante falta le hace el empleo que otros.

-¿Cómo describes el comportamiento que debe tener un locutor?

-Ante todo respeto al auditorio, es lo más importante, conocimiento de su trabajo, en cuanto a música y temas generales, y positivismo, que es algo en lo que me baso mucho.

-De acuerdo a la actitud del radioescucha ante la música, ¿Cuál crees que sea tu función, los complaces porque les gusta la música rítmica y emotiva, son los aficionados; los complaces porque les gusta la música a través de la partitura, la forma, la armonía la interpretación y el movimiento, que son los especialistas; los complaces porque les gusta un tipo de música muy determinada que está de moda, son los snobs; o los complaces porque no les

importa el tipo de música que sea porque sólo buscan compañía, son los perezosos?

-La primera más que nada, (aficionados), y la otra quitando la palabra snob, que es gente fanática de grupos, de una moda sobretodo.

-De acuerdo a los usos de los radioescuchas ¿Por cuál te inclinas más, los ayudas a escapar de los problemas, les otorgas un descanso, les das un placer cultural o estético, les ocupas el tiempo libre, o les das una liberación o estimulación emocional?

-Estimulación, es que son muchas, estimulación, liberación, divertimento, los acompañas, principalmente la música sirve yo siento para dos cosas, la escuchas porque te gusta de entrada (placer cultural o estético), y aparte es por algo, porque te estimula tus sentidos, te hace estar contenta, porque si quieres estar melancólica le cambias y estás en otro estado de ánimo.

-¿Cómo fue tu primera reacción en el micrófono, cuál fue la reacción del público?

-Terrible, no terrible por mala, fue muy buena la gente, me aceptó muy bien afortunadamente, disculparon todos mis errores, estuve un mes con diarrea, estaba muy nerviosa, pero algo dentro de mí... yo trabajaba en otra empresa, y me cambié a la semana, sin haber practicado nunca la locución, y empecé con 6 horas, y eso me dio mucho cayo ahorita, pero afortunadamente, es lo que te comentaba en un principio, yo soy igual adentro y afuera, me sirvió mucho porque hasta la fecha sigo conservando eso, porque hay personas que les parece una cualidad, hay locutores que se hacen, yo no soy una locutora que sea, yo soy como soy, si me explico, o sea hay locutores que estudian locución, y locutores que son como son al aire, y son hechos así, no cambian la voz, y tal vez es porque la estación se los pide, yo afortunadamente estoy en una estación donde todo lo que implicaba estar en Digital era ser lo que soy en gran parte de mi vida, un ser humano como cualquiera, para la estación que es muy alegre, se me consideraba como muy reventadona, y los chavitos y sobretodo las chavitas se identificaban conmigo porque soy muy abierta y muy honesta al aire, entonces, lo que pienso lo digo, y lo que me molesta lo digo también, tengo mucho respeto a mi auditorio, es lo que más espeto en mi trabajo y yo creo que es lo más importante.

-¿Porqué sientes que eres reconocida, porqué crees que te identifica el público?

-Por las mismas cualidades yo creo, no creo que sea una persona petulante, en mi trabajo, que es como cualquier trabajo, como una persona que viene a limpiar, pero yo no le he tomado como tal, a lo que me refiero es que algo de todo el equipo de Digital, que salimos al aire y tenemos un compromiso con el auditorio, de mantenerlos informados de música, de transmitirles... te hablo un poco como gerente, porque les transmitimos la música que quieren escuchar, es una estación de éxitos, entonces tratamos siempre de complacerlos con eso, y además tenemos un contacto muy directo con los radioescuchas, en cuanto a sus cartas, las leemos, tenemos el programa de Friends, con los faxes que son demasiados y no acabamos, pero lo más bonito de la gente es que nos ve como amigos, y si lo escuchas, la gente te habla como si fuera una familia, y en Digital tenemos ese concepto, de que todos somos humanos, cometemos errores y tenemos el derecho a hablar y decir lo que nos gusta y lo que no nos gusta, recibimos llamadas de cabina, y les damos seguimiento, y tenemos un contacto también afuera, por ejemplo, es bueno que lo sepas, hemos tenido chavas que se quieren suicidar, que tienen SIDA, y los tratamos fuera del aire por respeto a ellos, no los utilizamos como morbo o burla, nunca utilizamos el programa para burlarnos de las personas, entonces ese contacto lo manejamos fuera de la estación en una forma de psicología muy juvenil, y sin meternos a esos rollos que son muy complicados, y los canalizamos con amigos que son psicólogos, que cobran una mínima cantidad o no cobran, y todas estas cosas suceden detrás de una estación de radio, en este caso en Digital, la gente nos ha tomado tanta confianza porque somos jóvenes, y es algo real cuando estamos al aire, y con ese contacto sabemos como está la juventud actual, que tiene necesidad de comunicar sus problemas, como no lo hace en su casa o con sus amigos, y tienen un espacio para ellos, para hacer lo que quieren, y de alguna manera los ayudamos.

-Entonces ¿Si sientes que hay comunicación con tu público?

-Pero al 100%, y además con una confianza impresionante, porque aquí deberás la gente habla como cuando estás con tu mejor amigo.

-¿Cómo sientes que llevas a cabo esa comunicación, cuando estás en el micrófono, llevas a cabo la empatía, te pones en su lugar?

-Claro, yo lo he hecho muchas veces al aire, eso de tirarle la onda a un chavo como mujer, yo lo he hecho, yo sé lo que es sentir cosquillitas en el estómago, lo que es estar triste 3 meses y llorar por tu novio y no querer levantarte, lo que son las depresiones, lo que es que tu familia no te escuche, tener pena de hablar ciertas cosas sexuales, las salidas, el reventón, chupar, ponerte borracho, todo eso yo lo he vivido, yo soy una chava la verdad muy vivida, muy sanamente gracias a Dios, y ellos se identifican porque también me voy de reventón, yo también chupo, claro ahora no tanto, pero si tuve mis temporadas de reventón, y les platicaba mis rollos, y soy una chava normal, ahorita estoy adelgazando y se identifican porque les dije engorde, entonces las chavitas me llaman y me preguntan qué hago para adelgazar, y yo les paso la dieta de Lucero, y se identifican con su artista que admiran y conmigo, que soy una chava que engorda, que le salen granos, no soy sólo la voz que habla y se pueden imaginar a través de la voz a alguien guapísima, pero no, yo también me unto mil porquerías en la cara igual que todas las chavas, y que todos los días estoy en la lucha por mejorar tanto física, moral y espiritualmente, y todo este rollo yo se los transmito como gente, como lo que soy, como eres tú, y por eso la gente logra ese contacto, que no hace falta tener que estar aventándose rollos muy didácticos para que la gente te entienda y te escuche, es una manera muy fresca de hacerlo.

-¿Cómo percibes la respuesta del público, en el momento en que estás ante el micrófono?

-Con mucho respeto, siento que se siente como parte de una familia, que aunque hay muchísima gente obviamente nueva, cada vez que viene el programa de Friends, hay algunos que repiten y tienen la suerte de volver a entrar, pero hay mucha gente que nunca ha entrado, y entran como si ya lo hubieran hecho, y hay gente que entra con muchos nervios, pero hasta con todo y sus nervios se sienten agusto, sienten que están con locutores en donde no se les exige un tiempo o que hablen de determinada manera, donde si no saben lo que se les pregunta los tachen de ignorantes, entonces hay un mutuo respeto, y ésa es la base.

-¿Cómo sientes que te escucha tu público, con atención, como compañía o como fondo sonoro?

-No, con atención sí.

-¿Cómo llevas a cabo la participación de tu público?

-Por vía telefónica, faxes, cartas, algunos que vienen a la estación, los invitados, conciertos, eventos, convivencias y promociones, son la manera en que tenemos contacto con el público, que obviamente es diferente, vía telefónica, pues platicar con ellos es mucho más fácil, en la carta, pues tienes que contestar la carta vía telefónica o les das al aire la respuesta, en los eventos es más padre porque les ves la cara, y ya más o menos tienes más elementos para saber que tipo de persona es y todos sus rollos.

-¿Qué tal responden a los puntos de encuentro?

-Muy bien, muy bien, Digital 99 tiene la enorme fortuna de que cada vez que tenemos un concierto, llega más gente de lo que pensamos, y está muy pendiente, la verdad es que sí tenemos una muy buena respuesta de parte del auditorio, y no nos podemos quejar de eso.

-¿Con qué motivos se ponen en contacto contigo los radioescuchas?

-Con todos los que te puedas imaginar, desde pedir una canción al locutor, platicar de música, hablar de su vida, de su familia, de sus novios, de todo, devéras hemos logrado una amistad entre el auditorio y nosotros, porque no contestamos nada más "qué canción quieres", sino que platicamos, tú puedes bajar ahorita a cabina y sin decirle nada al locutor, te vas a dar cuenta de eso.

-¿Satisfaces las peticiones del público?

-Sí, claro que sí, no al instante, porque nosotros ya tenemos una carta de programación, pero si yo te enseño las peticiones de Digital 99, son las mismas que tenemos en alta rotación en nuestra programación de música, has de cuenta, te enseño las peticiones y aproximadamente son 15 canciones las que siempre se piden, de los artistas que son más cotizados, como Ricky Martin, Mercurio, Fey, Sentidos opuestos, Alex Sintek, todos ellos los piden tantas veces, que en la rotación están cada 2 horas, entonces tienes la oportunidad de escuchar los temas favoritos cada hora o cada hora y media, con bloques de todos los temas más exitosos en el Hit Parade en México, porque es una estación de éxitos.

-¿Te identificas con sus peticiones, no sólo de la música?

-Sí, con su vida por supuesto que sí, porque te vuelvo a repetir, todos hemos pasado por las mismas cosas, entonces para mí es más fácil darle un consejo a una chava de 15 años, siendo muy objetiva, nunca me meto a fondo en sus vidas personales, porque uno puede decirle a una chava por ejemplo, en un caso muy fuerte, en que si quieren abortar, y me piden consejo, pues yo les aconsejo que hablen con el ginecólogo, lo que puedo hacer es canalizarlas con un ginecólogo, con un psicólogo, y como amiga platicar con ella y hacerla sentir tranquila, acompañarla, y platicar un rato, pero no me puedo meter demasiado en la vida personal porque es demasiada responsabilidad.

-De eso precisamente es la siguiente pregunta: ¿Sientes que puedes influir en tu público?

-Por supuesto, por lo mismo, porque a veces sienten que están hablando, por ejemplo en Friends, son la doctora corazón del medio, y creen que yo me sé todas las técnicas para atrapar al galán y para echar la mano, y la verdad no, mis relaciones no todas han sido buenas, pero lo que puedo decir y hacer, es platicar con ellos y tratar entre los dos, sea hombre o mujer, de llegar a algo para hacerlos sentir mejor, y echarles la mano con cosas muy sencillas, y sobre todo manejamos en todos los turnos y en todos los programas el positivismo al 100 %, y si la chava está deprimida, si llama a Digital 99 de alguna manera la vamos a poner de buen humor, es más hace poco, nos llegó una carta de un caso terrible, su papá murió, la mamá la dejó con sus hermanitos, y una media hermana se quedó con toda la herencia, y tiene muchas broncas, al final del programa le dimos un consejo como cuates, de que le echara ganas, la vida sigue, y no todo es tan terrible como tú crees, y eso es algo muy cierto, que lo manejo todos los días, si uno está bien y le echa ganas a la vida, por supuesto que te va a ir bien, no hay más, mientras uno transmita buena vibra y buena energía, es indiscutible que las cosas te reviran, entonces las transmitimos y se revira igual, la chava al día siguiente nos mandó una carta agradeciéndonos el consejo, y le dedicamos la canción del himno a la alegría, que es una canción bellísima, y entonces la chava se sintió super motivada, ésa es la manera en que tratamos de ayudar, no solamente como locutores de música, y tener un buen

programa, y nuestra intención no es solamente llegar a un Rating y ser el programa más escuchado de la noche, esa no es la intención principal, es muy bonito saber que seguimos siendo después de casi dos años el programa más escuchado, claro que es bonito, como tener 10 en tu calificación, pero es mucho más bonito saber que como persona estás haciendo algo por alguien, eso es mucho más bonito.

-Bueno, eso sería todo, te lo agradezco muchísimo.

-*No por favor estoy para servirte.*

C) ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS.

Ya presentadas las entrevistas nos damos cuenta de que los locutores tienen algunos puntos en común, y en otros aspectos, que son muy pocos, difieren en sus ideas, por lo tanto analizaremos sus respuestas de acuerdo al cuestionario previamente elaborado; primeramente nos damos cuenta de que nuestros locutores son muy jóvenes, de 22, 27, y 30 años, quienes tienen experiencia de 4 a 8 años trabajando en el medio, participan en programas al aire de 2 a 4 horas diarias, con un público radioescucha joven, pues Mariano Osorio junto con Sofía Sánchez Navarro indicaron que su auditorio es de 13 a 30 años, de un nivel socioeconómico en mayoría de las clases A y B (Alta y media), mientras Gabriel Roa aseguró que su público es muy general, "todo el mundo lo oye", afirmó; en cuanto a su preparación o especialización, Gabriel Roa mencionó que se debe tener conocimiento de todo, pues como locutor se puede manejar cualquier tema, por lo tanto se debe estar preparado para todo, Mariano dijo que no tiene ningún tema en especial, que a veces se inclina más en la política, pero más que nada se basa en motivar a la gente, en lo cual coincide con Sofía Sánchez Navarro, quien declaró no ser una perfecta locutora, porque no tiene grandes conocimientos, pero ha sabido ser amiga de su público gracias a sus programas hablados, podríamos decir entonces que ésta es su especialización.

Los tres locutores cuentan con su certificado de locutor, Mariano Osorio y Gabriel Roa sí elaboraron el examen para obtenerlo, recordando casi con exactitud en qué consistía, mientras Sofía Sánchez Navarro dijo tener el nuevo tipo de certificado, y sólo

señaló a grandes rasgos el contenido del examen; acerca de la suspensión del mismo, Gabriel Roa sólo deseo suerte a quienes no lo elaboraron y a quienes si lo presentaron, Mariano Osorio señaló que no importaba tanto presentar un examen, sino la capacidad del locutor para realizar su trabajo, coincidiendo con Sofía Sánchez Navarro, quien dijo que como gerente, lo que toma en cuenta para Digital 99 es que sea gente abierta, positiva, alegre, que tenga contacto con su público y lo respete, con una cultura general en música, de México y el mundo, para que sepa de lo que habla, porque a fin de cuentas no es una estación informativa, es de música acompañada con comentarios válidos para sus programas hablados; por lo tanto ninguno de los 3 locutores sugiere o ve como necesidad la presentación del examen, pero coinciden en que todo locutor debe estar preparado y tener una cultura general, porque cuando se les preguntó cuál debería ser el nivel académico adecuado para un locutor, Mariano Osorio indicó que dependía de la estación y el tipo de programa en que se desarrollara, pues para presentar, despedir canciones, y decir la hora no se necesita de tanto estudio, entendemos entonces que para llevar a cabo un programa hablado como el suyo, se necesita un nivel elevado, Gabriel Roa dijo que no era tan importante tener la licenciatura, porque lo que importa es la práctica, pero mínimo se debe contar la preparatoria, y Sofía Sánchez Navarro solicitó el nivel profesional, por lo que se coincide en que un locutor debe tener un nivel de preparatoria a profesional; en cuanto a la nacionalidad del locutor, Gabriel Roa señaló que no importaba, mientras fuera un buen locutor, Mariano Osorio y Sofía Sánchez Navarro indicaron la nacionalidad mexicana “primero esta la gente mexicana... yo no contrato extranjeros”, dijo Sofía; en el comportamiento que debe presentar el locutor, los 3 concordaron en el respeto, la amabilidad, y el positivismo.

De acuerdo con los gustos y actitudes del público, los 3 convinieron en dirigirse a los aficionado-snoobs, lo cual concuerda con el punto de vista de los radioescuchas expuesto en la encuesta, pero Gabriel Roa aclaró que se satisfacen todos los gustos, incluyendo a los especialistas y a los perezosos, lo cual es una observación muy válida; también coincidieron en que básicamente

su función en cuanto a los usos de los radioescuchas, es la liberación o estimulación emocional.

Su reacción en su primera vez ante el micrófono fue, en el caso de Gabriel Roa, una experiencia muy especial y excitante, que todavía vive cuando hace su trabajo, Mariano Osorio indicó que se evocaba más a su etapa actual en Stereo Joya, en donde tiene un público sensible, al que desea hacer pasar un buen rato con su charla, y Sofía Sánchez Navarro declaró que fue terrible, metió la pata, pero la gente la aceptó, y empezar con 6 horas diarias le ayudó mucho a superarse, pero su fórmula consiste en ser ella misma. Entonces, si saben cuál es su función como locutores y conocen la reacción de su público, se trató de averiguar porqué se sienten reconocidos o identificados por los radioescuchas, a lo que Gabriel Roa contestó que eso era opinión de su público, pues él podía decir varias cualidades que no serían muy ciertas, y es el oyente quien decide, Mariano Osorio dijo que se sentía ubicado por su público porque es como ellos, ve la vida como la vemos todos, comparte las mismas inquietudes y los sentimientos, en lo cual concuerda con Sofía Sánchez Navarro, quien indicó que es amiga de su auditorio, y la gente los toma como a una familia, porque son humanos, con errores, con el derecho de hablar para decir lo que les gusta o no, y por eso la gente le ha tomado mucha confianza.

Los 3 locutores sí perciben la comunicación con su público, es algo que se da en forma inmediata y al 100%, y la llevan a cabo siendo como son, como si estuvieran con su mejor amigo, y sobre todo ocupando el lugar de su radioescucha, al efectuar la empatía, logrando una identificación con los oyentes a través de ella, por lo tanto perciben la respuesta de su público o el feedback en ese mismo momento, como indicó Gabriel Roa, o porque lo identifican por su nombre y saben que lo que hace tiene que ver con ellos, como dijo Mariano Osorio, o con mucho respeto, tomándola como parte de su familia, como mencionó Sofía Sánchez Navarro; y por esa respuesta de su público, los 3 locutores afirman que son escuchados con atención, porque responden a sus comentarios, y eso indica que les interesa y están atendiendo, confirmándose este punto con la participación del auditorio, la cual se da por medio de concursos, promociones, conciertos, convivencias, pero sobretodo con el teléfono, los faxes y las cartas, con el fin de tener a su

auditorio activo, quienes responden con éxito a sus puntos de encuentro, lo cual indica que están realizando bien su trabajo.

Los motivos por los que los radioescuchas se ponen en contacto con ellos son varios o "todos los motivos", como indicaron Gabriel Roa y Sofía Sánchez Navarro, en donde se comunican con ellos para solicitar canciones, platicar de lo que pasa en el mundo, sus rollos personales, y hasta para hacer proposiciones indecorosas, esto muestra que el locutor es una persona a la que los radioescuchas recurren en cualquier momento y con cualquier motivo, por lo tanto existe una relación entre ellos, sobretodo porque los 3 locutores satisfacen a la medida de sus posibilidades todas sus peticiones, tratando de hacerlo siempre, porque además se identifican con las mismas, se ponen en el lugar del radioescucha o de su lado, porque han vivido las mismas circunstancias y tratan de ayudarlos de la mejor manera posible, incluso, como indicó Sofía Sánchez Navarro a veces les dan un seguimiento fuera del aire y con ayuda profesional; por último los 3 locutores sí perciben su influencia en el público, declarando que pueden cambiarles el ánimo, como dijo Gabriel Roa, que no es algo que se propongan, por que sólo desean hacerlos pasar un buen rato, como señaló Mariano Osorio, o creen que son los sabelotodos en cuanto a tácticas amorosas, por ejemplo, y con su ayuda superar el problema, pero los orientan en el mejor sentido, y buscan entre los dos una salida de la situación, como indicó Sofía Sánchez Navarro.

De esta manera vemos las coincidencias y las pocas diferencias entre los locutores, en donde comprobamos su relación con los radioescuchas y la existencia de una comunicación activa con su auditorio. Aunque viéndolos desde un punto crítico, los locutores elegidos por los radioescuchas, no tienen las cualidades que un buen locutor debe tener, pues para empezar su experiencia en la radio es relativamente poca, pues 8 años en el medio no dan la pauta para indicar con ello que sean destacados, además no le dan la importancia requerida al nivel profesional que deben presentar, pues para empezar uno de ellos se quedó a la mitad de la carrera y los 3 concordaron en que eso no tiene mucho que ver, pues lo que interesa realmente es el desenvolvimiento ante el

micrófono, en donde la atención se centra en que sea gente animadora, para tener más contacto con la gente y eleve más el Rating, dando lugar al fin de lucro con el que verdaderamente se da este tipo de programación, dejando a un lado la información, la educación, el desarrollo y la construcción nacional, lo cual es preocupante.

Por otro lado los 3 locutores se comportaron muy amables conmigo, entendieron la intención del trabajo y colaboraron con gusto, aunque en el caso de Mariano Osorio y Gabriel Roa, su participación fue corta y en una forma apurada, lo cual se comprende porque no disponían de mucho tiempo, pero sus respuestas tienen el mismo valor que las de Sofía Sánchez Navarro, quien se dedicó con más atención y tiempo disponible para la entrevista, por lo cual sus respuestas fueron más explícitas, pues con ella tuve la oportunidad de platicar aproximadamente 45 minutos, mientras con Mariano Osorio y Gabriel Roa, la entrevista no pasó de los 20 minutos, pero se tuvo un buen resultado para la elaboración de la tesis, por lo tanto, aprovecho para hacer un extenso agradecimiento a los 3 locutores por su participación.

CONCLUSIONES.

Es momento de dar respuesta al fenómeno de la comunicación entre el locutor y el radioescucha, analizando cada uno de los capítulos expuestos además de anotar el punto de vista y las conclusiones finales.

El primer punto a concluir de acuerdo con la información dada, es la definición de la actividad de la locución, en donde ahora podemos decir que la locución es la acción de hablar ante un micrófono a través de un medio de comunicación, con el objetivo de transmitir el mensaje del medio, del programa, o de las propias ideas, lo cual se realiza por medio de la voz junto con la capacidad de transmitir sentimientos y emociones, por lo tanto el locutor debe dominar esta cualidad, pues su modo de hablar de acuerdo con las variaciones lingüísticas y el uso del lenguaje, lo caracterizan y lo identifican.

La función del locutor es determinada por el género del programa o de la emisora; por el uso que el radioescucha le dé, en donde le puede dar descanso, le ocupa el tiempo libre, le otorga un placer cultural o estético, y lo libera o estimula emocionalmente; por la intención o estado de ánimo de los oyentes, dando variedad en su programación para los aficionados, con conocimientos de la estructura musical para los especialistas, y dirigiéndose con un ritmo específico para los snobs; obviamente una función más del locutor estar bien preparado y tener la capacidad para realizar su trabajo.

La labor del locutor se da a través de un funcionamiento técnico dando lugar a la transmisión de la voz, en donde con ayuda del micrófono el sonido se convierte en corrientes eléctricas que son moduladas o modificadas en su amplitud o frecuencia respectivamente, para enviarse a los aparatos receptores que la detectan o la demodulan para ampliarla por medio de las bocinas, llevando a cabo la magia de la radio, y por lo tanto al fenómeno de la comunicación entre el locutor y el radioescucha.

El siguiente aspecto a concluir es el marco legal de la actividad de la locución, para ver si ésta ayuda a que se lleve a cabo la comunicación entre el locutor y el radioescucha, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión. El primer artículo es el 84,

donde se pide el certificado de aptitud, pero no se menciona exactamente qué tipo de aptitud es, en dónde se consigue y qué requisitos se deben cumplir para obtener dicho certificado. El artículo 85 pide la nacionalidad mexicana, pero la Secretaría de Gobernación da autorización a extranjeros en trabajos transitorios, se aclaró también que se trata de la labor del locutor, por momentos breves, sin afectar a invitados o anunciantes que actúan provisionalmente, pues no trabajan propiamente como un locutor. El artículo 86 divide el nivel de bachillerato para la categoría "A" y de secundaria para la "B", y que cumplan con los requisitos del Reglamento, donde se sugiere un promedio alto en los mismos, y no se especifica nada del mencionado Reglamento. El artículo 87 permite el empleo de aprendices de locutor por lapsos de 90 días, sin indicar requisitos para serlo, además no se sabe si se tiene que ser aprendiz para llegar a ser un locutor. El artículo 88 divide locutores de categoría "B" para difusoras de hasta 10 mil vatios, y de categoría "A" en las de mayor potencia, mínimo en el 50 por ciento, obviamente no se quiere un bajo nivel en estaciones de gran alcance, por lo que se debería ser más exigentes en este aspecto y pedir el nivel profesional en todas las emisoras. Y el artículo 89 pide a los cronistas y comentaristas comprobar su capacidad en su rama especial, lo cual es posible para los sociólogos, políticos o economistas, pero ¿Cómo se comprueban conocimientos en ciertas áreas deportivas o de espectáculos?, pues no se especifica claramente.

En cuanto al Reglamento, el locutor tiene el deber de enaltecer la vida nacional y familiar, cuidar la cultura mexicana, buscar la ampliación de la educación popular o ser una extensión de los conocimientos, cuidar nuestro lenguaje evitando frases procaces o hablar en doble sentido, dar información verás y oportuna, no alterar la paz y el orden público, contribuir al desarrollo económico recomendando la distribución equitativa del ingreso, sugerir el consumo de los productos mexicanos, y estimular la capacidad para el progreso. Así, el locutor podría ser sancionado si menosprecia la nacionalidad o da ejemplos y consejos que provoquen la separación familiar, podemos decir que los locutores lo hacen en una forma natural, también complementan el conocimiento de su público, no dan información

falsa porque se indicaría el error en el momento, y aunque ahora se dicen verdades y críticas abiertamente, no se altera el orden y la paz pública, se puede decir que cuidan el lenguaje para evitar distorcionarlo, aunque ya es muy común el hablar en doble sentido y oír palabras obscenas; por otro lado los locutores continuamente aconsejan una buena distribución de los bienes, e influyen para mejorar el nivel de vida orientando al trabajo y al gasto moderado.

Se presentaron también los requerimientos para obtener el certificado de aptitud, como lo son el presentar comprobante de nacionalidad mexicana: el acta de nacimiento, pasaporte o carta de naturalización, o en su caso la autorización por la Secretaría de Gobernación para los extranjeros; presentar certificado de secundaria o bachillerato; constancia de una difusora que acredite la práctica y experiencia en el medio, o si no se trabaja en una emisora, se pueden tomar dos curso-talleres en el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa; cuatro fotografías tamaño credencial, ovaladas de frente, y el comprobante de pago de los derechos respectivos (\$8.00).

Se hacen sugerencias para solicitar una buena calidad en los locutores en el momento de expedirles el certificado de aptitud, empezando por pedir un nivel académico profesional, ya no de secundaria o bachillerato, lo cual se puede cubrir con la masa de estudiantes y egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, dándoles un campo de trabajo pero sin afectar a quienes ya tienen el certificado. Se solicita nuevamente la aplicación de los exámenes orales, los cuales se retiraron en octubre de 1992, pues ayudaban a comprobar la capacidad expresiva de los interesados. Éstos exámenes pueden ser aplicados no solamente en el Departamento de certificación, sino también en todas las Entidades de la República y en las empresas difusoras, con el objetivo de que todos los interesados no tengan obstáculos para realizarlos, y sobretodo puedan comprobar sus aptitudes ante el micrófono.

Por lo tanto concluimos que la Ley no es suficiente para contar con locutores de buena calidad, y es escueta en algunos aspectos, que como ya se mencionó no se pide un alto nivel académico, ni se confirma la capacidad intelectual y expresiva de los mismos, y por ese motivo se hicieron las citadas sugerencias,

pues las cualidades para ser un buen locutor están muy distantes de los requisitos para obtener el actual certificado, pues existen buenos locutores que no cuentan con el certificado y locutores que sí lo tienen pero no son propiamente eficientes.

Ahora concluiremos la exposición referente a la comunicación entre el locutor y el radioescucha, la cual se analizó junto con los elementos del proceso de la comunicación, así, la fuente se aplica al locutor, el medio o canal a la radio, y el receptor al radioescucha, se hace la aclaración de que el locutor también puede ser el canal o el medio por el cual se da el mensaje de la emisora o del programa, pero en este caso lo tomaremos como la fuente, puesto que es él quien está frente al micrófono y tiene el objetivo de transmitir su mensaje al radioescucha, para entrar en contacto con él a través de la radio.

El locutor y el radioescucha dentro de este proceso de comunicación son interdependientes, necesitan de la retroalimentación, y como el locutor no tiene una respuesta inmediata se apoya en la empatía, tomando en cuenta el ambiente en el cual se encuentran los dos, se comunica manejando un lenguaje verbal extralingüístico y no verbal, dando lugar a lo implícito de esta comunicación, es decir, lo que no se dice verbalmente, si no que se intuye o se insinúa. Siendo la voz su único medio para comunicarse, la cual ha evolucionado junto con el oído y el lenguaje y cuenta con la facultad de dar información no verbal, atrayendo la atención del radioescucha, tomando en cuenta su interés por entretenerse, y así lograr que ambos tengan una imagen de cómo son tanto física como psicológicamente. La comunicación entre el locutor y el radioescucha tiene entonces una función de autorregulación, combinada con la función de metacomunicación, y es de tipo indirecta-unilateral-pública.

El locutor se debe valer de su sensibilidad, su motivación y su experiencia, pues la empatía es mínima, debe conocer el entorno social en el cual se encuentran, el grupo formado por el locutor, el radioescucha, el programa o la emisora, y la radio; también obtiene una respuesta a través de un equipo de producción, o de un área de relaciones públicas, y así saber de la actitud pasiva o participativa del receptor; sin olvidar la importancia de las llamadas telefónicas y las cartas, las cuales son elaboradas por un público real y dan

una retroalimentación inmediata al locutor. El receptor debe saber escuchar de acuerdo a sus motivos y propósitos, por lo que el locutor debe darse a conocer por su honestidad, su conocimiento y su dinamismo, con la facilidad de transmitir sensaciones por medio de la improvisación. El locutor puede ser un modelo a seguir en cuanto al lenguaje, tiene la obligación de cuidarlo, mantenerlo, y sobretodo de no distorcionarlo, y aunque no le tengan atención deberá cumplir con la función de acompañar y de evitar la soledad, si le prestan atención se tendrá una reacción y se podrán formar actitudes y prejuicios ante situaciones o personalidades al realizar generalizaciones con sentimientos que provoquen una reacción paralela, también se da al presentar las melodías y a través de ellas. Otra reacción es la solicitud de complacencias, de ayuda o asesoramiento, donde se complace a través de la identificación de todo el público, por lo que se debe estar preparado, debe procurar ampliar su conocimiento y educación. Esta participación da lugar a la formación de la opinión pública, la cual se puede reforzar, mantener, debilitar o transformar a través de esa intervención activa que también retroalimenta al locutor.

Debido al contexto musical, se toma en cuenta la reacción del radioescucha ante las melodías, la cual depende de las vivencias, el ámbito donde se percibe, la edad, la situación demográfica, la escolaridad, la cultura social, y la personalidad del oyente, por tal motivo existe una gran variedad de programas musicales en la Ciudad, ésta reacción también depende del objetivo del compositor o del intérprete, por las relaciones condicionadas de nuestra cultura, o por la satisfacción de los deseos en una forma inconsciente, lo cual también se puede realizar por las llamadas telefónicas haciendo atractivo al programa, pues el público se identificará, y se sentirá a si mismo por medio de la participación de unas cuantas personas. Aclaremos que la música de moda a la que están expuestos los radioescuchas puede no ser agradable para algunas personas, por ello se indico que *en gustos se rompen géneros*, y a través de ella se recibe en cierta forma una instrucción al satisfacerlos, por el arte de la combinación de la voz humana con los instrumentos musicales, aunque los temas más abundantes son los de amor y desamor, porque con ellos se identifica la mayoría de la gente, y tienen más aceptación para lograr el fin de

lucro o el enriquecimiento con el que es utilizado el medio de la radio actualmente. Y debido a que en la radio no se necesita leer, escribir o ver, el locutor puede tener cierta influencia en su público al ser un líder de opinión y poder cambiar la actitud hacia un tema o situación, basándose en la transmisión de un mensaje en forma convincente, con credibilidad, auxiliándose con expresiones no verbales, conociendo la posible reacción del público, y sus limitaciones.

Por lo tanto el fenómeno de la comunicación entre el locutor y el radioescucha es un proceso que sí existe en el momento mismo en que se presentan los elementos para llevarse a cabo, es decir, el locutor, la radio como aparato transmisor y receptor, y el radioescucha; lo que es lento es la comprobación del mismo, el analizar cada uno de sus elementos y entrar en contacto con el radioescucha y el locutor para confirmar su relación.

Para conocer el punto de vista del radioescucha se elaboró una encuesta aplicada a 100 habitantes de la Ciudad de México, con la cual nos dimos cuenta que el horario más usual para escuchar la radio es en el transcurso del día en un 81%, de las 5:00 a las 19:00 horas, que se escuchan estaciones como Alfa Radio, Radio Activo, Digital 99, Código 100.9, Stereo Joya, La Zeta, Stereo 97.7, Universal Stereo, Azul 89, y la Ke Buena, con programas como Friends Conexions de Digital 99, Sonidos del ayer de La Zeta, y Esencia de mujer de Stereo Joya, en donde la gente gusta de la música rítmica y emotiva que está de moda, y básicamente buscan una liberación o estimulación emocional; pero sobretodo identifican a los locutores por sus nombres, lo cual indica una relación con los mismos, entre ellos están Fernando Martínez de Alfa Radio, Sofía Sánchez Navarro de Digital 99, Mariano Osorio de Stereo Joya, Fernanda de FM Globo, y Gabriel Roa de La Zeta, y otros tantos más, a quienes el público pide que tengan un nivel académico profesional, elaboren un examen oral para obtener su certificado y sean de preferencia mexicanos, se comporten con respeto, amabilidad, sean accesibles y sencillos.

En cuanto a su comunicación con el locutor, los radioescuchas encuestados respondieron: para empezar que reconocen su voz en un 88%, los eligen porque tienen una buena expresión, buen carácter, sentido del humor, y por su agradable

tono de voz; por lo tanto, si una persona te reconoce, sabe tu nombre, en qué estación y programa participas, y además te ha elegido por tu buena expresión, tu carácter y tu tono de voz, es porque existe una comunicación con esa persona, ahora, no sólo es que te reconozcan, sino que también te pongan atención, no sólo te escuchen como compañía o como fondo sonoro, lo cual se logra en un 68%, es por ello que cuando un locutor se enfrenta por primera vez ante un público puede contar con su atención en un 49%, aprovechándola para engancharlos y hacerlos que se queden con su plática, lo cual se puede lograr también con quienes se extrañan o les es indiferente; así, los locutores son atendidos desde su primera vez ante el micrófono, entonces, si alguien emite un mensaje, y el otro lo escucha con atención, existe entre los dos una comunicación, aunque no se tiene una respuesta inmediata para completar el proceso, esa comunicación se da porque los locutores elaboran bien su trabajo, pues su público los califica como buenos en más del 69%, como regulares en menos del 31%, y los evaluaron como malos sólo el 1%.

Hemos dicho que el locutor en el momento de dar su mensaje puede obtener una respuesta a través de la empatía, la cual los radioescuchas sí sienten que la llevan a cabo en un 92%, porque perciben que los toman en cuenta, y les hablan con mucha confianza y amistad, por ello hay quienes sí participan en una forma activa y real al hacer las llamadas telefónicas en un 45%, y van a los puntos de encuentro en un 31%, con lo que dan una respuesta o feedback para completar el proceso de la comunicación, aclarando, que si la gente no participa en forma real y activa, se identifica con quienes sí lo realizan en un 82%, quienes también otorgan en una manera indirecta una respuesta o feedback, y complementan el proceso de la comunicación en una forma total, y sienten que el locutor puede influir en sus ideas en un 44%, porque se identifican con su persona, y el otro 56% no sienten su influencia porque opinan que cada individuo tiene sus propias ideas.

Por otro lado, para entrar en contacto con los locutores, se elaboraron 3 entrevistas a aquellos elegidos por los radioescuchas, quienes son gente joven que ya tienen experiencia en el medio y cuentan con un gran auditorio juvenil, por lo que se inclinan más

en motivar a la gente y en ganarse su amistad; los 3 locutores: Sofía Sánchez Navarro de Digital 99, Mariano Osorio de Stereo Joya, y Gabriel Roa de La Zeta, tienen su certificado y opinan que no es muy importante realizar el examen, pero sí solicitan un nivel académico entre el bachillerato y el profesional, en lo cual no concuerdan totalmente con la opinión del público, pues ellos solicitan un nivel profesional y la elaboración del examen oral, esta diferencia puede interpretarse porque los locutores saben lo difícil que era tramitar el certificado con la elaboración de los exámenes, y las complicaciones que pueden presentarse para terminar una carrera profesional, y los radioescuchas sólo *piden* estos aspectos, pero queda claro que sólo desean locutores de buena calidad, y una manera de comprobarlo es solicitando estos puntos; en lo que sí concordaron fue en la nacionalidad mexicana y en el comportamiento que debe comprender respeto, amabilidad y positivismo.

En cuanto a los gustos y actitudes de su público, los locutores se inclinan por los aficionado-snobs; y por los usos del radioescucha, en liberar y estimularlos emocionalmente, en lo cual coinciden con los radioescuchas encuestados, pues resulta lógico que los locutores y el auditorio de las estaciones de entretenimiento musical manejen y busquen la música rítmica, emotiva, que se encuentre de moda, además de buscar estimulación emocional a través de este tipo de estaciones y programas.

Los locutores entrevistados sienten que son reconocidos o identificados por su público porque son habitantes de la Ciudad de México, son humanos, y se comportan como ellos mismos, sin simular ser otras personas, por ello perciben esa identificación con su público y viceversa, y los radioescuchas los eligen por lo mismo, porque tiene una buena expresión, porque al decir sus ideas se identifican con ellos, porque son personas con las mismas cualidades y defectos que cualquier individuo puede tener, pero sobretodo porque la labor de los locutores *tiene que ver* con los oyentes, porque se dedican a complacerlos, y por eso existe esa relación entre ambas partes.

Por lo tanto los locutores dan por hecho su comunicación con el radioescucha, lo cual han logrado porque se comportan como si estuvieran con su mejor amigo, desenvolviéndose como son ellos

mismos, basándose en la empatía, identificándose con su público para que se de una gran confianza entre los dos, como si se tratara de una familia, percibiendo su respuesta de la misma manera, porque son escuchados con atención, y cuentan con una gran participación de su parte, sobre todo en las llamadas telefónicas, los faxes, las cartas y en los puntos de encuentro, en donde la gente acude con éxito; además de que los buscan o se ponen en contacto con ellos con cualquier motivo, siendo una persona a la cual pueden recurrir ante cualquier situación, porque los satisfacen, porque se identifican con su público, en quienes, los locutores entrevistados aclararon que sí pueden influir, pero lo hacen con mucho cuidado y responsabilidad. Y desde un punto de vista personal, los locutores elegidos por los encuestados no son el ideal con el que debería contar la radio, pues no tienen suficiente experiencia, no les interesa mucho el nivel de preparación, pues declararon que lo realmente importante es la creatividad en el micrófono para tener más Rating con un objetivo comercial y explotativo, dejando a un lado la información, el desarrollo, la educación y la construcción nacional, lo cual se cubre a medias en este tipo de emisoras.

Aún así, la comunicación entre el locutor y el radioescucha es un proceso que sí existe, y que se comprueba con el testimonio de los mismos, lo cual no fue cuestión de un momento, sino la elaboración y el resultado de este trabajo, siendo entonces lo lento y laborioso.

BIBLIOGRAFÍA.

- Aisberg, Eugene. ¿La radio y la T.V.? pero si son muy fáciles. Publicaciones marcombo S.A. México-Barcelona 1981. págs. 265.
- Arnheim, Rudolf. Estética radiofónica. Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona 1980. págs. 171.
- Berlo K. David. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo. México 1991. 13a. reimpresión. págs. 239.
- Bravo Santos, Oscar. La radiodifusión comercial en la legislación mexicana. Tesis de la Escuela Nacional de Jurisprudencia. U.N.A.M. México 1956. págs. 93.
- Bonaparte, Héctor M. La radio y la televisión ¿Modifican su vida ? Editorial Biblioteca Argentina 1970. págs. 27.
- Cremoux, Raúl. La legislación mexicana en Radio y Televisión. U.A.M. Xochimilco, 1a. reimpresión. México 1989. págs. 191.
- De Fleur, Melvin L. Teorías de la comunicación masiva. Ed. Paidós. Buenos Aires 1976. págs. 251.
- Diccionario de la lengua española. Real Academia Española, vigésima primera edición 1992. España Madrid 1992. Editorial Espasa-Calpe S.A. págs. 1513.
- Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. Juan Pablos Editor. México 1985. 3a. edición. págs. 330.
- Gallardo Cano, Alejandro. Curso de teorías de la comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México 1990. págs. 169.
- Garza Mercado, Ario. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales. 3a. edición. México 1981. págs. 287.
- Guerrero Valdemar, Marx Donesur. El derecho de la radiodifusión. Tesis de la Facultad de Derecho. U.N.A.M. México 1965. págs. 261.
- González Pedrero, Enrique. Castro Leal, Antonio y otros. Los medios de comunicación de masas en México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México 1969. págs. 175.

- Hernández Salazar, Concepción Elizabeth. Análisis de la Información Emisor/Receptor en textos radiofónicos. Tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México 1992. págs. 68.
- Islas Luna, Susana. Legislación mexicana en publicidad: Radio y Televisión. Tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. México marzo de 1995. págs. 157.
- Jiménez Ottalengo, Regina. Paulin Pérez, Georgina. Técnicas para el Análisis de Expresión Verbal. U.N.A.M. Editorial Tierra Firme S.A. de C.V. México 1989. págs. 308.
- Kagelman, H. Jürgen. Wenninger, Gerd. Psicología de los Medios de Comunicación. Editorial Herder. Barcelona 1986. págs. 398.
- Lewis, Peter M. Booth, Jerry. El medio invisible. Ed. Paidós. Barcelona 1992. págs. 320.
- Mc Entee de Madero, Eileen. El arte y la ciencia de hablar en público. Comunicación oral. Editorial Alhambra Mexicana S.A. de C.V. México 1992. 4a. edición, 1a. reimpresión. págs. 313.
- Perello, Jorge. Pérez, Jaime (Colaborador). Fisiología de la comunicación oral. Editorial Científico/Médica. Barcelona 1972. págs. 405.
- Romo Gil, Ma. Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Ed. Diana. ITESO Guadalajara Jalisco. 2a. edición. México 1989. págs. 119.
- Ricci Bitti, Pio E. Zani, Bruna. La comunicación como proceso social. Ed. Grijalbo. México 1990. págs. 290.
- Silberman, Alphons. La música, la radio y el oyente. Editorial Nueva Visión. Buenos Aires, 1a. edición en castellano 1957. Traducción de Alicia R. de Lechner. págs. 210.
- Tomatis, Alfred. El oído y el lenguaje. Ediciones Martínez Roca, S.A. Barcelona 1969. págs. 187.
- Vilar, Josefina. Villegas, Teodoro. Ojeda, Manuel y otros. El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. U.A.M. Xochimilco. IMER Plaza y Janes. México 1988. págs. 214.

HEMEROGRAFÍA.

- Acuerdo No. 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y comentaristas. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de Octubre de 1992. Siendo Presidente Carlos Salinas de Gortari.
- Gran libertad a radio y TV en todo el país. Publicado en el periódico Uno más uno el 6 de Octubre de 1992. págs. 1 y 8.
- Ley Federal de Radio y Televisión. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960. Siendo Presidente el Lic. Adolfo López Mateos.
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de abril de 1973 siendo Presidente Luis Echeverría Álvarez.