



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

"EL DESPLAZAMIENTO DE LOCUTORES POR  
COMENTARISTAS EN LA RADIO MEXICANA,  
ANALISIS DE CASO: RADIO FORMULA 1500 A.M."

**T E S I N A**

QUE PARA OBTENER EL GRADO EN  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

**EDGAR RAMON OLIVARES SANDOVAL**



DIRECTORA DE TESINA: LIC. NORMA PATRICIA MALDONADO REYNOSO

FEBRERO, 2000

MEXICO

281618



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

Con el más profundo respeto, admiración y amor por mis padres, Estela Sandoval y Gaspar Olivares porque de ellos aprendí el esfuerzo y la honestidad para conducirse por la vida.

Que este trabajo y título profesional representen una pequeña retribución a todo el cariño y confianza que de ustedes he recibido. Siempre les diré con amor: Gracias, con ustedes va mi vida.

Para mi chiquita Gaby por ser la mujer ideal y la luz de energía constante en todo lo que me propongo. Gracias a ti puedo decir que el matrimonio es el estado perfecto para los enamorados. Sigamos planeando juntos como hasta hoy.

Con gratitud para todos y cada uno de mis hermanos.  
Han sido nueve luces de buen ejemplo y apoyo para  
llegar hasta donde ahora me encuentro.

A mi directora de tesina, porque en todo momento  
demostró extraordinario interés por mi trabajo, de  
ello deduje dos aspectos: ama a la radio, pero  
sobre todo ama a nuestra Universidad.

Gracias Paty.

También para Alberto con quien he compartido una larga amistad y el profesionalismo que le caracteriza en todo lo que emprende.

A Raquel, amiga de siempre y por siempre, porque con tu misteriosa amistad te sabes hacer presente en los momentos difíciles.

A Jorge Chargoy, profesor y locutor fuera de serie, a quien habré de homenajear llevando siempre sus sabios consejos y experiencias. Gracias maestro.

## INDICE

**El desplazamiento de locutores por comentaristas en la radio mexicana, análisis de caso: Radio Fórmula 1500 A.M. durante el segundo semestre de 1997.**

Introducción .....	1
<b>Apartado 1 ORGANIZACIÓN RADIO FÓRMULA.....</b>	<b>1</b>
1.1 Historia de Organización Radio Fórmula.....	1
1.1.1 Radio Fórmula en Cadena Nacional.....	5
1.1.2 Programación de las estaciones de Radio Fórmula.....	8
1.1.3 Las barras de programación.....	13
1.2 Radio Fórmula 1500 A.M.....	14
1.2.1 Surgimiento de Radio Fórmula 1500 A.M.....	14
1.2.2 Perfil programático antes de 1997.....	16
1.2.3 Perfil programático actual.....	18
<b>Apartado 2 RADIO MUSICAL V.S. RADIO HABLADA.....</b>	<b>20</b>
2.1 Formatos radiofónicos: musical y hablado.....	20
2.1.1 Radio musical.....	23
2.1.2 Radio hablada.....	26
2.2 Tipos de locutores.....	31
2.2.1 El locutor de cabina.....	32
2.2.2 Funciones del locutor.....	34
2.2.3 Formación del locutor.....	37
2.3 El comentarista.....	41
2.3.1 Definición y características del comentarista.....	42
2.3.2 Funciones del comentarista.....	44
2.3.3 Formación del comentarista.....	45
2.4 Hacia la profesionalización del locutor.....	47
2.5 La razón de ser de un sindicato.....	49

<b>Apartado 3</b>	<b>ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PROGRAMACIÓN ACTUAL</b>	
	<b>EN RADIO FÓRMULA 1500 A.M.</b>	<b>53</b>
3.1	Los motivos del cambio de formato de musical al hablado en Radio Fórmula 1500 A.M.	53
3.2	Análisis programático de Radio Fórmula 1500 A.M. en los últimos meses de 1999. Mayo-Diciembre.	56
3.3	Funciones del locutor y comentarista en el 1500 A.M.	57
3.3.1	El locutor: funciones.	58
3.3.2	El comentarista: funciones.	60
3.4	Opinión.	62
3.4.1	Opinión de locutores.	62
3.4.2	Opinión de comentaristas.	68
3.5	Ratings de mayo a diciembre de 1999.	73
	Conclusiones.	89
	Bibliografía.	96



## INTRODUCCION.

En los albores del año 2000 se observa un fenómeno trascendente en una de las empresas radiofónicas más importantes de la Ciudad de México, es increíble pero en Organización Radio Fórmula los locutores, que durante años fueron la columna vertebral en las emisiones musicales, parecen extinguirse. "El locutor no cabe en la radio". Dicho aspecto se expande y va ganando terreno también, en otros grupos de la radio comercial, pero por supuesto en Radio Fórmula es más perceptible.

Esta tesina representa una excelente oportunidad para que estudiosos de los medios de comunicación, aspirantes a locutores, comunicadores profesionales, público en general e incluso industriales de la radiodifusión, accedan a información casi confidencial pues se sumerge en las entrañas de Radio Fórmula. Por ejemplo de la XEW podemos encontrar compendios, de XEB "La B Grande", existe material, al igual que del IMER (Instituto Mexicano de la Radio), e incluso del Núcleo Radio Mil, pero de Radio Fórmula se han ocupado realmente poco y este es buen momento para mirar detenidamente hacia ella por los cambios interesantes que ahí se registran y que surgen en los últimos años.

En 1997 Organización Radio Fórmula (ORF), una empresa privada de radiodifusión, dirigida por Rogerio Azcárraga Madero, con 5 emisoras en el Distrito Federal: Radio Uno 104.1 F.M., 103.3 F.M., Radio Fórmula 970 A.M. Cadena Nacional, Al 1470 Radio Metrópoli y XEDF Radio Fórmula 1500 A.M. realizó una transformación sustancial que va desde cambios de nombres de las emisoras, nuevos programas y contratación de conductores de renombre en el ámbito nacional. Se trata de proyectar un perfil diferente al auditorio.

Hoy más que nunca ORF no repara en gastos, ni en la adquisición de tecnología de vanguardia y se dispone a contratar a las personalidades más reconocidas del micrófono y de los medios impresos. Todo indica que en el año 2000 los directivos van con todo y por todo. Poca gente lo habrá notado, pero Radio Fórmula recluta en sus filas al "dream team" el equipo de comunicadores de ensueño de don Rogerio Azcárraga.

El cambio resulta en verdad significativo, principalmente en la emisora conocida como **XEDF 1500 A.M.** ya que antes de 1997 manejaba programación musical pero a finales de 1999 su programación efectuó un viraje radical como parte del gran proyecto de los directivos de hacer de toda la organización una de las más competitivas en toda la República Mexicana.

La idea de realizar la presente tesina con el título: "El desplazamiento de locutores por comentaristas en la radio mexicana: Análisis de caso Radio Fórmula 1500 A.M.", surge a consecuencia de tomar una problemática que involucra al locutor como objeto de investigación. Mi desarrollo profesional durante 12 años como locutor de esta empresa me permite analizar concienzudamente los movimientos estratégicos que se han registrado desde adentro de la misma. He podido constatar los cambios en las emisoras de la organización desde los mismos nombres en la identificación de las señales, nuevos programas y directores artísticos, contratación de personal venido de prensa, televisión y otras radiodifusoras para conducir algunos segmentos, así como la introducción de nuevas tecnologías.

Para este trabajo académico partimos de la hipótesis de que los locutores de esta emisora no participan en los nuevos programas y están siendo desplazados debido a que estos nuevos programas son hablados y los locutores **no son considerados como comentaristas**, por ello nos dimos a la tarea de analizar el porqué de los cambios tan contundentes en la emisora y el significado que conlleva para el desarrollo profesional de los locutores ahí existentes.

Pero ¿qué factores determinan dicho desplazamiento? Son varios y entre ellos podemos citar: 1) El interés de la empresa radiofónica por hacer una programación de contenido hablado. 2) Eliminar las plazas sindicales y ahorrarse prestaciones como IMSS, vacaciones... 3) Colocar a las personalidades ampliamente reconocidas de la Radio, Televisión y Prensa escrita.

Ahora y no obstante que existe una legislación en Radio y Televisión que impide utilizar un micrófono al aire si no se cuenta con un permiso o licencia de locutor expedido por la Secretaría de Educación Pública, los dueños de las estaciones se

saltan, en ocasiones, esas disposiciones para colocar a personajes llámese actores, políticos, cómicos o cualquier personaje con fuerte imagen pública, para que se explayan ante los micrófonos como comentaristas. Entonces aprovechando, que desde principios de la década del noventa se eliminó el examen de aptitud para obtener la licencia de locutor, los dueños se sirvieron con la cuchara grande y facilitan el uso del micrófono a quienes les parecen les pueden generar más rating y ventas.

El artículo 114 de la Ley Federal de Radio y Televisión se refiere a la obligatoriedad de que en las transmisiones de dichos canales solamente participen locutores con certificado de aptitud, sin embargo, ha quedado en manos de los empresarios radiodifusores extender cartas al Departamento Jurídico de Radio y Televisión para solicitar licencias a quienes ellos decidan colocar como comunicadores de sus medios.

Este estudio es una llamada de atención, una alerta roja de advertencia a las futuras generaciones de comunicólogos apasionados de la locución comercial y musical. Pero ante todo, una invitación para que reflexionen en la importancia de acceder a instancias reales de especialización profesional, es decir, que no se conviertan en espectadores o aprendices de todo y maestros en nada, como solía suceder hasta hace unos años a los egresados de nuestra Carrera de Ciencias de la Comunicación.

De acuerdo a las funciones sociales que como medio de comunicación pretende cubrir Radio Fórmula en esta nueva etapa de su emisora 1500 A.M., la formulación del problema que expongo en esta tesina lo ubico dentro de la corriente funcionalista. Gracias a las teorías de los estudiosos del área, localizamos conceptos claves para realizar un análisis funcional, se manejan conceptos tales como: función, información, equilibrio social, entretenimiento, marco legal, profesionalización, entre otros.

Por supuesto la parte práctica del presente trabajo está centrado en locutores y comentaristas. Se trata de observar en qué momento dichos protagonistas de la comunicación separan sus funciones, de qué manera se visualiza a uno con respecto al otro. Ya que con frecuencia a ambos se les ubica en el mismo plano, sin embargo, existen diferencias bien definidas.

La tesina se organizó en tres apartados:

El primer apartado comprende la historia de Organización Radio Fórmula, es decir, el surgimiento y desarrollo de la empresa. Las emisoras que la integraron en sus inicios y el camino que ha recorrido hasta llegar a formar lo que actualmente se considera Radio Fórmula, sus emisoras y la manera en que se vende los tiempos en base a las barras de programación.

En el segundo apartado se analizan las características de los formatos generales que predominan en la radio mexicana: el formato musical y el formato hablado, asimismo se enmarcan las diferencias profesionales entre locutores y comentaristas protagonistas en uno y otro formato. En el mismo apartado se muestran algunos datos que marcan la desproporción en la comercialización entre los dos formatos de programación, por ejemplo: ¿cuánto pagan los patrocinadores en un segmento musical y en uno hablado? o bien, ¿cuál es la tarifa para anunciarse en el noticiario de Joaquín López Dóriga o en "Monitor" con José Gutiérrez Vivó?

Ya que los radioescuchas difícilmente se logran enterar a ciencia cierta qué estaciones ocupan los primeros lugares de audiencia, pues en casi todas las emisoras dicen ser los más escuchados del cuadrante, en el tercer y último apartado de la tesina se abre una oportunidad para conocer de manera seria y responsable, las estaciones que marcaron la pauta por su alto rating. Ahí expondremos las diez señales de radio más sintonizadas en la Ciudad de México durante el último semestre de 1999 y obviamente, la ubicación de Radio Fórmula 1500 A.M. dentro de esas tablas de resultados.

Para darnos una idea general de la aceptación entre el público de los programas hablados con sus connotados comentaristas, se detalla en orden descendente el índice alcanzado en cada uno de ellos para valorar su rendimiento en puntos rating.

El tercer apartado muestra también otro aspecto interesante, el de recoger la opinión de todos los locutores del 1500 A.M. y de algunos comentaristas, quienes nos dan su punto de vista con respecto a la nueva política de la empresa de hacer una radio que

funcione más como vehículo de servicio social y ajustarse así a la problemática actual de país. Conoceremos si los cambios han perjudicado o beneficiado su vida profesional. Es decir, aterrizaremos a nuestro objetivo principal que es el conocer la razón por la cual los locutores del 1500 A.M. están siendo desplazados por los comentaristas en sus transmisiones y a la vez, detectar los propósitos de Organización Radio Fórmula, al cambiar su formato de musical a contenido hablado.

Para la realización de la tesina fue fundamental la documentación bibliográfica, hemerográfica e información de campo producto de la observación dentro y fuera de Radio Fórmula. Asimismo se utilizó la técnica de entrevista directa a informantes clave, imprescindible para ponderar los objetivos e hipótesis de esta investigación.

El periodo que se analiza comprende desde el 2º. semestre de 1997, fecha en que Radio Fórmula 1500 A.M. transforma su formato musical al hablado, a diciembre de 1999 en el cual ya tenemos un lapso de tiempo considerable para poder evaluar los resultados arrojados.

## APARTADO 1

### ORGANIZACION RADIO FORMULA.

Organización Radio Fórmula S.A. es una empresa de radiodifusión de la iniciativa privada integrada por cinco emisoras que transmiten su señal desde la Ciudad de México, dos en Frecuencia Modulada; 103.3 XERFR, 104.1 XEDF y tres en Amplitud Modulada; XERFR 970, XEAI 1470 y XEDF 1500. El presidente y responsable de estas señales radiofónicas es el señor Rogerio Azcárraga Madero.

El presente apartado sirve de referencia para conocer la creación y el contexto histórico del cual emerge Organización Radio Fórmula como empresa radiofónica, su integración en 5 emisoras, el funcionamiento de ellas y la descripción de las barras de programación que la componen. Obviamente, aquí resaltaré el surgimiento de la estación *Radio Fórmula 1500 A.M.* como la segunda estación en Cadena Nacional de este grupo radial, sus respectivos formatos antes y después del cambio de programación en el mes de junio de 1997.

#### 1.1 HISTORIA DE ORGANIZACIÓN RADIO FORMULA.

"Aunque algunas emisoras de esta empresa tienen su origen en los años treinta, su origen como parte de Organización Radio Fórmula es más reciente y se remonta a 1968, año en que Rogerio Azcárraga Madero opera varias emisoras, todas de corte musical. Su idea era introducir el Rock and Roll en México y lo logró con la combinación de la radio y su empresa fonográfica Discos Orfeón". (1)

Era el momento preciso para aprovechar las bondades del medio y promover otros negocios, así lo entendió Don Rogerio quien ha sido observador constante del desarrollo radiofónico tanto mexicano como del vecino país del norte.

1) Asociación de Radiodifusores del Valle de México. A.C. Una Historia que Sí Suena 1973-1998. México, 1998. p.199.

De lo anterior se desprende de manera clara la visualización que tiene el investigador de la radio José Luis Ortiz al señalar "A imitación de lo sucedido en Estados Unidos, las primeras radiodifusoras comerciales en México nacieron como un medio para promover otras empresas de los propietarios de esas estaciones". (2)

Sin duda esa misma fórmula estadounidense aplicó en México el señor Azcárraga, y lo mejor para él es que le dio resultado.

Pero, es preciso señalar que Organización Radio Fórmula desde su creación ha tenido una serie innumerable de cambios, basta mencionar algunos, por ejemplo: los nombres de las emisoras, las siglas con respecto a las frecuencias, los directores artísticos y desde luego la programación.

Destacados hombres de la radiodifusión en México, entre ellos: Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, Emilio Azcárraga Milmo y Arsenio Tuero tuvieron en sus manos los destinos de las estaciones que en 1999 forman parte de Organización Radio Fórmula (ORF), dichos empresarios fueron los primeros concesionarios y quienes atinadamente insertaron las siglas y las señales en la preferencia del auditorio.

El actual presidente de Organización Radio Fórmula, Rogerio Azcárraga Madero, quien cursó estudios en Administración de Empresas en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y fuera presidente de compañías como Kelvinator de México, Motorola S.A. y Financiera del País S.A., se estrena como empresario en la industria radiofónica en el año de 1968 con la llamada Organización Radiofónica Orfeón, que posteriormente se convirtió en Organización Radio Fórmula. Las emisoras de esta empresa eran: "XERPM-AM 660Kc "Radio Juventud", XEMP-AM 710Kc Radiorama, XEB-AM 1220Kc "La B Grande de México", XEDF-AM 970Kc "La Estación del Distrito Federal", XESM-AM 1470Kc "Radio Fiesta" y XERH-AM 1500Kc "Radio Tricolor". (3) Así también en Frecuencia Modulada utilizaba 2 señales solamente para enlaces: XERPM-FM 103.3 y XEDF-FM 104.1

2) Ortiz Garza, José Luis. La Guerra de las Ondas. Editorial Planeta. México, 1992. p.183

3) CIRT, Radio y Televisión en México. Anuario 1973, Editado por el personal de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión. México, 1973. p.55

En total, ocho estaciones dirigió Rogelio Azcárraga Madero, posteriormente se desprendió de tres que se incorporaron al Instituto Mexicano de la Radio (IMER) quedándose con cinco.

"Estas cinco emisoras que, actualmente integran Organización Radio Fórmula, en algún tiempo fueron conocidas de la siguiente manera: Radio 1, Radio 2, Radio 3, Radio 4 y Radio 5". (4)

A continuación se clasifica a las cinco emisoras de ORF por sus siglas, frecuencias, inicio de transmisiones, formato y slogan, entendiendo al slogan como la frase característica que engloba al concepto de la emisora, es decir, es el resumen de su formato.

"XERFR-A.M. Radio Fórmula 970 Cadena Nacional.

Inicio de transmisión: 10 de septiembre de 1957.

Formato: Hablado todos los días de la semana (Noticias, entrevistas y comentarios).

Slogan: Radio Fórmula 970, la comunicación completa.

XEAJ-A.M. Al 14-70 Radio Metrópoli.

Inicio de transmisión: 1 de enero de 1939.

Formato: Hablado de lunes a viernes (Noticias, comentarios, espectáculos).

Sábado y domingo: musical.

Slogan: En permanente comunicación circular.

XEDF- A.M. Radio Fórmula 1500 A.M.

Inicio de transmisión: 1 de agosto de 1938.

Formato: Hablado de lunes a viernes (Noticias, entrevistas, comentarios).

Sábado y domingo: musical.

Slogan: Cadena Radio Uno, Radio Fórmula.

4) [www.radioformula.com](http://www.radioformula.com) Consultada en Agosto de 1999.



XERF-F.M. Radio Fórmula F.M. 103.3  
Inicio de transmisión: 1 de enero de 1979.  
Formato: Hablado de lunes a viernes (Comentarios, finanzas, noticias, deportes).  
Sábado y domingo: musical.  
Slogan: La estación de las grandes personalidades.

XEDF-F.M. Radio Uno 104.1  
Inicio de transmisión: 1 de enero de 1979.  
Formato: Musical (Tropical, Grupera, Rock and Roll y Salsa). Durante toda la semana.  
Slogan: Radio Uno, se oye a toda máquina<sup>5</sup>. (5)

5) [www.arvm.com](http://www.arvm.com) Consultada en Agosto de 1999.

### 1.1.1 RADIO FORMULA EN CADENA NACIONAL.

Desde el año 1990 a 1999 Rogerio Azcárraga, propietario de Organización Radio Fórmula, ha comprado o alquilado estaciones en varios estados de la República Mexicana con el fin de ampliar la cobertura de su señal, pero también los dueños de otras estaciones le rentan a él su señal para poder transmitir los programas que en la Ciudad de México se producen.

#### RADIO FORMULA. (1ª CADENA NACIONAL).

Cuando en el año de 1990 se incorporan a ORF verdaderos "pesos completos" de la comunicación, entendiendo con lo anterior la trayectoria y experiencia que durante algunas décadas han desplegado en los medios impresos y electrónicos personas como: Joaquín López Dóriga, Fernando Marcos, Héctor Lechuga, Angel Fernández, Jorge Saldaña y María Victoria Llamas, entre otros, el director de la empresa decidió proyectar a 970 A.M. como la estación piloto que concentraba a todas estas personalidades del micrófono en una sola estación.

La **Nueve Setenta**, conocida así por difusores y radioescuchas, se convertía en una emisora exclusiva, acaparando por completo la atención del señor Azcárraga por encima de sus otras cuatro emisoras en el Distrito Federal. El cuidado y la dirección de propia mano de Don Rogerio, arrojaron resultados muy alentadores; subieron los ratings y se vendieron mejor los programas tanto en el D.F. como en otras plazas de la República.

En 1995 surge con el 970 A.M. la Cadena Nacional de Organización Radio Fórmula, también conocida como la Primera Cadena Nacional. Cuando en radiodifusión hablamos de cadena, significa enlazar la señal, y con ella la programación de una estación piloto o central, a una o varias estaciones de radio, ya sea dentro de una misma ciudad o hacia todo el territorio nacional. De tal forma, todas las emisoras eslabonadas difunden los mensajes producidos desde la estación piloto, el enlace puede ser, si se desea, sólo de programa pero no de comercialización y en cada estación se podrán pasar al aire los anuncios locales.

Con la finalidad de manejar la programación de las grandes personalidades del 970 en las dos bandas del cuadrante de la Ciudad de México (AM-FM), los directivos deciden enlazar la señal con 103.3 F.M. y al mismo tiempo extenderla al través de estaciones que se han ido sumando en diferentes puntos del país y del sur de los Estados Unidos.

"Esta emisión paralela responde a que la audiencia de las estaciones habladas de A.M. se conforma con población de 35 a 55 años y la de F.M. con personas de 25 a 44 años. La suma de ambos ratings otorga a las difusoras una mayor audiencia global, colocándose en primer lugar de la radio hablada a partir de 1988". (6)

En 1999 Radio Fórmula Cadena Nacional integrada por 970 A.M. y 103.3 F.M. se enlaza con 63 emisoras en todo el país.

#### **RADIO FORMULA. (2ª CADENA NACIONAL).**

En 1997 da inicio a su transmisión la 2ª. Cadena Nacional de ORF, utilizando como estación piloto al 1500 A.M. A esta cadena también se le conoce como Cadena Radio Uno, porque se enlaza el 1500 A.M. con parte de la programación de Radio Uno 104.1 F.M. en la Ciudad de México. La idea es lanzar la señal de los programas hablados del 1500 A.M. a diversos puntos del país, de hecho, para septiembre de 1999 la Cadena Radio Uno, abarca ya 30 plazas, algunas de estas cuentan con 2 frecuencias:

Acapulco, Agua Prieta, Ciudad Juárez, Ciudad Obregón, Cuernavaca, Chihuahua, Comitán (2 frecuencias), Ensenada, Guadalajara, Hidalgo del Parral, Jalapa, León, Manzanillo, Mazatlán, Mexicali, Minatitlán, Nogales, Piedras Negras(2 frecuencias), Poza Rica, Puerto Angel, Puerto Vallarta (2 frecuencias), Tampico, Tapachula (2 frecuencias), Tecate, Tepic, Tijuana (2 frecuencias), Tlaltenango, Torreón, Tuxtla y Zitácuaro.

Las dos Cadenas de Radio Fórmula; Radio Fórmula 970 A.M.-103.3 y 1500 A.M.-104.1 F.M. cubren un total de 59 plazas con 99 emisoras.

6) Asociación de Radiodifusores, *Op. Cit.*, p 200.

**(PROYECTO RADIO FORMULA 3ª CADENA NACIONAL).**

Actualmente la dirección general de ORF se traza otro objetivo en un futuro mediano, la de convertir al 14-70 A.M. Radio Metrópoli como la 3ª Cadena Nacional. "De hecho a partir del mes de agosto de 1999, algunos programas de XEAI 14-70 Radio Metrópoli, entre ellos: "La Mujer Actual", "Voz Pública" y "Última Palabra", ya se escuchan en Monterrey. Paulatinamente se irá ampliando la cobertura hasta llegar a más estaciones en el territorio nacional". (7)

La idea es vender todos y cada uno de los programas a diferentes plazas de la República y concretar el plan de Cadena Nacional 1470.

Hasta el momento de realizar la presente tesina, el programa más vendido del 1470 es: "Café de Grillos", con Héctor Lechuga, pues se transmite a Monterrey, Minatitlán, Mexicali, Reynosa, Ensenada, Tecate y Tijuana.

7) Fuente: testimonio del Ing. José Luis Durán Torrealba, encargado del mantenimiento técnico en cabinas y del cuidado de la transmisión vía satélite en ORF. Privada de Horacio 10 Colonia Polanco, D.F. Lunes 6/sep/99



La siguiente es la programación de Radio Fórmula 970 A.M. los domingos.

SIGLAS NOMBRE  
 XERFR 970 A.M. RADIO FORMULA CADENA NACIONAL.

HORARIO		CONDUCTOR (ES)		CONTENIDO
05:30	09:30	BUENOS DIAS	HECTOR MARTINEZ SERRANO	COMENTARIOS BREVES, NOTICIAS, AYUDA FAMILIAR
09:30	11:00	SALUD Y BELLEZA	ALFREDO PALACIOS	CONSEJOS DE SALUD, BELLEZA Y AYUDA A PAREJAS
11:00	13:30	TODO PARA LA MUJER	MAXINE WOODSIDE	ESPECTACULOS Y ENTREVISTAS
13:30	15:00	LOPEZ DORIGA	JOAQUIN LOPEZ DORIGA	NOTICIAS, ENTREVISTAS
15:00	15:30	CUPULA EMPRESARIAL	OSCAR MARIO BETETA	ANALISIS FINANCIERO
15:30	16:00	INFORMULA	JORGE BERRY	NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES
16:00	17:00	DEPORTES Y TOROS	HERIBERTO MURRIETA	RESULTADOS DEPORTIVOS Y COMENTARIOS TAURINOS
17:00	18:00	LA FORMULA ES,..	ALFREDO DOMINGUEZ MURO Y RAUL ORVAÑANOS	RESULTADOS DE FUTBOL
18:00	21:00	JOSE CARDENAS INFOMA	JOSE CARDENAS	NOTICIARIO NOCTURNO
21:00	22:00	FORMULA FINANCIERA	MARICARMEN CORTES	ANALISIS FINANCIERO
22:00	24:00	LA MANO PELUDA	CESAR MARES	RELATOS DE MISTERIO Y TERROR
00:00	01:00	BIO-NATURA	DR. ABEL CRUZ	MEDICO-NATURISTA
01:00	04:00	COMBO CON XEDF 104.1	LOCUTORES VARIOS	MUSICA
04:00	05:30	CLUB NOCTURNO	ROSA MA. TORRES NAVA	MUSICA Y REPORTE POLICIACO

Director Artístico.  
 Lic. Gabriel Nuñez García.  
 Dirección: Privada de Horacio No.13-4° piso  
 Col. Polanco. C.P.11560. Méx, D.F.

SIGLAS

NOMBRE

XEAI

RADIO METROPOLI 14-70 A.M.

HORARIO		CONDUCTOR (ES)		CONTENIDO
00:00	05:30	USTEDES Y NOSOTROS	JORGE MANUEL HERNANDEZ	REPORTE POLICIACO, AYUDA LEGAL Y MUSICA MEXICANA
05:30	07:00	FORMULA 2000	MAURICIO HERNANDEZ Y EDGAR OLIVARES SANDOVAL	NOTICARIO MATUTINO; COMENTARIOS DE LOS PROBLEMAS SOCIALES Y POLITICOS DE LA CIUDAD
07:00	09:00	ENSALADA DE LECHUGA	HECTOR LECHUGA Y LEON MICHEL	COMENTARIOS Y CHISTES DE LA POLITICA MEXICANA
09:00	11:00	LA MUJER ACTUAL	JANETH ARCEO	COMENTARIOS DE TEMAS VARIOS, RELIGION, GASTRONOMIA Y FAMILIA
11:00	13:00	ULTIMA PALABRA	GUSTAVO A. INFANTE	ESPECTACULOS Y ENTREVISTAS
13:00	14:00	PERIODISMO Y ALGO MAS	CRISTINA PACHECO	ENTREVISTAS A PERSONAJES DE LAS LETRAS Y LA POLITICA
14:00	16:00	LA REVISTA DE MARTHA SUSANA	MARTHA SUSANA	ESPECTACULOS Y ENTREVISTAS EN EL DOMICILIO DE LOS MISMOS ENTREVISTADOS
16:00	17:00	ESFERA HUMANA	ENRIQUE CASTILLO	ENTREVISTA A PERSONAJES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, LAS ARTES Y LA POLITICA. GASTRONOMIA
17:00	18:00	CAFÉ DE GRILLOS	HECTOR LECHUGA	COMENTARIOS Y CHISTES POLITICOS
18:00	21:00	VOZ PUBLICA	FRANCISCO HUERTA	DENUNCIAS DE LOS SERVICIOS Y SERVIDORES PUBLICOS, ASESORIA LEGAL
21:00	22:00	LA MONEDA ESTA EN EL AIRE	VICTOR MANUEL BARRIOS MATA	ADIVINACION DE LA SUERTE
22:00	23:30	BIO-NATURA	DR. ABEL CRUZ	MEDICO-NATURISTA
23:30	24:00	LA IGLESIA PENTECOSTES	-----	RELIGIOSO

LOS SABADOS Y DOMINGOS LA PROGRAMACION DE METROPOLI 14-70 ES MUSICAL CON TEMAS TROPICALES (CUMBIA Y SALSA).

Director Artístico.  
Sr. Arturo Venégas.  
Dirección: Privada de Horacio No.10  
Col. Polanco. C.P.11560. Méx.D.F.

SIGLAS

NOMBRE

XERP

RADIO FORMULA F.M. 103.3

HORARIO		CONDUCTOR (ES)		CONTENIDO
00:00	05:00	MUSICAL		TEMAS EN ESPAÑOL DE LOS AÑOS 70'S, 80'S, y 90'S
05:00	06:00	MUSICA DE ROCK AND ROLL	RAYMUNDO GUEVARA GARCIA	ROCK AND ROLL
06:00	10:00	CUPULA EMPRESARIAL	OSCAR MARIO BETETA	NOTICARIO MATUTINO CON MAYOR CARGA DE INFORMACION FINANCIERA
10:00	11:00	SALUD Y BELLEZA	ALFREDO PALACIOS	CONSEJOS DE SALUD, BELLEZA Y AYUDA PSICOLOGICA A LAS PAREJAS
11:00	13:30	TODO PARA LA MUJER	MAXINE WOODSIDE	ESPECTACULOS Y ENTREVISTAS
13:30	15:00	LOPEZ DORIGA	JOAQUIN LOPEZ DORIGA	NOTICARIO DE ANALISIS, POLITICA Y ENTREVISTAS
15:00	15:30	CUPULA EMPRESARIAL 2ª EMISION	OSCAR MARIO BETETA	NOTICARIO FINANCIERO
15:30	16:00	INFORMULA	JORGE BERRY	COMENTARIOS DE NOTICIAS INTERNACIONALES
16:00	17:00	DEPORTES Y TOROS	HERIBERTO MURRIETA	RESULTADOS DEPORTIVOS Y COMENTARIOS TAURINOS
17:00	18:00	LA FORMULA ES	RAUL ORVAÑANOS Y ALFREDO DOMINGUEZ MURO	COMENTARIOS DEPORTIVOS DESTACANDO EL FUTBOL
18:00	21:00	JOSE CARDENAS INFORMA	JOSE CARDENAS	NOTICARIO NOCTURNO, ENTREVISTAS, ANALISIS POLITICO, ENCUESTAS E INFORMACION DEPORTIVA
21:00	22:00	FORMULA FINANCIERA	MARICARMEN CORTES	ANALISIS FINANCIERO
22:00	24:00	BUEN ROCK ESTA NOCHE	GEORGINA R. TREJO	MUSICA Y COMENTARIOS DE LA EPOCA DE LOS AÑOS 60'S

LOS SABADOS Y DOMINGOS LAS PROGRAMACIONES SON MUSICALES CON TEMAS EN ESPAÑOL DE LAS DECADAS 70, 80 y 90.

Director Artístico.

Lic. Fernando Contreras.

Dirección: Privada de Horacio No.10

Col. Polanco. C.P.11560. Méx.D.F.



REGULAS

NOMBRE

XEDF

RADIO UNO 104.1 F.M.

HORARIO

CONDUCTOR (ES)

CONTENIDO

0:00	06:00	A BAILAR CON RADIO UNO		MUSICA GRUPERA, SALSERA Y DE BANDA
05:00	10:00	EL PANDA SHOW	ANTONIO ZAMBRANO	ENTRETENIMIENTO BROMAS VIA TELEFONICA Y MUSICA GRUPERA Y DE BANDA
08:00	11:00	VIBRACIONES DEL ROCK	HUMBERTO CANTU	COMPLACENCIAS MUSICALES DE ROCK AND ROLL
11:00	12:00	TRIPAS DE GATO	ALEJANDRO LOPEZ	MUSICA Y CONCURSOS VARIOS
12:00	13:00	AC DELCO	JAIME NUÑEZ	ESPACIO PAGADO POR AC DELCO AUTOMOTRIZ
13:00	15:00	PROGRAMACION ROTATIVA	ALEJANDRO LOPEZ	MUSICA DE BANDA, TROPICAL Y GRUPERA
15:00	16:00	LOS GRANDES DE LA SALSA	JUAN SAENZ	MUSICA DE GENERO SALSERO Y COMPLACENCIAS
16:00	17:00	SABOR TROPICAL	JUAN SAENZ	MUSICA TROPICAL Y COMPLACENCIAS
17:00	19:00	PROGRAMACION ROTATIVA	JAIME NUNEZ	COMPLACENCIAS DE MUSICA TROPICAL, SALSA
19:00	21:00	EL PANDA SHOW 2ª EMISION	ANTONIO ZAMBRANO	ENTRETENIMIENTO: BROMAS VIA TELEFONICA Y MUSICA GRUPERA Y DE BANDA
20:00	21:00	SABOR TROPICAL	JUAN SAENZ	MUSICA TROPICAL Y COMPLACENCIAS
21:00	22:00	LOS GRANDES DE LA SALSA 2ª EMISION	JUAN SAENZ	MUSICA DE SALSA Y COMPLACENCIAS
22:00	24:00	LA MANO PELUDA	ANTONIO SILVA	RELATOS DE MISTERIO Y CUENTOS DE TERROR

LOS SABADOS Y DOMINGOS LA PROGRAMACION DE RADIO UNO ES LA MISMA, AUNQUE LOS DOMINGOS NO HAY LOCUTOR EN VIVO.

Director Artístico.

Sr. Antonio Zambrano.

Dirección: Privada de Horacio No.10

Col. Polanco, C.P.11560. Méx.D.F.

La programación de la emisora XEDF-A.M que nos ocupa en esta tesina será expuesta y analizada detalladamente en el subapartado 1.2 (infra)

### 1.1.3 LAS BARRAS DE PROGRAMACION.

Las barras de programación son bloques de programas con el mismo o parecido contenido. Es una modalidad que ha implementado la directiva de Radio Fórmula para ofrecer a los clientes (patrocinadores), la opción que más satisfaga sus necesidades, según el producto o servicio que pretendan anunciar. De esta manera Radio Fórmula cuenta con varias barras de programación, entre las que se pueden mencionar: La Barra Noticiosa, Barra Femenina, Barra Musical y Barra Deportiva. Los siguientes son tan sólo algunos ejemplos de cómo se componen dichas barras.

Barra Noticiosa: "José Cárdenas Informa".  
"Fórmula 2000".  
"López Dóriga".  
"Ensalada de Lechuga".  
"Infórmula", entre otros.

Barra Femenina: "Todo para la Mujer".  
"Salud y Belleza".  
"La Mujer Actual".  
"Hablar por Hablar", entre otros.

Barra Musical: "Vibraciones del Rock".  
"Buenos Días Rock and Roll".  
"Música de mi Pueblo", entre otros.

Las barras guían a los anunciantes para colocar sus productos o servicios en el espacio radiofónico ideal, ya que pueden conseguir descuentos monetarios y además, escuchar sus mensajes publicitarios en todos los programas de la barra seleccionada. Así, por mencionar un caso, un producto de belleza pudiera, si lo desea el cliente, pasar al aire en un programa de la barra femenina, un mensaje de campaña política en un noticiario.

## 1. 2 RADIO FORMULA 1500 A.M.

"Considero muy importante el proyecto de Radio Fórmula, de pronto la radio despierta y le da cabida a esa inquietud de la sociedad que demanda información veraz, oportuna y creíble". (8) Las reflexiones anteriores del periodista José Cárdenas son consideradas para realizar una revisión histórica de Organización Radio Fórmula, principalmente del 1500 A.M., siguiendo su desarrollo, transformación y proyección de cara al año 2000, analizaremos tres puntos básicos para comprender su modelo actual: 1.2.1 el surgimiento de la emisora, 1.2.2 perfil programático antes de 1988 y 1.2.3 perfil programático en 1999.

### 1.2.1 SURGIMIENTO DE RADIO FORMULA 1500 A.M.

Si existe alguna estación de radio en el cuadrante que haya realizado a lo largo de su existencia cambios radicales en su formato, perfil y dirección artística, esa es sin duda: Radio Fórmula XEDF 1500 A.M. Revisando la historia de dicha emisora nos encontramos con una "verdadera telaraña" de transformaciones que confunden a quien estudie y trate de comprender el proceso de lo que hoy conocemos como Radio Fórmula Cadena Radio Uno 1500.

En primera instancia, es importante señalar que desde hace más de 20 años Radio Fórmula 1500 A.M. fue reconocida por sus siglas **XESM** en la sintonía **1470 de A.M.**

Con la idea de darle todas las ventajas de transmisión, el 7 de julio de 1997 se intercambiaron las señales del 14-70 al 1500, pues el 1500 tiene una potencia de 20 mil wats contra 10 mil del 1470, las siglas "SM" se omitieron para adquirir las siglas "DF", y remarcar que la Cadena se difunde desde el Distrito Federal, de igual forma se trasladó a todo el equipo de locutores, operadores y productores del 14-70 A.M. al 1500 A.M. para dejar con música tropical a Radio AI pero ahora en el 1470 A.M.

La XESM es la antecesora directa de Radio Fórmula 1500 y con esas siglas obtuvo el registro de diversos nombres: Radio Fiesta, Radio 5, Rock Fórmula 1470, La Tremenda, Vida 1470, y por más de 20 años fue, Radio Cañón. Radio Cañón merece un trato aparte, pues es considerada la época más brillante, musicalmente hablando, del 14-70.

8) "El comunicador que no emociona no comunica". Telemundo No.47. México, Mayo-Junio 1999. p.14

En la década de 1980, Radio Cañón 14-70 se perfilaba a un auditorio de corte juvenil; programación musical, éxitos en español, clubes de fans, promociones en cabina y en unidades móviles, programas de concurso, entrevistas a los artistas del momento.

El concepto de Radio Cañón también tuvo aceptación entre las personas adultas, el programa "Batas, Pijamas y Pantuflas" que se transmitía por las mañanas se consideraba el plato fuerte de la programación para iniciar el día.

1985 se recuerda como un año negro para Radio Cañón, obviamente, para toda la familia Radio Fórmula. Con el terremoto del 19 de septiembre se derrumbó el edificio de transmisiones ubicado en Dr. Río de la Loza en la Ciudad de México. A pesar de las pérdidas humanas y la total destrucción de las instalaciones que transmitían en Amplitud Modulada: 970, 14-70 y 1500, todas las emisoras continuaron al aire proyectando su señal en las plantas transmisoras ubicadas en las colonias Apatlaco y Granjas Esmeralda". (9)

En los albores de los años noventa los directivos de la empresa dieron giros sorpresivos y continuos a la programación del 14-70, numerosos formatos y nombres desfilaron por las siglas sin grandes resultados, podemos destacar quizá, la época cuando fue nombrada: **Rock Fórmula 14-70**, en esta etapa se diseñaron programas de Rock and Roll apoyados por fuertes promociones en eventos y regalos para su auditorio. Sin embargo, después de Rock Fórmula, el 14-70 navegó por el cuadrante con el desinterés de sus dueños. Programas que no estaban dando resultados en otras emisoras de la empresa encontraban un espacio en el 14-70, asimismo, el 14-70 se llegó a enlazar con la música de Jazz que se escuchaba en el 104.1 de Jazz F.M., con la música tropical de Radio AI y con la música moderna en inglés de Kosmo 103.3. La XESM era el patio trasero de la Organización con las consecuencias de no tener un perfil general definido para un auditorio.

En 1997 la efervescencia de la radio hablada con los buenos ratings en el 970 A.M. permiten experimentar a Rogerío Azcárraga un cambio sustancial. La XESM desaparece al trasladarla con las siglas XEDF, en formato hablado, a la señal 1500)

9) Fuente: testimonio de Luis González, Jefe de Grabadores, con 28 años al servicio de Radio Fórmula. 13/Oct/99.

### 1.2.2 PERFIL PROGRAMATICO ANTES DE 1997.

La característica que resalta en el manejo y la dirección general del señor Rogeno Azcárraga, presidente de Radio Fórmula, es su política de constante cambio en las programaciones, perfiles y nombres de las emisoras de su empresa. Situación que se refleja específicamente en la señal que en 1999 conocemos como Radio Fórmula 1500 A.M., pues, como se acaba de mencionar, en menos de doce años ha tenido para bien o para mal, registrar aproximadamente un nombre diferente cada dos años.

Los nombres que antecedieron a Radio Fórmula 1500 se acompañaron con formatos musicales, destacando la música en español de los años 70,s, 80,s y 90,s. Pero principalmente el Rock and Roll en idioma español de los años 60,s. No olvidar que desde la incursión de Rogerio Azcárraga en la industria radiofónica visualizó en ella posibilidades para desarrollar su empresa discográfica. La Historia de la Radio así lo menciona y no nos deja mentir:

"La idea era introducir el Rock and Roll en México y lo logró con la combinación de la radio y su empresa fonográfica Orfeón" (10)

Retornemos el primer semestre del año 1997 cuando la emisora tenía por nombre Vida 1470 y que por cierto, fue la última etapa donde los directivos la manejaron con programación inclinada preferentemente al género musical

Vida 1470 es la transición de un auditorio juvenil, como lo era Radio Cañón en los años 80,s, a un auditorio adulto, como lo es ahora con la programación hablada de fines de los 90,s. Indicamos esto por dos motivos básicos; la música proyectada era de las décadas pasadas, obviamente, con sus respectivas referencias anecdóticas. Así también se privilegiaba la charla, en algunos de los programas, con las amas de casa. Las amas de casa eran preocupación primordial se les permitía expresarse abiertamente al aire.

10) Asociación de Radiodifusores., *Op.Cit.*, p 200

**VIDA 14-70" ( DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1997).**

**PERFIL:** Emisora orientada a una audiencia con promedio de edades entre los 30 y 50 años, por el tipo de música presentada, haciendo referencia a las décadas 60, 70 y 80.

Nivel socioeconómico: Medio.

**PROGRAMACION ANTES DE 1997:**

HORARIO		CONDUCTOR (ES)	CONTENIDO	
00 00	00-04	VIVA LA NOCHE	ERASMO DEL REAL	TEMAS MUSICALES EN ESPAÑOL, COMPLACENCIAS
04.00	05 00	LA HORA DE LOS DESVELADOS Y DESMAÑANADOS	EDGAR OLIVARES SANDOVAL	TEMAS MUSICALES DE LOS AÑOS 70'S Y 80'S
05 00	06:00	BUENOS DIAS ROCK AND ROLL	EDGAR OLIVARES SANDOVAL	ROCK AND ROLL EN ESPAÑOL DE LOS AÑOS 60'S
06:00	07.00	LINEA DIRECTA	MAURICIO HERNANDEZ	INFORMACION DE LA PROBLEMÁTICA POLITICA DE LA CIUDAD DE MEXICO
07:00	09:30	FORMULA FINANCIERA	EDUARDO RUIZ HEALY	ANÁLISIS FINANCIERO E INFORMACION GENERAL
09.30	12:00	VIBRACIONES DEL ROCK	FRANCISCO RODRIGUEZ	ROCK AND ROLL EN ESPAÑOL DE LOS AÑOS 60'S
12:00	14.00	RECUERDOS DE ENAMORADOS	HUMBERTO CANTU	TEMAS ROMANTICOS EN VERSION ESPAÑOL
14:00	16:00	EL SHOW DE JORGE GUTIERREZ ZAMORA	JORGE GUTIERREZ ZAMORA	COMENTARIOS DEL MEDIO ARTISTICO
16:00	18:00	LA MONEDA ESTA EN EL AIRE	VICTOR M.BARRIOS MATA	ADIVINACION DE LA SUERTE Y EL AMOR
18 00	21 00	ROCK CAFE	TOMAS LUNA/RODRIGO RUIZ	TEMAS ROMANTICOS DE LA EPOCA DEL ROCK AND ROLL
21:00	22:00	BIONATURA	DR ABEL CRUZ	PROGRAMA MEDICO-NATURISTA
22:00	24:00	LO QUE EL VIENTO NO SE LLEVO	JORGE ZUNIGA	ANÉCDOTAS DE LA CIUDAD DE MEXICO DE LOS AÑOS 40'S, 50'S Y 60'S

Director Artístico.  
 Sr. Humberto Cantú Ramírez.  
 Dirección: Privada de Horacio No.10  
 Col. Polanco. C.P.11560. México, D.F.

## 2.3 PERFIL PROGRAMATICO ACTUAL.

Esta es...Radio Fórmula Cadena Radio Uno.

En el 1500 de Amplitud Modulada.

Transmitiendo desde sus estudios en Privada de Horacio 10 colonia Polanco

Cadena Radio Uno, Radio Fórmula. (11)

SIGLAS NOMBRE  
XEDF 1500 A.M.

HORARIO		CONDUCTOR (ES)		CONTENIDO
00:00	00:05	VIVA LA NOCHE	ERASMO DEL REAL / EDGAR OLIVARES	MUSICAL, EXITOS EN ESPAÑOL AÑOS 70'S, 80'S Y 90'S
05:00	06:00	BUENOS DIAS ROCK	EDGAR OLIVARES SANDOVAL	ROCK AND ROLL EN ESPAÑOL DE LOS AÑOS 60'S
06:00	09:30	EDUARDO RUIZ HEALY	EDUARDO RUIZ HEALY	NOTICARIO MATUTINO, ENTREVISTAS, ANALISIS POLITICO Y FINANCIERO
09:30	12:00	KELLY, LAMMOGLIA Y LA FAMILIA	PATRICIA KELLY Y ERNESTO LAMMOGLIA	TERAPIA PSICOLOGICA PARA LA FAMILIA Y LA PAREJA
12:00	13:00	HABLAR POR HABLAR	JUAN JOSE ORIGUEL	REVISTA: ESPECTACULOS Y ENTREVISTAS
13:00	14:00	EN VOZ ALTA 1ra. EMISION	FLOR BERENGUER	ENTREVISTAS A PROTAGONISTAS DE LA POLITICA, CULTURA, RELIGION Y OTROS
14:00	15:30	FORMULA FINANCIERA	MARICARMEN CORTES	ANALISIS FINANCIERO NACIONAL
15:30	16:00	ENTRE LINEAS	ALBERTO BARRANCO	ECONOMIA Y FINANZAS
16:00	17:00	DIMES Y DIRETES	ALMA ELENA QUINTANA	REVISTA: ESPECTACULO Y ENTREVISTAS
17:00	18:00	EDUARDO RUIZ HEALY "DICE"	EDUARDO RUIZ HEALY	COMENTARIOS DEL QUEHACER POLITICO
18:00	20:00	EN VOZ ALTA 2ª EMISION	FLOR BERENGUER	ENTREVISTAS A PROTAGONISTAS DE LA POLITICA, CULTURA, RELIGION Y OTROS
20:00	20:30	PENSANDO BIEN	FROYLAN LOPEZ NARVAEZ Y CARLOS MARIN	POLITICA Y CULTURA
20:30	21:00	A DOS TINTAS	ENRIQUE CAMPOS Y SERGIO MARTINEZ CHAVARRIA	POLITICA Y ANALISIS FINANCIERO
21:00	22:00	LOS AMOS DE LA NOCHE	CRISTINA PACHECO	ENTREVISTAS A LAS PERSONALIDADES QUE LABORAN POR LA NOCHE Y LA MADRUGADA
22:00	23:00	SEPTIMO SENTIDO	PATRICIA KELLY	LA SEXUALIDAD EN LA PAREJA
23:00	24:00	BIO-NATURA	ABEL CRUZ	MEDICO-NATURISTA

Director Artístico Sr. Humberto Cantú Ramírez.  
Dirección: Privada de Horacio No.10  
Col. Polanco. C.P.11560. México D.F.

1) Identificación Oficial, sonido sintonizado en vivo el 7 de septiembre de 1999, en el 1500 de Amplitud Modulada en punto de las 6:00 p.m

Programación del 1500 A.M. Cadena Radio Uno los fines de semana.

HORARIO		CONDUCTOR (ES)		CONTENIDO
00 00	00:05	VIVA LA NOCHE	ERASMO DEL REAL / EDGAR OLIVARES	MUSICAL, EXITOS EN ESPAÑOL AÑOS 70'S, 80'S Y 90'S
05:00	06:00	BUENOS DIAS ROCK	EDGAR OLIVARES SANDOVAL	ROCK AND ROLL EN ESPAÑOL DE LOS AÑOS 60'S
06:00	09 00	EL SHOW DE JORGE GTZ	JORGE GTZ. ZAMORA	COMENTARIOS VARIOS Y MUSICA EN ESPAÑOL
09:00	10:00	CIRCULO MAGICO	LA TIA BERE	CONCURSOS INFANTILES Y MUSICA
10:00	12:00	VIBRACIONES DEL ROCK	JOSE LUIS MORENO	ROCK AND ROLL EN ESPAÑOL
12:00	14 00	RECUERDOS DE ENAMORADOS	HUMBERTO CANTU RAMIREZ	TEMAS ROMANTICOS DE LOS AÑOS 70s, 80s y 90s.
14 00	17.00	VIVA LA TARDE	RUBEN LOPEZ CORDOBA	DIRIGIDO A LAS AMAS DE CASA, RECETAS, CONSEJOS Y MUSICA EN ESPAÑOL
17.00	19:00	EL SHOW DE BARRIOS MATA	VICTOR MANUEL BARRIOS MATA	ADIVINACION DE LA SUERTE, ENCUENTRO DE PAREJAS. Y MUSICA EN ESPAÑOL
19:00	21:00	ROCK CAFE	TOMAS LUNA Y RODRIGO RUIZ	TEMAS ROMANTICOS DE LA EPOCA DORADA DEL ROCK AND ROLL
21:00	22:00	LOS AMOS DE LA NOCHE	CRISTINA PACHECO	ENTREVISTA A LAS PERSONALIDADES QUE LABORAN POR LA NOCHE
22:00	23 00	SEPTIMO SENTIDO/ DOMINGOS LA HORA NACIONAL	PATY KELLY	TEMAS DE SEXUALIDAD
23 00	24:00	BIONATURA	DR. ABEL CRUZ	PROGRAMA MEDICO-NATURISTA

Director Artístico.  
 Sr Humberto Cantú Ramírez  
 Dirección. Privada de Horacio No 10  
 Col. Polanco C. P. 11560. México, D.F

Los anteriores cuadros programáticos muestran la evolución que en los últimos años experimenta Radio Fórmula, el transitar de formas musicales a formas habladas, lo que en radio se conoce como **formatos**.

Pero, ¿cuáles son las características esenciales que definen a un formato radiofónico, qué ventajas obtiene un empresario radiofónico al optar por un formato en lugar del otro? Los anteriores son algunos planteamientos que presentamos en esta tesina y que abordaremos en el siguiente capítulo.



## APARTADO 2.

### RADIO MUSICAL V. S. RADIO HABLADA.

“El público está programado para divertirse, está programado para descansar, está programado para informarse, está programado para sorprenderse, también si no se aprovecha esta disposición, el público busca otra opción para buscar su sintonía”. (12)

En el presente apartado se realiza un estudio de los dos grandes formatos que dominan la radio en México: radio musical y radio hablada, con la intención de distinguir las categorías, funcionamiento y características de cada uno de ellos.

Asimismo, se conocerán las labores precisas de los locutores con la programación musical y de los comentaristas con la programación hablada. ¿Quiénes son y cómo se forman las personas que tienen el privilegio de utilizar un micrófono y propagar su voz al aire?. Estos son algunos temas a desarrollar a continuación.

#### 2.1 FORMATOS RADIOFONICOS: MUSICAL Y HABLADO.

La radio, se ha manejado a lo largo de su historia por formatos (formas de hacer radio). Mario Kaplún se refiere a los formatos como géneros radiofónicos y señala: “El formato surge a partir de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar y de la temática definida que deseamos abordar. Es necesario conocerlos para así disponer de variados instrumentos de expresión y tener una visión de las distintas posibilidades que brinda la radio. Los formatos no siempre se dan químicamente puros”. (13)

Por su parte Romeo Figueroa en su trabajo ¡Qué Onda con la Radio! alude al formato como el tipo de programación que una estación de radio ofrece al público mediante una conformación sistematizada del material que presenta al auditorio.

12) Garza, Ramiro. La Radio, Presente y Futuro. Edamex. México, 1996. p. 88

13) Kaplún, Mario. Producción de Programas de Radio. El Guión y la Realización. Ediciones CIESPAL. S.L. 1978 p.127 y 154

"En la radio, programación es sinónimo de formato. Cada formato interesa a diferentes individuos. Además la gente escucha estos formatos de distintos modos. Por ejemplo en publicidad para que un mensaje comercial penetre y sea eficaz, el anunciante debe entender estas diferencias y tomarlas como guía". (14)

Cuando una persona nos invita a escuchar cierta estación de radio, o bien, nos cuestiona: ¿Ya escuchaste tal emisora? Nuestra respuesta es una pregunta: ¿Qué formato maneja?. La respuesta contiene dos opciones generales: musical o hablada. De alguna manera se realiza una revisión para saber si el formato llena nuestras expectativas de información o simplemente es otra opción para consentir nuestro gusto musical. Francisco de Anda lo precisa así: "La programación cobra sentido en el formato cuando aplicamos las funciones de la comunicación al contenido, funciones que corresponden al orden, observación, cultura y entretenimiento". (15) Por eso es importante señalar lo indispensable que resulta analizar a los medios, en este caso la radio, desde las funciones que ofrece en su formato y contenido o el **qué de la comunicación**, diría Bernard Berelson, especialista de la comunicación colectiva.

¿Para qué estudiar el formato de las emisoras? Antonio Paoli sugiere estudiar a los medios " desde el punto de vista de su capacidad para cubrir diversas necesidades o colaborar a que realicen adecuadamente su o sus funciones. Ver que necesidades satisface o ayuda a satisfacer".(16)

En la Ciudad de México todas las estaciones de radio, desde el 540 de A.M. al 1590 de A.M., y del 88.1 F.M. al 107.3 de F.M., trabajan bajo un formato y también bajo un determinado perfil\*.

14) Shulberg, Bob. Publicidad Radiofónica. McGraw-Hill. México, 1992. p.51

15) De Anda y Ramos, Francisco. La Radio. El Despertar de un Gigante. Editorial Trillas. México, 1997.p.404

16) Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas. Editorial Trillas. México. 1983. p.21

\*Romeo Figueroa en su libro ¿Qué Onda con la Radio! Se refiere al perfil como la orientación metodológica de la programación general de una emisora que se dirige a un determinado segmento del auditorio, se caracteriza por tener variables ponderables e imponderables. Son variables ponderables aquellas que pueden precisarse con relativa exactitud y ser analizadas cuantitativa y cualitativamente: edad, sexo, nivel educativo, económico y social al que pertenece el segmento. Las imponderables son imprecisas: el medio geográfico, hidrológico, el entorno político y legal.

Cada una de las 58 emisoras que actualmente (1999) conforman el cuadrante, se enmarcan en alguna de las formas –formatos- de hacer radio y se dirigen a segmentos de la sociedad con específicos contenidos en sus programaciones, destinados a satisfacer necesidades de la audiencia.

Necesidades que pueden ser de mero entretenimiento (formatos musicales), a una comunicación radial más completa (formatos hablados), donde el auditorio de igual manera tenga la oportunidad de informarse del acontecer nacional e internacional, con el visto bueno de los comentarios de los líderes de opinión, puede participar, vía telefónica en emisiones de controversia y polémica.

En este aspecto, el pensamiento funcionalista de Denis McQuail nos guía al referir: “el contenido de los medios de comunicación no sólo cumple un papel informativo, sino también de entretenimiento y recreo, que en conjunto aportan una sensación de totalidad, de continuidad y de experiencia compartida”. (17)

Los formatos generales que se mencionan y que son ampliamente reconocidos en la producción radiofónica pretenden satisfacer audiencias: las estaciones llamadas *musicales* se identifican por complacer al auditorio con melodías, ya sea del género instrumental, tropical, rock, norteño, temas de banda, clásico, del recuerdo, éxitos del momento en versiones español, inglés, italiano. Con la participación de un locutor que anuncia, despide y a veces comenta con relación al tema musical que se escucha o acaba de concluir. “Cuando interviene el discurso hablado en la transmisión de música, su presencia suele ser ante todo referencial para explicar algo de la música, que está presentando; y aparece como comentario, lección, entrevista, presentación de ejemplos, etc.” (18)

La intervención del locutor puede ser transmitida en vivo o previamente grabada, igualmente, los temas musicales escuchados son producto de las complacencias directas al auditorio, o bien, previamente programados por la emisora.

17) McQuail, Denis. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. Paidós Comunicación. México, 1989. p.94

18) IMER y UAM. El Sonido de la Radio. Editorial. Plaza y Valdes. México, 1988. p 71

El cuadrante radiofónico es la caja mágica de los recursos audibles: los ruidos, los sonidos, la música y la palabra. Por esa razón es posible sintonizar, también emisiones de corte estrictamente *hablado*, lo cual significa dar tratamiento a programas que informan o comentan, y de contenidos tan variados como: las noticias, el análisis, debates, entrevistas, confrontación política, financiera, entre otros.

En los siguientes apartados se verá en detalle el formato de la radio musical y de la radio hablada.

### **2.1.1 RADIO MUSICAL.**

La música es el elemento que asciende a la categoría de vital por su uso tan frecuente como necesario en la mayoría de las emisiones radiales, de hecho, es el recurso más utilizado en la producción radiofónica. Por ejemplo, se puede utilizar música para acompañar la identificación oficial de una estación, también en la elaboración de entradas y salidas de programas, ya sean estas grabadas o en vivo. Existen los puentes musicales, las cortinillas, la ráfaga (fragmento corto de música fuerte y dramática cuya duración es de unos cuantos segundos y sirve para reforzar un diálogo) y otros recursos en los cuales la música juega un papel destacado.

Aún tratándose de un programa de contenido estrictamente hablado se capta la utilización de algunos fragmentos musicales; antes y después de regresar de corte comercial, al momento de escuchar los números telefónicos, no hay nada mejor que la música para fondear y enriquecer la transmisión.

Pero al hablar de radio musical, por supuesto, se hace referencia a la radio utilizando la música a plenitud y como base de la programación, es decir, radiar temas musicales completos en donde incluso se ofrezca una viñeta acerca de la melodía, autor, intérprete, disco del cual se extrae el tema, año de producción y lugar en la lista de popularidad, si se trata de un tema de moda.

En 1984, Serafina Llano, quien es investigadora en medios de comunicación, escribió con respecto a la radio musical en México: "la programación musical de un tiempo a esta parte ha venido a ser la columna vertebral de las estaciones radiodifusoras. Ultimamente han renacido en algunas estaciones, los programas hablados pero desde tiempo atrás y sobre todo cuando la televisión ingresó al mercado mexicano, y le quitó mucho auditorio a la radio, la programación ha estado fundamentalmente representada por música grabada". (19)

La influencia de la radio estadounidense en los años veinte y treinta en varias partes del mundo fue muy notoria y marcada, México no fue la excepción, por supuesto. "Se hace patente en el número de países que adoptaron el sistema de radiodifusión comercial: Argentina, Brasil y Chile en 1922 y México en 1929". (20)

Influencia que durante varias décadas estereotipó a la radio mexicana, todavía en 1982 Alma Rosa Alva, citando al periodista Miguel Ángel Granados Chapa mencionaba: "La música grabada que se toca en las estaciones comerciales, música reiterativa, es producida por los productores de fonogramas, cintas y discos que son en México filiales de empresas típicamente transnacionales, como la RCA y la Columbia". (21)

Radio musical no significa únicamente pasar al aire melodías grabadas, encierra todo un concepto, un perfil orientado a cierto tipo de auditorio clasificado por edades, épocas, gustos y nivel social.

En cada emisora de radio musical se asigna un director artístico a quien se le confía la responsabilidad de orientar el perfil de la estación para que lo proyecte a las personas (radioescuchas) indicadas.

19) Llano, Serafina. La Radiodifusión en México. Editorial Comunicación, Tecnología e investigación. México, 1984. p.68

20) Lewis, Peter y Booth, Jerry. El Medio Invisible. Paidós Comunicación. España, 1992. p.41

21) Alva de la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. Ediciones El Caballito. México, 1982. p.83

Se realiza la elección del género musical: bolero, rock inglés o español, clásica, instrumental, jazz, tropical, grupera, pop, mexicana, etc. para lograr sus objetivos el director artístico coordina los esfuerzos de todo un equipo de trabajo integrado por el programador musical, productor general, locutores, operadores y director de promociones.

El programador es la persona que enlista los temas musicales que se han de escuchar, partiendo de lo que considere que es o fue un éxito, de igual forma da preferencia a aquellos más solicitados, realiza un balance en la programación para darle variedad, y a veces se dejan espacios en blanco para que el locutor inserte las peticiones más solicitadas.

Claro, no debemos dejar de señalar la enorme diferencia entre las estaciones musicales de tipo cultural y de tipo comercial. En las de tipo comercial: Radio Uno y Radio Variedades, por citar ejemplos, no obstante que tienen una programación de temas musicales ya incluidos en su catálogo o bitácora, dejan algunos espacios para las complacencias del auditorio. Sin embargo, en las estaciones culturales que insertan en sus contenidos barras musicales, léase Radio Universidad y Radio Educación, las complacencias prácticamente no se dan, no existen cambios de números musicales sobre la marcha. La música ahí, ya está definida, incluso grabada con la participación del locutor.

En la radio musical las atribuciones de los directores artísticos y de los programadores los han convertido en el ojo del huracán pues algunos reciben dinero de modo subrepticio por parte de las disqueras con tal de que programen y se le dé más difusión a ciertos temas, cantantes o grupos musicales, el reciente caso de Fonovisa nos ilustra al respecto:

“El sello mexicano de música Fonovisa y dos de sus ejecutivos fueron acusados de sobornar a las radioemisoras para que transmitan ciertos temas musicales solamente, y de infringir una ley impositiva al supuestamente falsificar sus declaraciones de gastos de promoción. Fonovisa es propiedad del Grupo Televisa de México y es considerado el sello independiente de música latina más importante en Estados Unidos”. (22)

22) “Pistas Empresariales. Fonovisa, acusada”. El Financiero. México, D.F. 2/julio/1999. p 24

Por su parte el productor, otro de los elementos importantes para la difusión de la programación musical, es quien debe tener la chispa de imaginación para proponer ideas, novedades, ocurrencias, en fin, procura ir a la vanguardia en las formas de hacer radio.

5

Los locutores son la imagen vocal del formato de programación musical y el director de promociones es el encargado de diseñar la manera de entregar premios a la audiencia como agradecimiento por escuchar la emisora musical y al mismo tiempo para mantenerla expectante.

Las promociones de la radio musical se realizan directamente en cabina, a domicilio o en plena vía pública con unidades móviles de la estación.

En ocasiones sobre todo en las estaciones comerciales, se obsequian discos, llaveros, pósters, camisetas, refrescos, pases para conciertos, boletos para participar en rifas de automóviles, viajes y viviendas. De igual forma, se organizan eventos musicales en plazas, mercados, delegaciones políticas y salones de baile.

### 2.1.2 RADIO HABLADA.

"No tratamos de descubrir el hilo negro" esta expresión es muy común entre los conductores de nuevos programas en radio, y significa en términos llanos que las formas de hacer radio ya están dichas y hechas, no hay nada nuevo bajo el sol. Hacemos radio musical con sus respectivos géneros, o radio hablada con sus diferentes contenidos: informativo, noticioso, entrevista, polémica, servicio a la comunidad...

Si alguna cualidad debe tener la radio, es la de ofrecer opciones programáticas a su audiencia, una de ellas, obviamente, es la radio musical. Ahora toca el turno a la **radio hablada** que se presenta como un formato total pero con variantes en su connotación. Existe radio hablada en programas de comentarios, de entrevista, polémica, deportes y en noticiarios, sobre todo este último es el más recurrido en México.

Pero, ¿Cómo reconocer el formato radiofónico hablado? María del Carmen Olvera, investigadora en comunicación apunta: "Este formato procura no sólo dar información sino orientar al oyente, influir sobre él e inclinarlo a favor de una determinada interpretación del hecho, que se considera la justa y correcta. El comentario aprueba o condena, aplaude o censura". (23)

Si comprendemos al habla como: el decir, expresar y declarar, entonces encontramos que la radio hablada tiene como eje central a la palabra, y sus ingredientes principales son la información y el comentario. Nos preguntamos entonces ¿cómo o para qué surge esta opción en la radio, a quién sirve la idea de propagar la voz, las ideas más allá de una cabina de radio, decir e influir conceptualmente? Acaso este formato llega al cuadrante concibiendo la fórmula funcionalista de Paul Lazarsfeld, la de las dos grandes funciones sociales de los medios de comunicación y una disfunción, que a continuación citamos:

- "1) Función de conferir prestigio: la posición social de las personas, acciones o grupos cuando consigue atraer la atención favorable de los medios.
- 2) Función de reforzar las normas sociales: ejerciendo presión para que se establezca una moral única.
- 3) Disfunción narcotizante: el hombre informado tiende a considerarse participante, cuando en realidad no desarrolla acción social alguna". (24)

Buscando respuestas al porqué de la creación del formato hablado en radio encontramos la versión de Ward Quaal y Leo Martín, ellos aseguran que: "la necesidad de especialización y el deseo de proyectar una imagen diferente y exclusiva originaron quizá, el programa hablado; de otra suerte, tal vez no hubiera surgido. Quien escucha programas hablados, una vez que se interesa en ellos, presta mayor atención a su receptor que el que se limita a oír música..." (25)

23) Olvera Ferreira, Ma. del Carmen. Tesis: Necesidad de Instalar una Radiodifusora que Difunda Información las 24 horas del Día al Interior de la República. México, 1987. p.86

24) Toussaint, Florence. Crítica de la Información de Masas. Editonal Trillas. México, 1997. p.15

25) Quaal, Ward L y Martín, Leo. Dirección de Estaciones de Radio y Televisión. Editorial Diana, México, 1971. p.76



En México el antecedente más cercano a las emisiones radiales habladas se presenta casi a mediados de la década del ochenta. En 1984 un estudio arrojó un dato interesante. " En cuanto a los programas de comentarios se encontró que las tres cuartas partes de las estaciones no emiten este tipo de programas. Las que sí los transmiten lo hacen con un promedio de 48 minutos diarios". (26)

Hay quienes afirman que el terremoto de 1985 en la Ciudad de México fue un parteaguas en los medios de comunicación, principalmente en la radio, por la necesidad de ofrecer servicio a la comunidad en la localización de personas, medidas de prevención sanitaria, protección civil a consecuencia del desastre, entre otros.

La radio, al menos en esos días se notó solemne, servicial, solidaria y bastante hablada. Así lo registra Rebeil Corella: "El sismo de 1985 fue una llamada de atención a las autoridades, radiodifusoras y capitalinos en general, sobre la servicial presencia de la radio no sólo en situaciones de emergencia, sino también sobre sus potencialidades de uso social -, fue, en otro sentido, otra fuerte sacudida: obligada por las circunstancias, la radio comercial debió hacer otro uso de sus ondas y micrófonos, descubriendo apenas esa otra cara de la radio, novedosa en apariencia pero en realidad tan vieja como la radio misma". (27)

Todavía en 1999 el porcentaje de estaciones musicales en México, rebasa por mucho a las estaciones de corte hablado, y es que la radio hablada significa un mayor esfuerzo tanto para el radiodifusor como para el radioescucha. El formato hablado representa gastos mayores para el radiodifusor por ejemplo: en cuanto a pago de comentaristas, y en los temas sociales que se traten pues estos pueden herir susceptibilidades de las autoridades o del público. Y para el radioescucha representa mayor esfuerzo la radio hablada porque tiene que poner mayor atención. Aquí se trata de escuchar no nada más de oír. Quien está dispuesto a recibir el mensaje del programa debe poner a prueba toda su capacidad mental y auditiva.

26) Llano, Serafina , *Op. Cit.*, p.76

27) Rebeil Corella, Ma. Antonieta Perfiles del Cuadrante. Editorial Trillas. México, 1989.p.39

A continuación enlistamos los modelos o géneros más usuales en el mundo de la radio hablada a consideración de Mario Kaplún:

- “1. La charla
2. El noticiero (formato noticia)
3. La nota crónica.
4. El comentario.
5. El diálogo.
6. La entrevista informativa.
7. La entrevista indagatoria.
8. El radio-periódico.
9. La radio-revista. (programas misceláneos)
10. La mesa redonda.
11. El radio-reportaje.
12. La dramatización”. (28)

Uno de los géneros más representativos de la radio hablada y el cual destacamos en esta tesina, por englobar a su vez varias de las categorías anteriores, es el noticioso. En la Ciudad de México la mayoría de las estaciones cuentan con su espacio noticioso por las mañanas y en ellos se realizan entrevistas, se vierten comentarios, se presentan reportajes, se dialoga y debate al mismo tiempo.

Dice el profesor Enrique Velasco Ugalde que: “El supuesto boom de la radio noticiosa responde, principalmente, a que el costo de los anuncios durante los noticieros es dos o tres veces más elevado que en los horarios generales, a pesar de que la oferta y audiencia radiofónica es predominantemente musical. Por ejemplo en el programa de Joaquín López Dóriga que se transmite en Radio Fórmula 970 A.M. de 13:30 a 15:00 de lunes a viernes la tarifa por pasar al aire un spot de 20” es de 15 mil pesos., sin embargo, el mismo spot de 20” en horarios musicales o generales es de tan sólo 5 mil pesos.

Otro ejemplo: la tarifa de 20” de un spot en Monitor de Radio Red 1110 A.M. es de 18 mil pesos y durante horarios musicales o generales es de 5 mil pesos”. (29)

28) Kaplún, Mario. *Op. Cit.*, p.131

29) Morales, Fernando y Sherer Ibarra, María. “La Catársis Radiofónica, de la Cerrazón al Libertinaje”. Proceso No.1192, México 5/septiembre/1999. p.76

Nada menos que el tiempo noticioso en esas estaciones y en esos espacios es más costoso, a razón de dos terceras partes más que en el espacio musical. El periodista José Cárdenas corrobora estos datos al precisar: " Resulta que ahora buscar y decir la verdad es un gran negocio. Los tiempos más caros de la radio son los noticieros. Hace 20 años eso no sucedía". (30)

Pongamos el caso del noticiario Monitor, que en septiembre de 1999 cumplió 25 años. "El 2 de septiembre de 1974 casi todos creyeron que era una locura programar un noticiero matutino y de larga duración. Eran tiempos en que la radio se utilizaba, para escuchar música. Y así, el F.M. había desplazado al A.M. porque ahí se escuchaban las canciones mejor". (31)

Efectivamente, la radio noticiosa ha ganado más espacios en los últimos años además, se cotizan altos dichos segmentos, e igual irá pasando, quizá con otros géneros de la radio hablada.

No olvidar que la radio es antes que un servicio a la comunidad, un medio de comunicación utilizado, principalmente, por sus dueños como un gran negocio y siempre buscarán las variantes y el formato; ya sea musical o hablado que les reditúen mejor. Ward Quaal y Leo Martín lo explican de la siguiente manera: Las estaciones habladas sus ventajas son más que sus desventajas. Aumenta el interés del público, el auditorio y concomitantemente, los ingresos. Cualquiera que sea el futuro de las estaciones sin música, debemos reconocer el mérito de sus dueños y directores por su innovación y visión. Se han negado a imitar a las demás estaciones". (32)

Sucede que las emisoras de corte hablado tienen un tinte que las acerca más a lo que podría establecerse como radio de servicio a la comunidad y eso está muy bien, pero no caigamos en excesos de decir que los empresarios metidos a la radio hablada son originales, finalmente la competencia se da muy fuerte y todos ellos están a la expectativa y escuchan qué hace uno para el otro tratar de superarlo con su misma fórmula.

30) "El Comunicador que no emociona no comunica". *Op. Cit.*, p 13

31) D' Artigues, Katia, "La Crème de la Crème". *El Financiero*, México 2/sep/1999. p 121

32) Quaal, Ward L. y Martín. *Op. Cit.*, p.7

Tenemos los siguientes ejemplos: Radio Centro en el 1030 de A.M. y por muchos años de corte musical se presenta en 1999 totalmente hablada. Al igual que Ondas del Lago y Cambio 1440. La Zeta ahora en el 107.3 de FM. copió la fórmula grupera y musical de hacer radio de tipo popular en Frecuencia Modulada, a Radio Uno, ésta a su vez se constituyó con ciertas características del la antes llamada Tropi Q en el 92.9 de F.M. por citar algunos casos.

Es un hecho que para el éxito de cualquier formato, llámese musical o hablado, existe un individuo clave que funciona de enlace entre el público y la emisora, dicho personaje es el locutor o el comentarista, según el formato radiofónico que se maneje.

A continuación presentamos los tipos de locutores y comentaristas que exige cada formato.

## **2.2 TIPOS DE LOCUTORES.**

El locutor goza de una amplia gama de posibilidades para desarrollar su profesión. A cada opción corresponde una tipificación diferente por las características que presenta en cuanto a las acciones que se efectúan en cada una de ellas. En las siguientes líneas destacaremos las más practicadas.

- a) Locutor de Cabina.
- b) Lector de noticias.
- c) Grabador de promocionales.
- d) Locutor a control remoto.
- e) Conductor de eventos especiales.
- f) Maestro de Ceremonias.

Diffícilmente una persona logra manejarse a la perfección en todos las categorías anteriores. Existen locutores excelentes para grabar un spot comercial, sin embargo son pésimos para ambientar una transmisión de cabina en vivo.

Escuchamos a locutores transmitiendo desde su cabina y la verdad se desenvuelven muy bien, realizan entrevistas, se perciben ágiles en la conducción, son ocurrentes, pero en un evento especial los aniquila el contacto directo con el público; no saben que decir, como manejarse en el estrado, en fin, el pánico escénico se hace presente.

También, por señalar otro ejemplo, nos encontramos locutores que graban un spot comercial a la primera lectura; lo matizan bien, dan la intención adecuada al texto y rematan insuperable la marca publicitaria. Pero al escucharlos relatando notas periodísticas al aire, quizá por la presión de que se encuentran en vivo su precisión en la lectura difiere de cuando graban.

Por supuesto y sin temor a equivocarnos señalaremos en esta tesina que al menos en la Ciudad de México sí hay locutores que poseen un manejo casi correcto de los géneros arriba señalados, entre ellos destacan, por ser muy completos: Pedro Ferriz Santa Cruz, Mario Vargas, Jorge Manuel Hernández, Janett Arceo, Eduardo Charpenel, Jorge Alberto Aguilera, Romeo Herrera...

## **2. 2.1 EL LOCUTOR DE CABINA.**

El locutor de cabina, también nombrado locutor de estudio es un comunicador que posee una plaza sindicalizada y recibe un salario regulado por medio del Contrato Colectivo de Trabajo. En México la labor del locutor de cabina es generalmente de 4 horas por turno, aunque hay emisoras, sobre todo en algunos Estados de la República, en donde el locutor trabaja 6 horas por turno y opera la consola de audio al mismo tiempo.

El locutor realiza su trabajo desde un locutorio o estudio (que es el espacio donde se encuentran instalados los aparatos para la radiodifusión) aunque a menudo realiza desplazamientos para transmitir a control remoto, no obstante su labor de base está en la cabina.

Para poder prestar sus servicios profesionales, el locutor de cabina requiere de la llamada "Licencia de Locutor" otorgada por la Secretaría de Educación Pública. (Véase para mayor información el punto 2.2.3 infra).

En los programas musicales el locutor se convierte en el intermediario, es la conexión entre la música y los anuncios comerciales.

En las emisoras de corte hablado el locutor graba las entradas y salidas de los programas, presenta y despide los segmentos, manda a corte, ofrece los números telefónicos al público. En ocasiones también interviene como apoyo de los comentaristas.

### **DEFINICION.**

Las definiciones halladas del concepto locutor son en exceso simplistas y se reducen al clásico: locutor es la persona que habla por el micrófono en las estaciones de radio, para dar avisos, noticias, programas.

Las hay más completas, aquellas que nos dicen: el locutor es la persona que por profesión se dirige a un auditorio, dando noticias, anuncios y presentando nombres de canciones en las emisoras de radio y televisión. Y más que definiciones encontramos máximas para locutores: "La imagen de un locutor se agranda o se empequeñece según su forma de hablar frente al micrófono". (33)

Si las definiciones de locutor no registran profundidad quizá se debe a que las funciones rebasan al significado. Lo anterior quiere decir que lo importante aquí es hacer notar, principalmente, las funciones del locutor, sus características o la manera de conducirse un tipo de locutor para tal o cual género radiofónico, o incluso de televisión si fuera el caso.

En verdad las anteriores definiciones son escuetas, pero cabe destacar que, al menos en México cuando escuchamos la palabra locutor, de inmediato tenemos en mente a una persona utilizando sus audífonos, mientras detrás de él se observa una grabadora con sus cintas magnéticas girando, el locutor asentando la aguja del tornamesa y dirigiendo su voz por el micrófono a un público determinado, con un lenguaje determinado.

33) Microfonito. Nueva Epoca. Edición No. 3 Agosto de 1999 p.4

En algunas zonas de Estados Unidos manejan el término Disc Jockey o (DJ) para referirse al locutor de radio, en tanto en México el Disc Jockey es el mezclador de ritmos musicales en los lugares de baile llamados Discoteques y en los sonidos de alquiler, a menudo el Disc Jockey habla por su micrófono y anima con su voz a los que se reúnen en esos sitios a bailar pero no anuncian en una estación de radio, no salen al aire.

Al menos en el Distrito Federal, el locutor no se define como el encargado de colocar los discos, no es operador de consola como sí sucede todavía en algunos Estados de la República Mexicana.

Mejor permitamos que sea Mario Vargas, experimentado locutor de radio y televisión, con más de 4 décadas en los medios, quien nos ofrezca su definición: "El locutor es lo que dice, no es su voz. Implica llegar a ser como un amigo de la familia, un invitado cotidiano que al sintonizarlo en la radio traspase su cabina para instalarse en la comodidad de los hogares de quienes lo escuchan". (34)

La reflexión de Mario Vargas abre posibilidades para observar más allá de un locutor con sus audífonos y micrófono. Nos habla del contenido, del decir de los locutores. La voz es importante pero lo es más la habilidad para convertirse en el amigo indispensable de la familia, del chofer, del oficinista...

## 2.2.2 FUNCIONES DEL LOCUTOR.

"El locutor radial debe saber hacer buen uso de su voz; interpretar la intención, el contenido de cada mensaje y expresarlo con la propiedad que cada caso requiere. Todo aspirante a locutor debe entender que para hablar por radio se comienza por conocerse a uno mismo. Hay que reconocer las capacidades y potencialidades reales de cada uno: los conocimientos, las habilidades, las experiencias, incluso las características físicas del cuerpo humano cuentan". (35)

34) Meraz, Carlos. "Una Voz más allá del Huevo Tibio". Reforma. México, D.F. 14/abril/99. p. 1E

35) Figueroa Bermúdez, Romeo. ¡Qué Onda con la Radio! Alhambra Mexicana. México. 1996.p.129 y 130

Ciertamente cada locutor muestra cualidades específicas que le permiten ejercitarse con mejor eficacia en una área peculiar del amplio mundo de la locución. Cualidades que determinan el género radiofónico en el cual logran conducirse con superior destreza y seguridad. En un locutor hallaremos alguna o varias de las siguientes aptitudes: velocidad de lectura, entusiasmo, aceptable nivel académico, experiencia y conocimiento de géneros musicales y *facilidad para improvisar*, entre otros.

Para efectos de esta tesina nos ocupa de modo preferente la categoría del locutor de cabina, sin embargo, se indicarán brevemente las funciones de los otros tipos de locutores.

a) **Las funciones del locutor de cabina** engloban: enviar la transmisión a corte comercial, dar la hora y la temperatura, grabar promocionales de la emisora cuando se le requiera, grabar entradas y salidas de los programas, identificar a la estación continuamente, mandar saludos, sacar llamadas telefónicas al aire, asimismo: "Tener una variedad de maneras de presentar y despedir la música. Asegurarse de haber escuchado previamente el disco que va a tocar, especialmente para saber como comienza y termina. Esto le asegurará evitar pisotear (comenzar a despedir una canción antes de que ésta haya terminado) sobre un final falso.

Deberá hablar sobre cosas diferentes a la música. Por ejemplo, puede necesitar presentar comerciales, las noticias o el reporte del tráfico.

Las políticas de la estación dictarán, también, probablemente si debe ser muy formal en estas presentaciones o si tiene la libertad de soltarse un poco en ellas". (36)

b) **Lector de noticias:** También conocido como relator de noticias, se encarga de *pasar* el resumen de los acontecimientos nacionales e internacionales de mayor trascendencia durante el día. La lectura se realiza en vivo o se graba para un noticiario de larga duración o para el corporativo (resumen muy breve de 3, 4 ó 5 notas transmitido cada hora a la hora y generalmente bajo patrocinio de una empresa comercial o institucional).

36) Gross, Lynnes. Y Resese, David E. Manual de Producción Radiofónica, Alhambra Mexicana, México 1ª. Edición, 1997. p.257 y 258



- c) **Grabador de spots comerciales:** Tiene la encomienda de darle vida a un anuncio mediante las diferentes tonalidades que adopte su voz y conforme lo requiera el texto enviado por el patrocinador. Este personaje está supeditado, en gran parte, a las recomendaciones de un productor. Prácticamente su función tiende a ser la misma de un actor. Actúa con su voz en los anuncios comerciales. Pero atención, en los spots de carácter oficial, como es el caso de los de gobierno, el tono de voz y la inflexión es diferente.
- d) **Locutor a control remoto:** Realiza su transmisión fuera de las instalaciones de la cabina base. Debe trasladar mentalmente al radioescucha al lugar en donde está llevando a cabo su reporte, recrear con su voz lo que vive o sucede ahí donde fue enviado por la emisora. Se convierte en una especie de reportero al desplazarse a otro lugar. En ocasiones entrega obsequios a bordo de unidades móviles, ejecuta entrevistas, o relata momentos especiales de un evento en particular.
- e) **Conductor de eventos especiales:** Se presenta en eventos de las estaciones, plazas comerciales, explanadas de las delegaciones políticas, deportivos, centros sociales y en todos los sitios donde se lleven a cabo acontecimientos que promuevan a la emisora.  
Su función consiste en animar a los asistentes organizando concursos, rifas, obsequiando regalos, así también, hace la presentación de las personalidades invitadas.
- f) **Maestro de Ceremonias:** uno de los detalles es que regularmente lo encontramos en salones para eventos sociales. Su principal objetivo es guiar la celebración en que se dé cita, ya sea de carácter pública o privada, hacer las presentaciones de los anfitriones, festejados y homenajeados. El maestro de ceremonias se dirige a la concurrencia en un lenguaje muy formal que con frecuencia raya en lo solemne.

"El maestro de ceremonias es un personaje que tiene la curiosa función de lucir y hacer brillar a otros. Debe tener categoría oratoria, conocer la técnica y saberla usar; debe dominar el lenguaje con amplitud, variedad y buena pronunciación, tiene que ser versátil, ya que realizará varias presentaciones y cada una debe ser distinta, hacer uso de toda su capacidad para agradar al auditorio". (37)

### **2.2.3 FORMACION DEL LOCUTOR.**

En los inicios de los años 90's la Secretaría de Educación Pública (SEP) decide suspender los exámenes para otorgar las licencias de locutores. Anteriormente quien pretendía obtener una licencia de locutor para trabajar en las estaciones de radio requería presentar cuatro exámenes, los cuales se dividían en oral y escrito.

Una prueba escrita de conocimientos generales con asignaturas de Historia de México, Historia Universal, Geografía, Español y Educación Cívica. Asimismo, se examinaba a los aspirantes, de manera oral, en otras tres categorías: 1) pronunciación de vocablos extranjeros 2) comprensión de la Ley Federal de Radio y Televisión 3) Práctica de Cabina.

Someterse al reto de presentar las anteriores pruebas de cultura y agilidad verbal era un verdadero acercamiento a la práctica profesional, aunque por supuesto el sustentante no "saliera al aire". Quien obtenía la licencia, en serio se la acreditaba a pulso.

Actualmente para poseer el documento sólo basta que un dirigente de alto nivel de alguna empresa de radiodifusión firme una carta de solicitud requiriendo los servicios de locución de un trabajador y la SEP, por medio del Departamento Jurídico de Radio y Televisión, facilita el trámite.

37) Brassel Morales, Carlos. Las Mejores Técnicas para Hablar en Público. Editorial Edamex México, 1988. p.106

De esta forma nos encontramos influyentismo, amiguismo y una serie de personas que efectivamente cuentan con la cédula de acreditación como locutores pero que jamás han hablado por un micrófono, ni siquiera conocen la distancia adecuada a la cual deben colocarse ante el mismo.

La disposición de la SEP beneficia a quienes tienen algún tipo de contacto con los medios de comunicación, pero quienes no están en esa posición, aún con sus cualidades para desenvolverse en la actividad de la locución, no tiene grandes posibilidades.

Es indiscutible que el locutor se va formando y adquiere experiencia conforme practica en cabina, ahí moldea su estilo. La preparación vocal, cultural y el saber captar la esencia de las situaciones cotidianas que ofrece la vida misma para presentarlas al público en un plano de relajación, son las bases en las que se debe apoyar un locutor.

El locutor y director de radio José Ignacio López Vigil lo expresa así: "La principal cualidad que se espera de un presentador o presentadora es tener carisma, carisma significa gracia, duende, pilas, pegada, espuma, mil sinónimos, la capacidad de conectarse con el oyente, de cautivarlo. No es tan fácil encontrar personas con ese don de comunicarse. Es un talento, se nace con él. También se entrena, es cierto. Hay dinámicas para aprender a hablar bonito, para desarrollar la picardía y el ingenio. Pero tiene que haber una base natural, una ebullición de sangre". (38)

Tal vez lo difícil sea descubrir los dotes naturales para la locución, pero cuando se posee el gusto hay que intentar desarrollarlo comprometiéndose en la práctica, tomando cursos, escuchando a los experimentados, aceptando las sugerencias constructivas de quienes de esta área saben, en fin, preparase al máximo, pues como en toda profesión existe gran competencia y hay una larga fila de personas esperando una oportunidad en el medio. En la radio nunca se termina de aprender, se trabaja todos los días para moldear un estilo propio.

38) López Vigil, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Coedición AMARC, CEPRAC. Ecuador, 1997. p. 400 y 401

Raúl de Anda sentencia –con toda razón- “El aspirante a locutor debe estar preparado y con el deseo de practicar, de instruirse y estudiar cada día, por el resto de su vida. Ayuda también un entrenamiento dramático, pues lo que diga debe sonar convincente todo el tiempo, además de que necesita cierta habilidad para actuar. Muchos locutores buenos son también actores y cantantes.

Hay que hacer una llamada de atención sobre el locutor descuidado que transmite su falta de interés o su disgusto reflejado en su voz.

Recomendamos un ejercicio de higiene mental para hacerlo siempre cordialmente. Un continuo esfuerzo consciente debe dirigirse a ser alegre y cordial al hablar”. (39)

Desde luego cuenta también y en gran medida la dicción del locutor. Como decía el profesor Jorge Chargoy “no existe la buena o mala dicción. La dicción es la perfecta articulación al expresarnos y un locutor tiene o no tiene dicción”. Así de sencillo.

“...el objetivo principal es que el mensaje llegue, la sociedad nos confiere un carácter ejemplarizante que quizás no pretendamos pero que tenemos, se supone que quien habla por radio es porque lo sabe hacer bien”. (40)

A continuación visualicemos una lista de nueve incisos fundamentales y que es preciso tenerlos presentes como parte de la vida formativa y profesional del locutor.

“a) **Respiración:** Para hablar frente a un micrófono, lo más importante es saber respirar.

Es necesario aspirar mucho aire por la nariz antes de comenzar a hablar, de tal manera que podamos hacer más o menos intensa la expulsión del mismo.

39) De Anda y Ramos, Raúl. *Op. Cit.*, p.471

40) González I. Mongue, Ferrán En el Dial de mi Pupitre. Editorial Gustavo Gili, España, 1989. p.191

- a) **Vocalización:** Es la dicción. Consiste en pronunciar claramente todas las sílabas y que resulte natural al oído.
- b) **Énfasis:** Significa hacer inflexiones ascendentes y descendentes en las sílabas para contrarrestar la monotonía, marcando las sílabas acentuadas. El énfasis está marcado también por las pausas y la importancia que se va dando a las palabras y los matices emocionales naturales que se expresan.
- c) **Naturalidad:** Hablar de forma amigable, como platicando con un amigo natural.
- d) **Volumen:** Corresponde a la intensidad de la voz que debe ser modulada y no resulte estridente.
- f) **Velocidad.** Ritmo de aceleración en el fraseo.
- g) **Posición ante el micrófono:** Colocarse aproximadamente a 25cm. Del micrófono.
- h) **Improvisación:** Ser capaz de estructurar frases correctas cuando no se tiene un texto escrito. La improvisación debe ser simple, llana y breve.
- i) **Lectura:** La clave para la locución radiofónica es leer bien, que no se note que se está leyendo". (41)

41) Romo Gil, María Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio, Editorial Diana, México. 1987. p.39

### 2.3 EL COMENTARISTA.

La intención primordial del presente apartado es construir una definición integral del *comentarista*, a su vez localizar las particularidades que le acompañan.

Libros especializados en radio ubican en el mismo nivel al locutor y al comentarista con relación a sus funciones y características, por supuesto que la práctica profesional de uno y otro nos indican paralelismos en algunos renglones que tienen que ver con la voz, la entonación, el uso del micrófono, los tiempos y lo más importante, que ambos se dirigen a un auditorio.

Es interesante conocer al comentarista porque es el centro de atención de los formatos con programación hablada, además cada vez existe mayor interés de profesionistas por integrarse a la radio como comentaristas, de hecho muchos psicólogos, médicos, abogados, economistas y sobre todo periodistas están emigrando a la radio. ¿Será porque la radio otorga buenos sueldos, o tiene más credibilidad entre los medios electrónicos, o acaso es la vitrina para obtener una mejor y más reconocida imagen pública?

Existen programas hablados que por el enorme conjunto de recursos técnicos, humanos y capitales que se les asignan y por el prestigio del que gozan sus comentaristas titulares se han transformado en programas egocéntricos, tan es así que el nombre de la emisión es el nombre del conductor titular. Por citar un par de ejemplos: Eduardo Ruiz Healy conduce un noticiero de 6:00 a 9:30 de la mañana, el noticiero se titula "Eduardo Ruiz Healy", sucede lo mismo con el noticiero vespertino de Joaquín López Dóriga en transmisión de 13:30 a 15:00hrs. por el 970 de A.M. su nombre, "López Dóriga" así de sencillo.

De igual manera, hay conductores que del nombre de un programa hicieron toda una empresa. Tenemos por muestra "Palco Deportivo", su titular Alfredo Domínguez Muro lo maneja como un negocio que ofrece un amplio servicio informativo de deportes.

Lo mismo sucede desde hace un par de meses (julio de 1999) con el periodista Ricardo Rocha y su programa-empresa "Detrás de la Noticia" que incluso vende sus servicios a Radio Acir.

Para abordar la definición de comentarista es importante definir antes el concepto de **comentario** que es la materia prima con la cual trabaja los comentaristas.

El comentario: "pertenece al periodismo de opinión, la interpretación realizada por comunicador especializado en el tema de un hecho o varios de ellos señalando un criterio al respecto, para que se entienda con más facilidad, tanto en sus antecedentes como en las consecuencias que pudieran derivarse de él y que, salvo, en casos excepcionales, se incluye, destacado dentro de la sección a que corresponda". (42)

### 2.3.1 DEFINICION DE COMENTARISTA Y CARACTERISTICAS.

Del comentarista nos interesa conocer sus cualidades, las funciones que desempeña, así también, el estilo para elaborar sus comentarios, pues buscando la definición del concepto comentarista se hallan respuestas tan simplistas tales como: El comentarista es la persona que escribe o expresa sus comentarios. Es quien comenta acerca de algún tema específico o general.

De tal manera que la definición de comentarista redundante y recae en el **comentario**. Entonces es imprescindible hacer notar las características del comentarista para realizar su función como son: conocer o dominar el tema que trate, ser claro y breve, poseer buena pronunciación y modulación, aceptar la crítica y ser al mismo tiempo autocrítico. Indiquemos algunas de las características que debe observar un comentarista, y para ello es recomendable consultar a Ramiro Garza, maestro de la radio, quien nos ilustra al asegurar: "Un comentarista debe tener la fidelidad enfrente, la noticia enfrente, todo debe tenerlo presente para articularlo y producirlo, debe reeditarlo. De otra manera el comunicador falla" (43)

Independientemente de las cualidades del comentarista para realizar su función, también es importante apuntar las características que debe observar su comentario para presentarlo con la calidad debida. Entre ellas destacan:

42) De la Mota, Ignacio H. Diccionario de la Comunicación. Editorial Paraninfo S.A. España, 1982. p.152

43) Garza, Ramiro. *Op. Cit.*, p.88

- 1) Referirse siempre un tópico de interés colectivo ya sea internacional, nacional, regional o local, que esté en boca de la ciudadanía.
- 2) Emplear un lenguaje crítico que provoque el interés del auditorio.
- 3) De preferencia que no sea –al menos, que no suene- leído, para lograr espontaneidad y aceptación.
- 4) No sólo debe darse en todo momento la impresión de que se conoce el tema, hay que dominarlo.
- 5) Los nombres, las cifras, las fechas y los detalles dan fuerza al comentario pero no se debe abusar de ellos.
- 6) Dentro del tema motivo del comentario, debe hacerse referencia a lo positivo y a lo negativo, de manera balanceada, para que no parezca consigna del comentarista a favor o en contra del asunto que se comenta, salvo que se trate de asuntos de incuestionable obviedad.
- 7) No olvidar cierto grado de repetitividad y dar el nombre del comentarista al final.

Para el desarrollo del comentario, se recomienda el procedimiento de acción temática que sigue:

- a) Selección y tratamiento del tema.
- b) Análisis lógico de las diversas facetas del tema.
- c) Opinión del comentarista.
- d) Conclusiones, recomendaciones y propuesta de solución al problema planteado". (44)

44) Figueroa Bermúdez Romeo. *Op. Cit* , p. 274 y 275.



### 2.3.2 FUNCIONES DEL COMENTARISTA.

Al abrir un micrófono el comentarista radiofónico adquiere un enorme compromiso con la sociedad, pues su influencia incide directamente en el cambio de actitud que adopte un gran segmento de su auditorio, por lo tanto es de interés explorar las funciones que le confieren sus responsabilidades.

Entre las funciones a destacar tenemos:

Dominar el tema que vaya a tratar para analizar y sintetizar los hechos.

Que hable sin rebuscamientos.

Aclarar las dudas del auditorio, según su punto de vista por supuesto.

Concentrar todo su conocimiento con los elementos que le dan su razonamiento lógico, experiencia, estudios, con el fin de emitir un buen juicio de opinión.

El comentarista radiofónico procurará poner toda su capacidad al servicio del radioescucha, sin más apasionamiento que el de ofrecer un análisis concienzudo, aunque breve, de la temática tratada con "detalles, antecedentes, fondo, trasfondo y síntesis comprensible". (45)

En concreto la función esencial del comentarista es contar con bases comprobables que sustenten sus acotaciones.

45) *Ibid.*

### 2.3.3 FORMACION DEL COMENTARISTA.

Actualmente el comentarista más que formarse, "llega". Es decir, aunque existen escuelas de comunicación con asignaturas de locución, producción, doblaje, conducción de programas, narración y comentarista...el comentarista en sí se realiza en plena labor profesional.

Difícilmente alguien quien no haya laborado en un medio –por mucha práctica haciendo comentarios en su casa o en el colegio- dirá "soy un comentarista, ya estudié mucho para ser comentarista, realicé prácticas y puedo solicitar trabajo en las estaciones de radio".

Aquí no es como en las prácticas de maestros, o aquellas que realizan los odontólogos y médicos, o los ingenieros que ya pudieron entrenarse y verificar si reparan bien o no las máquinas antes de salir a conseguir trabajo.

El comentarista por supuesto logra una base cultural por medio de su experiencia, estudios, investigaciones. Se especializa en un área determinada en la cual labora, y después, quizá después tenga el gusto de compartir sus experiencias a manera de comentarios de radio.

¿Cuáles son los requisitos en la formación de un comentarista para asimilar, interpretar y analizar los sucesos que comenta? Cristián Caballero, comentarista musical en las principales estaciones de radio y televisión de México, escribe: "Aquella persona que decide tomar como profesión la conducción de programas de entrevistas, comentarios, mesas redondas o noticiosos. Debe primero que nada, poseer una amplia cultura. No se trata de ser un 'todólogo' pero si de tener una sólida base de sustentación para todo lo que decimos o para los temas que abordamos. Necesitamos también una amplia experiencia de la vida y conocimiento de las personas". (46)

Cabe señalar para la anterior reflexión, la atinada denuncia de Flor Berenguer, periodista y conductora de emisiones de confrontación. Ella dice: "Los medios deberíamos primero que nada contar con gente capacitada. Cualquier persona, te llames Chaya Michán o Fredi el estilista pueden tener un espacio y decir cuanta estupidez quieras.

46) Caballero, Cristián. Cómo Educar la Voz Hablada y Cantada. Edamex. México, 1996. p.17

No solamente es el daño moral que se le hace a las personas, también el daño a la salud, a la actividad física. Las autoridades no revisan eso porque quieren tenernos entretenidos con esas sandeces y tonterías, para que no nos demos cuenta de la situación real del país". (47)

La ira de Flor Berenguer no es gratuita, si tomamos en cuenta que al menos en la Ciudad de México labora en los medios radiofónicos mucho personal sin la preparación básica, ni siquiera conocen la existencia de una ley que regula a la radio, pero que sí tienen las posibilidades monetarias para pagar un espacio y por ese hecho se les concede el derecho de abrir micrófono y promocionarse aunque digan una cantidad impresionante de mentiras.

En los programas naturistas abundan los casos, uno de ellos es precisamente el de Shaya Michán; este señor paga su espacio, se dice Doctor y no lo es, Shaya Michán es si acaso un orientador naturista. ¡Ah! Dice también que cura el Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA). Curó, según él, a varias personas "pero que no las puede llevar a la radio para que rindan testimonio porque no quieren ir".

La pregunta urgente es: ¿En dónde se encuentran las Secretarías de Salud y Gobernación para que pongan un alto en estos casos?

La radio a veces padece de: "Todólogos", gente que se cree con toda la autoridad y sapiencia para comentar de todo, merolicos que pagan su espacio para promocionarse con la verborrea clásica del vendedor callejero. Los improvisados que sin previa preparación e información se permiten opinar. Claro que en la radio se permite la improvisación, es bienvenida, pero en su verdadero significado dice Rudolf Arnheim: "...representa que el hombre elabora una serie de ideas totalmente originales en el momento de producirse un acontecimiento". (48)

47) Van den Broeck, Lilian. "Flor Berenguer, Mujer de Radio". El Financiero. 14 de julio de 1999. p.62

48) Arnheim, Rudolf. Estética Radiofónica. Editorial Gustavo Gili, S.A. España, 1980. p.131 y 133

## 2.4 HACIA LA PROFESIONALIZACION DEL LOCUTOR.

Profesional se le considera a la persona que por sus estudios o experiencias ejerce su trabajo con vocación y cabal conocimiento, siendo así, al profesional debemos buscarlo entre aquellas personas que no realizan sus labores por afición sino se deben a la obligación de hacer éstas muy bien, máxime si esa labor asciende al rango de profesionalización, es decir, cuando ya se convierte en lucrativa.

En radio y en toda actividad "ser profesional es cumplir con un objetivo que cada quien se propone a través de mecánicas claras, que se entiendan, sobre todo que coincidan con lo que se piensa y se realiza a favor de un auditorio. Un locutor profesional es quien comunica, no importa la voz que tenga; es quien convence, no importa la forma que lo diga, si se entiende. Puede tener un estilo muy personal de anunciar, pero que logre comunicar. Quien haga radio en cualquier nivel debe hacerlo primero pensando en quien oye. El prestigio de esta profesión se basa en capacidad, autenticidad y resultados. Lo demás es rutina, burocracia o parasitismo". (49)

La preparación profesional del locutor consiste en el grado de capacidad que muestre para comunicarse, la manera más eficaz que encuentre para hacer llegar su mensaje al público.

Si bien las funciones del locutor y del comentarista son diferentes y diversas, también es verdad que el locutor se debe a una preparación constante que en cierto grado se asemeje a la del comentarista, digamos:

Un estudio del acontecer nacional e internacional.

Lectura de los principales diarios y revistas (hacerlo en forma permanente).

Cursos de actualización y talleres, incluso clases de actuación.

"Demostrar conocimiento con el método adecuado.

Fusionar práctica y teoría.

Demostrar que en este medio se aprende todos los días". (50)

49) Garza, Ramiro. *Op. Cit.*, p.51

50) De Anda y Ramos, *Op. Cit.*, p.360

A pesar de todo el conocimiento que acompañe al locutor gracias a su experiencia, siempre habrá oportunidad para aprender más, la clave es estar aguzado para extraer de todas las personas y de cada momento de la vida lo más significativo, la esencia que nos ofrezca enseñanzas. Ahí está la habilidad del locutor, para poder transmitir esas experiencias de manera natural.

En las estaciones de la Ciudad de México el sinónimo de locutor está ligado al clásico personaje radiofónico que nos entretiene, bromea con el radioescucha que le llama por teléfono y le complace con una melodía, pero el proceso de profesionalización del locutor también consiste en sembrar algo más en la mente de los radioescuchas, dejarlos con alguna reflexión.

El locutor podría intentar – quizás en broma como parece ser su característica - cambiar la idea del comunicador superficial, si es que se lo permite su Cadena Difusora\* y comprometerse a concientizar a su audiencia en los problemas que agobian a su comunidad -. El locutor tiene la consigna de dar un servicio eficiente.

\*Existen estaciones, como la mayoría de las musicales del Grupo Radio Centro, en las que el locutor tiene los segundos contados para decir la hora, el tema musical escuchado, enviar saludos y mandar a corte comercial.

## 2.5 LA RAZON DE SER DE UN SINDICATO.

Un sindicato tiene su razón de ser en cuanto atiende los intereses laborales, económicos y legales de los trabajadores agremiados. Los trabajadores se organizan con el objeto de definir y hacer triunfar sus reivindicaciones políticas y sociales.

Los locutores de radio en México están representados por alguno de los siguientes sindicatos: El STIRT, el SITATYR o el STIMER.

El más numeroso e importante de ellos es el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión (STIRT) controla una mayoría aplastante de los contratos de radio y televisión. Asegura contar con 15 mil afiliados en 995 empresas con 1,200 contratos colectivos de trabajo.

El otro organismo similar a éste, tanto en comportamiento interno como en orientación política, pero con menos contratos, es el Sindicato de Trabajadores y Artistas de la Televisión y la radio (SITATYR).

El STIMER es el Sindicato de Trabajadores de IMER (Instituto Mexicano de la Radio) que agrupa a trabajadores de radio del Gobierno.

El STIRT es quien administra el Contrato Ley de Radio Fórmula, claro no todo el personal es sindicalizado (también llamado de base o de planta), pues existen: eventuales o transitorios, por unidad de tiempo u obra terminada y de confianza.

El artículo 17 del Contrato Ley en su inciso a considera: "Como trabajadores de base o planta, aquellos que presten sus servicios a la empresa en forma regular y permanente por tiempo indeterminado". (51)

51) Contrato Ley de la Industria de la Radio y Televisión. Editado por el STIRT, SITATYR y CIRT. México, 1998. p.11

En el caso de Radio Fórmula localizamos al personal sindicalizado en las áreas de:

1. Reportero.
2. Operador de Consola.
3. Operador Grabador.
4. Operador de Planta Transmisora.
5. Oficial de Mantenimiento Técnico.
6. Vigilante de Planta.
7. Continuista.
8. Telefonistas.
9. Cobrador
- 10. Locutor.**

Es claro que de las anteriores categorías nos ocupa la última, la del locutor, pues todas las plazas de locutores son sindicalizadas, el Sindicato decide si una persona debe o no ocupar una plaza. Para poder ocupar una plaza o ser de planta en una emisora, el STIRT debe enviar a la empresa que lo solicite a una persona que cuente con la licencia de locutor y después de un periodo de prueba de 28 días se decide entre empresa y sindicato si el locutor enviado es el indicado.

En los casos en que la empresa tenga interés específico en determinadas personas, no miembros del sindicato para ejecutar las labores del locutor, sólo podrá efectuar la contratación transitoria, con el permiso del sindicato y bajo la condición de "...descontar y entregar al Sindicato las cuotas de tránsito o desplazamiento de los trabajadores que tengan a calidad de transitorios o eventuales o que desplacen según el caso, a trabajadores de base..." (52)

Por ejemplo cuando un locutor no interviene en su turno de cabina por ser desplazado por un comentarista se exige un pago de desplazamiento que se transfiere, no al trabajador él ya está cobrando su sueldo, sino al Sindicato.

52) Contrato Ley. *Op. Cit.*, p.17

En Radio Fórmula la categoría de comentarista no está contemplada como plaza sindicalizada, aunque hay excepciones en donde personal sindicalizado ya sea reporteros o locutores, en ciertos casos, hacen las labores de comentaristas para cubrirlos cuando estos no se encuentran por motivos de salud, vacaciones u otro.

¿Cuáles son las obligaciones del Sindicato con los locutores?

El Sindicato debe proteger la fuente del trabajador, en este caso la plaza, que no lo relegue personal no sindicalizado, aunque de ser así ya mencionamos en el párrafo anterior los arreglos entre empresa y Sindicato para cobrar las cuotas debidas.

Que sean los locutores quienes graben los anuncios contratados por la empresa, las identificaciones, las entradas y salidas de programas. Si no se utilizaron los servicios del locutor de todas maneras que se les pague su "tiempo de grabación"

Verificar que la empresa pague salarios a tiempo a los locutores, así como el aguinaldo y las utilidades.

Otorgar, cuando un locutor así lo pida y en común acuerdo con la empresa, los permisos sindicales que separan al trabajador de sus funciones pero que no exceden los 30 días, entendiendo que en dicho tiempo el trabajador no percibe salario. Mediar en cualquier conflicto que se suscite entre empresa y trabajador.

El Sindicato por medio del Infonavit gestiona préstamos hipotecarios para los locutores. Así también el STIRT consigue préstamos a plazos de pago a un año del banco (Banorte) para trabajadores que cuenten con un mínimo de 365 días laborando en la empresa.

#### OBLIGACIONES DEL LOCUTOR CON EL SINDICATO.

-Cubrir puntualmente y día con día su turno de 4 horas.

-No descuidar la cabina.



-Efectuar todo lo que se le solicite en su turno (en estas obligaciones se destaca las grabaciones en turno).

-Realizar los controles remotos y conducción de eventos para los cuales sea requerido por la empresa radiodifusora.

-Asistir a todas las reuniones, asambleas y juntas que organice el sindicato y en las cuales sea llamado con carácter de obligatorio para resolver problemas intergremiales.

-Cubrir el turno del compañero que haya sido asignado a una comisión del Sindicato.

-Cuando el locutor que se encuentra en turno no es relevado, automáticamente debe quedarse a realizar el siguiente turno, de otra manera, se aplica la infracción con el nombre de "abandono de cabina" que justifica el despido inmediato del locutor.

El informe del XXI Consejo Nacional de Trabajadores de la Industria, Similares y Conexos de la República Mexicana (Periodo 1998-2000) establece que a través de la Secretaría de Previsión Social, el STIRT ha continuado con los trámites de certificados de locutor para los compañeros que hacen esa función con el apoyo de certificación para locutores que expide dichos documentos.

El número de compañeros beneficiados en el periodo de mayo de 1998 a mayo del 2000, fueron 390 certificados expedidos. Al cierre de este ejercicio nos da un total de 2,196 acreditados como locutores desde el convenio firmado en el mes de octubre de 1992.

## APARTADO 3.

### ANALISIS Y RESULTADOS DE LA PROGRAMACION ACTUAL DE RADIO FORMULA 1500 A.M.

"La radiodifusión puede verse desde muchas y muy variadas perspectivas. Por ejemplo como una ingeniería de telecomunicaciones, como la transmisión de voz a distancia, como el irradiamiento de una onda electromagnética portadora de algún 'signo' acústico, como un método de difusión pública de informes y entretenimiento, como una empresa, como un negocio, como una industria, en fin, como un fenómeno de la modernidad". (53)

#### 3.1 LOS MOTIVOS DEL CAMBIO DE FORMATO DE MUSICAL A HABLADO EN RADIO FORMULA 1500 A.M.

Los directivos de Organización Radio Fórmula tienen como política, costumbre o ¿acaso virtud? realizar continuamente cambios en los programas de las emisoras, de hecho, se elaboran transformaciones totales en los formatos, principalmente en las que hoy (1999) conocemos como Radio Fórmula 1500 A.M. (Ver supra 1.2.1)

Radio Fórmula 1500 A.M. Cadena Radio Uno, antes de llamarse así tuvo un largo periodo como estación musical intentando con varios géneros. En algún tiempo le dio resultados el Rock and Roll y la música moderna en español, pero una vez que Rogerio Azcárraga comprobó las posibilidades de una radio hablada con su emisora 970 A.M. mejorando ventas por programa y (en algunos casos más puntos de rating) quizá creyó encontrar la fórmula ideal para hacer de su Estación de radio una empresa rentable, escuchada en amplios sectores de la sociedad y con fuerte presencia entre los medios de comunicación más importantes en la Ciudad de México.

53) La Industria de la Radio y la Televisión en México, CIRT Tomo I (1921-1950), México, 1991 p 45

A finales de los años 80,s no pocos se atrevieron a decir que Don Rogerio estaba errado por su decisión de producir en exceso programas hablados, sin embargo, el tiempo se ha encargado, en parte, de darle la razón.

Ha sido toda una estrategia para posicionar a la empresa y "grabarla" en la mente del auditorio y sobre todo de los anunciantes. De tal manera que de las 5 emisoras que integran la Organización cuatro de ellas toman directamente el nombre de Radio Fórmula, expliquemos esto. El 970 de A.M. se anuncia así: **Radio Fórmula** 970 Cadena Nacional. 103.3 de la siguiente forma: **Radio Fórmula** 103.3 F.M. El 1500 es ahora mejor conocido como: **Radio Fórmula** 1500, Cadena Radio Uno. Y finalmente el 14-70 es: **Radio Fórmula** Metrópoli 14-70.

No hay duda, debe quedar perfectamente claro en el radiorreceptor que sintoniza Radio Fórmula ¿cuál de las emisoras? No importa, lo interesante es que se trata de una de las emisoras de ORF. Dicha política ha resultado inteligente para efectos de rating, así también para diversificar las ventas y obtener mayor reconocimiento a nivel general.

Entonces el cambio de formato de musical a hablado en el 1500 de amplitud modulada obedece y podemos entenderlo con base en los siguientes señalamientos:

- 1) La confianza y optimismo por los resultados obtenidos desde inicios de los años noventas en el 970 de A.M., estación hermana del 1500 A.M.
- 2) Vender más y mejor los programas, apoyados en la conducción de personalidades que gozan del reconocimiento de grandes sectores del auditorio y cuya trayectoria profesional es del dominio público. Guillermo Chapa locutor en Radio Fórmula asegura: "...en Radio Fórmula se han percatado que lo hablado es lo que más se vende, con los programas hablados y las figuras contratadas los anuncios comerciales se elevan" (54)

54) Fuente: testimonio de Guillermo Chapa Márquez, locutor de estudio en el 1500 A.M. con 12 años en el medio radiofónico Entrevista realizada 3/Nov /99.

- 3) Satisfacer la necesidad de información que la misma sociedad exige, pero información en detalle, que ofrezca respuestas contundentes a las inquietudes y a los múltiples problemas que nos aquejan. Erasmo del Real, locutor nocturno del 1500, nos ofrece una reflexión implacable al señalar: "la misma sociedad a impulsado más a la reflexión y a la crítica y esto se debe a la crisis que ha provocado en el público y en nosotros mismos que trabajamos en la radio, la sensación de querer alzar la voz a través de los medios de comunicación a nuestro alcance, en este caso la radio, para quejarnos y decir ya basta, nos han saqueado económicamente. El mismo pueblo a orillado a los medios a abrirse". (55)
- 4) La imagen es fundamental para los directivos de ORF. Tal parece que la consigna en la empresa es que conduzcan los espacios exclusivamente comentaristas reconocidos (quienes gozan ya de fama por lo que han hecho, dicho o escrito antes) se busca "vestir la estación". Reza el slogan de Radio Fórmula: "*Con las grandes personalidades*".
- 5) Poseer al equipo de comunicación ideal y someterlo a prueba. ¿Qué pretendemos decir con esto? Ni más ni menos que Rogerio Azcárraga está armando a su "*dream team*" o grupo de ensueño en la radio, para presentarlo próximamente en sus canales de televisión ya que: "... Radio Fórmula se lanzará a la conquista del sistema de cable a través de tres canales, denominados hasta ahora como Telefórmula Noticias, Telefórmula Entretenimiento y otro que será combinado. El presidente de la empresa radiofónica indicó que producirán diversos programas con la presencia de personalidades de la comunicación en noticias, finanzas y entretenimiento. Radio Fórmula incursiona en este terreno para realizar su propia producción y evitar la importación de programas. No podemos dejarnos dominar con la programación hecha en Miami, ni permitir que la noticia venga de CNN en Español..." (56)

55) Fuente: testimonio de Erasmo del Real Camacho, locutor del 1500 A.M. Entrevista realizada en la cabina de transmisión de la emisora el 4/Nov/99.

56) De León, Angélica. "Radio Fórmula producirá en cable". Reforma. México, D.F., 5/Nov/99. p 11E

**ANÁLISIS PROGRAMÁTICO DE RADIO FORMULA 1500 A.M. EN LOS ÚLTIMOS MESES DE 1999. MAYO – DICIEMBRE.**

En los últimos meses del año 1999 la emisora 1500 A.M. no tuvo variaciones significativas, solamente se registró un par de cambios en el horario de 4 pm a 6 pm. con la salida de Alma Elena Quintana y su programa "Dimes y diretes" que pasa ahora los fines de semana. Asimismo salió del aire la 2ª emisión de Eduardo Ruiz Healy.

Los anteriores horarios son cubiertos actualmente por Jaime Almeida y su programa "De sobremesa", quedando ahora la programación 1500 en el siguiente orden.

PROGRAMAS  
1500 A.M.

HORARIO		CONDUCTOR (ES)		CONTENIDO
00:00	00:05	VIVA LA NOCHE	ERASMO DEL REAL / EDGAR OLIVARES	MUSICAL, ÉXITOS EN ESPAÑOL. AÑOS 70'S, 80'S Y 90'S
05:00	06:00	BUENOS DÍAS ROCK	EDGAR OLIVARES SANDOVAL	ROCK AND ROLL EN ESPAÑOL DE LOS AÑOS 60'S
06:00	09:30	EDUARDO RUIZ HEALY	EDUARDO RUIZ HEALY	NOTICARIO MATUTINO, ENTREVISTAS, ANÁLISIS POLÍTICO Y FINANCIERO
09:30	12:00	KELLY, LAMMOGLIA Y LA FAMILIA	PATRICIA KELLY Y ERNESTO LAMMOGLIA	TERAPIA PSICOLÓGICA PARA LA FAMILIA Y LA PAREJA
12:00	13:00	HABLAR POR HABLAR	JUAN JOSE ORIGUEL	REVISTA ESPECTACULOS Y ENTREVISTAS
13:00	14:00	EN VOZ ALTA 1ª EMISIÓN	FLOR BERENGUER	ENTREVISTAS A PROTAGONISTAS DE LA POLÍTICA, CULTURA, RELIGIÓN Y OTROS
14:00	15:30	FORMULA FINANCIERA	MARICARMEN CORTES	ANÁLISIS FINANCIERO NACIONAL
15:30	16:00	ENTRE LINEAS	ALBERTO BARRANCO	ECONOMÍA Y FINANZAS
16:00	18:00	DE SOBREMESA	JAIME ALMEIDA	REVISIÓN DE LOS DIFERENTES GÉNEROS MUSICALES, ÉPOCAS, ARTISTAS Y GRUPOS CONSAGRADOS
18:00	20:00	EN VOZ ALTA 2ª EMISIÓN	FLOR BERENGUER	ENTREVISTAS A PROTAGONISTAS DE LA POLÍTICA, CULTURA, RELIGIÓN Y OTROS
20:00	20:30	PENSÁNDOLO BIEN	FROYLAN LOPEZ NARVAEZ Y CARLOS MARIN	POLÍTICA Y CULTURA
20:30	21:00	A DOS TINTAS	ENRIQUE CAMPOS Y SERGIO MARTINEZ CHAVARRIA	POLÍTICA Y ANÁLISIS FINANCIERO
21:00	22:00	LOS AMOS DE LA NOCHE	CRISTINA PACHECO	ENTREVISTAS A LAS PERSONALIDADES QUE LABORAN POR LA NOCHE Y LA MADRUGADA
22:00	23:00	SEPTIMO SENTIDO	PATRICIA KELLY	LA SEXUALIDAD EN LA PAREJA
23:00	24:00	BIO-NATURA	ABEL CRUZ	MÉDICO-NATURISTA

Director Artístico Sr. Humberto Cantú Ramírez.

### 3.3 FUNCIONES DE LOCUTORES Y COMENTARISTAS EN RADIO FORMULA 1500 A.M.

En sus artículos 4º y 5º la Ley Federal de Radio y Televisión menciona a la radio como un vehículo de interés público con funciones sociales específicas. Veamos que dicen ambos artículos:

"Artículo 4º. La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla, para el debido cumplimiento de su función social.

Artículo 5º La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana". (57)

Se entiende entonces, según la visión de los diferentes autores funcionalistas de la comunicación, entre ellos McCormack que: "la función que cumplen los medios de comunicación en los Estados consiste en integrar y socializar, pero no a consecuencia del fracaso de otras instituciones". (58)

A su vez Harold Lasswell elaboró una lista de las funciones básicas que a su consideración realizan los medios de comunicación y entre los que destacan: "el abastecimiento de información, los comentarios interpretativos que ayudan a dar sentido a la información, fragmentaria, así como a la creación del consenso; la difusión de símbolos y valores culturales esenciales para la identidad y continuidad de la sociedad. Wright partió de este esquema básico y agregó *el entretenimiento* que sirve de merecido premio, descanso y relajación, facilita a las personas afrontar los problemas de la vida real". (59) y diría Mendelson, con el entretenimiento las sociedades pueden eludir la descomposición.

57) González Alonso, Carlos. El Guión. Editorial Trillas, México. 1984 p.47

58) McQuail, Denis *Op. Cit.*, p.94

59) *Ibid.* p.95

En radio, locutores y comentaristas se deben a funciones, las cuales parecen quedar perfectamente subdivididas entre uno y otro, de acuerdo al esquema propuesto por Lasswell en el párrafo anterior. El locutor, sobre todo el comercial y musical es el encargado del entretenimiento, la parte que se ocupa de ofrecer momentos de esparcimiento para los radioescuchas.

Mientras que los comentaristas interpretan la información resaltando los valores de la comunidad, intentan consensar a la comunidad a través de sus reflexiones y haciendo hincapié en las normas establecidas, las leyes de la sociedad. Señalan lo que de acuerdo a un régimen está bien hecho y lo que está fuera del orden social. Sin duda locutores y comentaristas ejecutan funciones de socialización.

### **3.3.1 EL LOCUTOR: FUNCIONES.**

Los locutores, que hasta finales de 1996 eran los responsables y titulares del micrófono en Radio Fórmula 1500 A.M., han reducido sus funciones considerablemente en 1999. El locutor que anteriormente animaba la transmisión radial con su voz, alegría, ocurrencias, complacencias musicales y comentarios triviales de los cantantes y melodías del momento, así como de las situaciones cotidianas, ahora disminuye su participación, al grado que a veces se hace "invisible" en algunos programas de la estación.

Rodrigo Ruiz, locutor del 1500 A.M. desde el año de 1995 reflexiona y asegura con tristeza: "Es muy lamentable la actividad del locutor, con relación a lo que desempeñábamos cuando el formato era musical, a lo que siempre hemos hecho, hoy en día nos abocamos a apoyar a los comentaristas diciendo algunas frases de los programas que ellos manejan, dando los números telefónicos y sólo los fines de semana tenemos más espacio para conducir por nuestra propia cuenta, ya que los sábados y domingos la programación es musical". (60)

60) Fuente: Rodrigo Ruiz. Locutor de estudio en el 1500 A.M. desde 1995 Entrevista realizada en los estudios de Radio Fórmula. Privada de Horacio 10 Polanco. México, D.F 4/nov.199.

Efectivamente los fines de semana son musicales, pero ya existe la amenaza latente de que también en esos días se incluirán programas netamente hablados, esto para no perder la continuidad de las emisiones de lunes a viernes. Y es que de hecho se están vendiendo las emisiones a toda la República Mexicana en paquetes anunciados de manera atractiva por ser de lunes a domingo y con la presencia de las grandes figuras de la Cadena Radio Uno 1500 A.M.

A continuación enlistamos, las funciones que realiza el locutor del 1500 A.M.

De lunes a viernes:

- Presenta el programa y lo despide (esta presentación puede ser grabada o en vivo).
- Anuncia y da los pases a corte comercial y regreso.
- Ofrece al público los números telefónicos, fax y correo electrónico.
- A veces lee las llamadas telefónicas del auditorio para que los comentaristas, invitados y el titular del programa respondan den respuestas a las llamadas y agradezcan las mismas.
- En ocasiones si algún comentarista o todos los que participan en un programa dado no han llegado, pues suele suceder, el locutor entra de "relleno" o en aquellas situaciones en donde un comentarista se encuentra solo el locutor entra para "darle juego" Dice Rodrigo Ruiz: "nos convertimos en el ajonjolí de todos los moles y eso no se vale".
- También son funciones de los locutores asistir y conducir eventos de la organización en la calle o en salones especiales. Por ejemplo cuando un programa cumple años de transmisión, se organiza un evento musical y el locutor lo anima y presenta, por supuesto.
- Ocasionalmente graba el corporativo, que es un pequeño resumen informativo transmitido por todas las emisoras de la estación cada hora a la hora y regularmente dicho espacio está patrocinado.

Sábados y domingos la programación musical permite mayor participación a los locutores y sus funciones ahí se basan en anunciar, comentar acerca de las llamadas y peticiones hechas por el auditorio, dar la hora, la temperatura y animar la transmisión.



### 3.3.2 EL COMENTARISTA: FUNCIONES.

Las funciones de los comentaristas en el 1500 A.M. les confieren una responsabilidad muy grande, quizá mayor a la de los locutores, puesto que a estos se les permite (digámoslo así) equivocarse en sus apreciaciones cuando emiten un comentario. El locutor puede hacer de un comentario trivial una broma intencional o disfrazada. No obstante el comentarista debe ser más objetivo y fiel en su análisis al momento de pasar por las ondas hertzianas.

Jorge Manuel Hernández, locutor y comentarista de Radio Fórmula, con una trayectoria impresionante y reconocida en todo el medio radiofónico desde 1949 menciona: "la responsabilidad del comentarista es enorme porque muchas veces nuestros comentarios influyen positiva o negativamente en las personas que nos están escuchando y nuestra función es comentar de la manera más neutral y serena posible, ya las conclusiones que las saque cada una de las personas del auditorio". (61)

Entonces en este punto coinciden varios comentaristas de la radio, entre ellos: León Michel, Aldo Fernández, Paty Kelly, Mauricio Hernández y Jorge Gutiérrez Zamora que la función clave de los comentaristas es la de la lectura y la preparación constante, aderezado con plena objetividad. Amén desde luego de las exigencias de dicción, entonación y claridad de voz que suelen ser más bien cuestiones de carácter técnico.

La finalidad primordial del comentarista es emitir un juicio de opinión con todos los fundamentos que le permitan emerger en la radio como una fuente de razón y verdad, "sino tu opinión es muy vaga y serás una persona que solo abre la boca por abrirla. Hay que prepararse, investigar, trabajar, ir al fondo de la realidad del asunto, profundizar en el tema, empaparte de él; porque entre más conozcamos se puede dar una mejor opinión". (62) Esta reflexión nos la brinda Aldo Fernández comentarista deportivo con diez años en los micrófonos de Radio Fórmula 1500 A.M.

61) Fuente: Jorge Manuel Hernández comentarista y locutor desde hace 50 años, 11 de ellos en Organización Radio Fórmula. Entrevista realizada en su cabina de transmisión del 14-70 A.M 13/nov./1999.

62) Fuente: Aldo Fernández Gris. Comentarista deportivo en ORF desde 1989. Entrevista realizada en Privada de Horacio 10 Polanco México, D.F. 16/nov/1999

Pero he aquí que para hablar de esa objetividad y lograr que las funciones del comentarista tengan efecto, se requiere no exclusivamente fluidez en idea y palabra, sino también es indispensable que el concesionario de la radio no limite su expresividad.

En Radio Fórmula hoy se respiran momentos interesantes a propósito de libertad de expresión, gracias a la convicción del presidente de la emisora de abrir sus señales a comentaristas de diversas corrientes de pensamiento y a las temáticas más inverosímiles que hasta hace no mucho tiempo pudiera imaginarse alguien escuchar por la radio mexicana.

Patricia Kelly, conductora del programa más exitoso, en cuanto a ratings, en el 1500 A.M., emisión que aborda sin rodeos la problemática familiar y la sexualidad, constata la libertad de expresión que ella misma dice sentir en su segmento de 9:30 a 12:00.

"Con Rogerio Azcárraga no he sufrido ningún tipo de censura, ni llamada de atención, ni jamás se me ha dicho 'usted no habla de esto o no toca lo otro'. Ha habido un avance, tanto en la apertura de la radio como en la aceptación de la gente. A fuerza de tratar el tema con respeto y contar con el apoyo de profesionales, terapeutas, médicos, sexólogos, el público comenzó a brindarnos su confianza, a perderle el miedo a las palabras". (63)

La constante en los comentaristas debe ser la honestidad al juzgar los acontecimientos de la vida diaria; política, económica, deportiva, sexual, artística con *el derecho de hablar siempre con apego al derecho\**

63) Galicia Miguel, Renato. "Que la información sexual no sea privilegio de minorías". El Financiero. México, D.F., 22/nov./1999.

\* Frase de la Asociación Nacional de Locutores de México

### 3.4 OPINION.

Los apartados subsecuentes procurarán plasmar las opiniones de los diferentes actores que en este trabajo abordamos, entre ellos, por supuesto, locutores, comentaristas y público en general. Es de suma importancia recoger su punto de vista para valorar el peso práctico de la presente tesina.

#### 3.4.1 OPINION DE LOCUTORES.

El título de esta tesina: "El Desplazamiento de Locutores por Comentaristas en Radio Fórmula 1500 A.M." sugiere por obviedad una afectación directa a los locutores en su fuente de trabajo, ellos han sido –aparentemente- los principales perjudicados con las transformaciones en los formatos que han ido de lo musical a lo hablado.

Decimos en apariencia porque así como los cambios registrados en la emisora 1500 A.M. implican reducir significativamente las labores que hasta no hace mucho tiempo ejecutaban los locutores, dicha situación los coloca en una posición afortunada para, si así lo desean, intentar escalar otros niveles de profesionalización dentro del amplio universo de la locución.

Y bien ¿cuál es la apreciación del cuerpo de locutores que componen la emisora, qué piensan ellos en cuanto al nuevo perfil, existe desplazamiento de locutores, funcionan los nuevos programas de formato hablado y los comentaristas contratados, cómo sienten al auditorio? En fin es el momento de sondear a los actores del micrófono.

Para este apartado se realizó entrevista directa a todos y cada uno de los locutores de la estación 1500 A.M. en la cual pudimos advertir similitudes en las respuestas de la mayoría de ellos. Observemos a continuación los puntos temáticos que destacan los locutores cuando se refieren al momento que viven en su fuente de trabajo.

El cuerpo de locutores del 1500 A.M. está comprendido por seis locutores de base y un suplente, en total suman siete elementos con un promedio de edad de 32 años.

Para iniciar el siguiente sondeo, nos remitimos a preguntas muy concretas que van desde los motivos que los locutores consideran fueron determinantes para cambiar el formato de musical a hablado, si los cambios han sido benéficos para la empresa, si sienten que sus actividades profesionales disminuyeron para con la estación. Así como nos es de suma importancia conocer si a los locutores les complaciere realizarse como comentaristas.

Las respuestas que recogimos del cuerpo de locutores del 1500 A.M., en cuanto al cambio de programación de musical a hablada y por consiguiente la contratación de comentaristas reconocidos en el medio, se circunscriben en cinco aspectos claves los cuales enumeramos a continuación:

1. Elevar las ventas de la emisora.
2. Obtener poder político.
3. Aumentar el rating.
4. Ser un canal que reciba las denuncias públicas.

En cuanto a los motivos del cambio de programación existe el consenso y la conciencia plena de los locutores que Radio Fórmula primero que nada es una empresa, es un negocio y **lo prioritario es vender más**, ¿de qué manera se vende más? Humberto Cantú, quien es locutor y director artístico de la emisora lo explica así: " El producto radiofónico se vende más si se maneja en un espacio con gente que tiene cierto nombre, cierto prestigio y se piensa que el cliente opta por el espacio del comentarista ya conocido pues te viste mejor. Y no hay duda que la estación está vendiendo en mayor volumen su comercialización, si bien los niveles de audiencia se mantienen mas o menos igual que antes". (64)

64) Entrevista realizada al Sr.Humberto Cantú Ramírez, locutor y director artístico de la emisora 1500 A.M., en las instalaciones de Organización Radio Fórmula de la Ciudad de México el 17 de noviembre de 1999

La cuestión monetaria parece ser que lo justifica todo en una empresa, cualquier modificación va avalada cuando de elevar las ventas se trata. La idea de los directivos de la estación es que vende más una personalidad reconocida y mejor aún, si dicha personalidad ya es identificada por el auditorio por haber aparecido en las pantallas televisivas en alguna ocasión.

Rodrigo Ruiz, locutor del 1500 A.M., traslada este fenómeno incluso al renglón de los comerciales, cuando asegura: "los actores se apoyan en su imagen y voz para hacer anuncios, doblajes, comentarios y en ocasiones los beneficios de contar en tu programación o alineación radial con personas de todos conocidas genera beneficios más redituables".

Líneas anteriores se mencionó en este trabajo la importancia del **poder político** como una de las razones importantes para efectuar los cambios en el perfil y la programación de las emisoras de Radio Fórmula y no nos referimos precisamente a que Rogerio Azcárraga quiera acceder a un puesto de elección popular, pero sí a tener en sus filas a comunicadores de verdadero peso e influencia entre el auditorio así como en la crítica y preferencia de las estructuras del gobierno.

De tal forma que ésta es la manera de demostrar poder desde los medios sin ser el mismo Azcárraga, precisamente, el que se involucre emitiendo juicios de opinión ante los micrófonos, sino al contrario pone al frente al equipo de comentaristas que ha logrado conjuntar mediante jugosas contrataciones.

Baste mencionar tan sólo al doctor Ernesto Lammoglia, quien por cierto en su emisión radial de corte psicoanalítico, se sumerge en temas netamente políticos. Realiza una mezcla interesante de orientación, ayuda psicológica y denuncia social al dar respuestas y soluciones a su auditorio haciendo una simetría genial entre las negligencias, corrupciones y abusos de poder y la problemática de pareja e intrafamiliar que se vive en México.

José Luis Moreno locutor con antigüedad de cinco años en la organización afirma: "Ahora la gente, los mismos medios de la competencia ubican a Radio Fórmula como uno de los más conocidos, poderosos y que tienen la mayor cantidad de comunicadores".

Por su puesto que no es solamente el poderío que como empresa pueda tener una organización **el rating** también marca la pauta de manera indispensable en una emisora de radio como Radio Fórmula, sus directivos lo saben y se preocupan por ese aspecto.

La idea del señor Azcárraga es la de elevar ventas y rating, siendo esta la combinación perfecta para una estación radial, la inserción de programas hablados con comentaristas de prestigio suena a la clave perfecta para lograr esos objetivos. Sin embargo ventas mayores de comercialización si se han observado pero el rating no resulta del todo convincente a casi 2 años de realizarse el cambio de formato en el 1500 de Amplitud Modulada.

El director artístico de la propia emisora, Humberto Cantú se muestra severo en su apreciación al apuntar: " Con relación al rating, con el cambio de programación a espacios hablados la estación ha funcionado tan sólo en algunos programas: el de Paty Kelly y Ernesto Lammoglia, o el de Juan José Origuel titulado "Hablar por hablar" y un tanto con Fior Berenguer en su emisión "En voz alta". Insisto en materia de rating y sin afán de ofender a ninguno de los otros conductores los demás programas no valen la pena. Después de las 2 de la tarde el rating del 1500 A.M. se cae y no tenemos nada".

En el apartado 3.5 (Infra) revisaremos con mayor nitidez los puntos de rating que alcanzan los programas de la emisora 1500 A.M. en el último semestre de 1999. Y evaluaremos si en la categoría de audiencia valió la pena la transformación de los contenidos y el nuevo perfil programático.

Hablemos ahora del 1500 A.M. como el **canal de denuncias públicas**, otra de las razones del cambio de formato manifestado por locutores de la estación. Para algunos miembros del cuerpo de locutores la alteración en el formato tiene mucho que ver con la

Función social de los medios de ser una vía, un escaparate a las demandas de la población al ofrecer respuesta a sus peticiones de un mejor nivel de vida. El público exige que le reporten en qué se gasta el gobierno local y federal sus impuestos, que respondan a sus problemas urbanos entre los que destacan los servicios de seguridad, agua, luz, los abusos de las autoridades, en fin, Radio Fórmula intenta izar la bandera de receptor de denuncias ciudadanas para que el auditorio tenga la sensación de que se le escucha – aunque no siempre se dé respuesta a sus peticiones o demandas -.

Erasmus del Real señala directamente a la crisis económica y social como la culpable y a la sociedad como la ejecutante de los cambios, para él: " la misma sociedad ha impulsado más a la reflexión, la crítica, ahora se dicen en radio cosas que antes no nos atrevíamos a expresar. Pero la crisis nos hace abrir los ojos y exclamar un ya basta, querer quejarnos, alzar nuestra voz a través de los medios que estén a nuestro alcance como la radio. El auditorio a orillado a los medios a abrirse, entre ellos al 1500".

Tomás Luna, integrante del equipo de locutores, se refiere al cambio de programación de musical a hablada como: "...a la fiebre que se vivió y viene directamente de los sismos de 1985. Radio Fórmula los sufrió en carne propia al derrumbarse gran parte de sus instalaciones, la estación tuvo que abrir espacios y micrófonos para que la gente supiera de sus familiares. Entonces Radio Fórmula se convirtió en esos días del terremoto en una estación con características de un verdadero servicio social (65)

Sin duda, en Radio Fórmula se respira un proceso de expansión muy fuerte el cual pretende colocar a la Organización como una de las empresas de comunicación más importantes y hacer de ella la Primera Cadena Nacional de Radio totalmente hablada conjuntando a un equipo de conductores de calidad probada en los medios.

Proceso que se observa tanto en el 1500 de Amplitud Modulada como en otras tres de las cinco emisoras de la Estación: 970 A.M., 103.3 F.M. y 1470 A.M.

65) Conversación con Tomás Luna Vázquez, locutor del 1500 desde 1985. Entrevista ofrecida el 6 de diciembre de 1999 desde los estudios de Radio Fórmula.

Existe una voz casi general entre los locutores de Radio Fórmula 1500 A.M. en el sentido de que hay desplazamiento por parte de los comentaristas, aluden a que sus actividades ya no son las mismas, se han visto disminuidas. Ahora, dice Rodrigo Ruiz, los locutores participamos solo en algunos programas anunciando los teléfonos, el número de fax y el correo electrónico. En fin de semana es cuando tenemos mayor participación pues los programas en sábado y domingo, hasta ahora, son musicales.

Para Humberto Cantú los locutores han sido desplazados, "Lamentablemente tenemos que aceptarlo pues contamos con locutores que dentro de la programación musical registraron buenos niveles de audiencia y hoy no tienen participación alguna. La empresa y el mismo sindicato deberían apoyar a los locutores, tomarlos en cuenta para inmiscuirlos más en los programas hablados. Se tiene la experiencia pero se requiere el apoyo de los directivos".

De los siete locutores que componen a la estación 1500 A.M., sólo un locutor (Erasmus del Real) considera que no han sido desplazados: "las funciones que realizan actualmente los locutores son las que debe ejecutar un locutor", dice. Pero también es verdad que Erasmus del Real es el único locutor del equipo que no le afectó el cambio, pues él continúa en su turno de madrugada con su programación musical normal ahí no incluyeron a comentarista alguno.

Es de suma importancia destacar un aspecto en el cual se presenta consenso entre los locutores de la estación y es en el deseo de convertirse en comentaristas, efectivamente nadie de ellos dudó en reconocer su anhelo de ser comentarista; en estos momentos valoran más que nunca ascender a esa categoría.

Debemos anotar la conciencia manifiesta de los locutores cuando se refieren a este nivel profesional que es el del comentarista, saben bien que ello implica un grado de especialización temática muy especial. El ser comentarista requiere un grado de preparación profundo. Es otra rama del amplio mundo de la locución.



### 3.4.2 OPINION DE COMENTARISTAS.

Los comentaristas de Radio Fórmula se han convertido en la columna vertebral de la estación, el cambio en el formato de musical al hablado así lo manifiesta. Por ello nos dimos a la tarea de recoger en el siguiente subapartado algunas de sus impresiones.

Entrevisté a 5 comentaristas de la Organización, tres de ellos precisamente del 1500 A.M. y dos del 1470 A.M., de cuyas entrevistas pudimos extraer los puntos de vista de:

- 1) Jorge Manuel Hernández, titular del programa: "Ustedes y nosotros" se transmite por el 1470 A.M. de 00:00 a 05:00 a.m.
- 2) Aldo Fernández Gris. Comentarista deportivo que participa en varios programas entre ellos: "La Fórmula es...", "Palco Deportivo" y el noticiario de "Eduardo Ruiz Healy". Además de realizar los corporativos de la estación con información deportiva.
- 3) Patricia Kelly, conduce la emisión: "Kelly, Lammoglia y la Familia" en horario de 09:30 a 12:00 p.m. por el 1500 de A.M.
- 4) León Michel. Colaborador en el segmento: "Ensalada de Lechuga", de 6 a 7 a.m. y transmite por el 1470 A.M.
- 5) Jorge Gutiérrez Zamora: quien conduce los fines de semana una emisión que lleva su nombre: "El Show de Jorge Gutiérrez Zamora", el horario es de 06:00 a 09:00 A.M. sábados y domingos.

A continuación adjuntamos la guía de entrevistas que se utilizó como apoyo para realizar los sondeos de opinión a todos y cada uno de los comentaristas anteriores, cuyo promedio de edad es de 46 años.

## Guía de entrevista para comentaristas.

Nombre \_\_\_\_\_

Programa \_\_\_\_\_

Antigüedad como comentarista \_\_\_\_\_

Nivel profesional \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

- 1) ¿Qué significa ser comentarista de radio?
- 2) ¿Según su opinión cuál es la diferencia entre locutor y comentarista?
- 3) ¿Cuáles son las funciones del comentarista?
- 4) ¿Cuál es su definición de comentario?
- 5) ¿Cómo se prepara usted para elaborar sus comentarios?
- 6) ¿Cómo elige el tema a tratar en su programa?
- 7) ¿A qué se debió el cambio de formato de musical a formato hablado en el 1500 A.M.?
- 8) ¿Cree usted que actualmente se le esté dando prioridad a los comentaristas sobre los locutores en la radio mexicana, principalmente en el 1500 A.M.?
- 9) ¿Funciona el cambio, se refleja en rating, ventas...?
- 10) ¿Tiene acceso a los ratings?
- 11) ¿Cree que el público está solicitando más programas radiofónicos de corte hablado?
- 12) ¿El boom de los programas hablados será duradero?
- 13) ¿Con el tiempo qué formato predominará. musical o hablado?
- 14) ¿Será verdad que muchos periodistas se están viniendo a la radio? Sí No ¿Porqué?
- 15) ¿A parte de radio, usted realiza otras actividades profesionales?
- 16) ¿Cómo llega una persona a convertirse en comentarista?
- 17) ¿Qué consejo les da a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación y en general a todos aquellos quienes pretendan convertirse en comentaristas de radio?
- 18) ¿Desea agregar algo?

## **RESULTADOS.**

Lo primero que percibimos al recabar las opiniones de los comentaristas entrevistados es la sensación de necesidad, que dicen, existe por parte del auditorio de acceder a más información en todos los sentidos; información susceptible de ser cierta, clara y si es posible que el comentarista "los lleve de la mano" para explicarles el porqué de los sucesos que se generan. Apoyar, escuchar y orientar sus inquietudes.

No hay duda que las opiniones de los comentaristas resaltan tres aspectos interesantes en sus puntos de vista en torno a la temática de la presente tesina:

El cambio de programación lo motiva el mismo auditorio gracias a su avidez de información y al mismo tiempo de querer expresar sus quejas e insatisfacciones sociales.

Se debe establecer un balance adecuado entre programación musical y hablada, no únicamente en Radio Fórmula 1500 A.M., sino en todas las estaciones de radio.

El cambio obedece a la apertura en dos vertientes. Que el radioescucha pueda manifestar sus dudas, demandas y solicitar información. A su vez los comentaristas tendrán mayor libertad de expresión.

Pero la información, explicación, opinión, rechazo o aceptación que emiten en sus juicios los comentaristas, ante los micrófonos, se circunscribe a todos los ámbitos del quehacer humano: político, tecnológico, gastronómico, artístico, deportivo, sexual...

Por ejemplo Patricia Kelly quien conduce el programa de mayor rating en el 1500 (Ver Infra 3.5), asevera: "El cambio es producto de la apertura misma que se vive hoy en la radio, cada vez se puede hablar más libremente, hay menos censura que en la televisión. En mi caso yo manejo un programa con carga sexual, pero bien apoyado por profesionales y con todo el respeto al auditorio. Nunca he tenido problemas, Rogerio Azcárraga jamás me ha censurado. Entonces hay que aprovechar el momento ideal que vive la radio para la información sexual". (66)

Paty Kelly, como se le conoce en el medio radiofónico, nos cuenta que ella fue locutora de cabina en Radio Educación por más de 15 años, trabajaba al estilo clásico del locutor que cubre turno, presentaba temas musicales, leía boletines informativos, pero por la naturaleza de Radio Educación continuamente era enviada a recitales, conferencias, exposiciones y todo tipo de eventos ilustrativos que corresponden al área de transmisión de esa emisora.

66) Charla con Patricia Kelly en la cabina de Radio Fórmula 1500 A.M. 15/Dic/1999.

Con esta fuente de conocimiento adquirida y su gusto y voluntad por investigar y estudiar, pero también con una dosis empírica, Paty Kelly se hizo psicóloga (ya que su profesión es la de Licenciada en Ciencias de la Comunicación egresa de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM). Hoy en día esos conocimientos los utiliza para ser una comentarista que orienta al auditorio en materia familiar, sexual y en problemas de pareja. Paty nos deja claro que el locutor debe prepararse en la teoría y en la práctica para lograr el reconocimiento de los jefes, pero principalmente del auditorio, como comentarista.

Jorge Manuel Hernández, comentarista de Radio Fórmula y titular del programa: "Ustedes y nosotros", asegura que: "Radio Fórmula está marcando una nueva pauta en la comunicación. Es necesaria la participación del público y por eso se abren más espacios con programas de opinión y diálogo. Claro, por las actuales condiciones los locutores sí han sido relegados un poquito por los cambios de programación, pero no debemos tampoco abusar de los programas hablados hay que balancear. Si la programación se va hablando por más interesante que sea no pasa nada, hay que buscar horarios para lo musical y para lo hablado, no todo el día" (67)

La transformación que se vive en Radio Fórmula 1500 A.M desde 1997 está por cumplir casi tres años en el 2000, sin embargo, locutores-comentaristas como León Michel del programa: "Ensalada de lechuga", apuestan a que esto es a todas luces y por la ley de los medios de comunicación: temporal. "...el radio es cíclico, estamos en el ciclo del periodista, todo es periodístico, mañana estaremos en otro ciclo. Por ejemplo en España esta etapa de programas completamente hablados ya tiene un rato y parece que ya va a pasar y volverá un nuevo ciclo. En México sucederá igual y habrá una combinación de un comentarista y un locutor". (68)

67) Entrevista realizada en los estudios de Radio Metrópoli 14-70 a Jorge Manuel Hernández, conductor del programa "Ustedes y nosotros" .13/nov./1999.

68) Entrevista con León Michel en las instalaciones de Organización Radio Fórmula.10/Nov /99

El comentarista deportivo Aldo Fernández de programas como: "Palco Deportivo", "La Fórmula es", entre otros, expresa: "Los locutores están más identificados con la música y los anuncios comerciales, si desean catalogarse en el concepto de comentaristas es indispensable una especialización que solo te va dar la preparación constante. Un comentarista se prepara investigando, trabajando. Debemos ir al fondo de la realidad, profundizar en el tema porque entre más conozcas del tema puedes dar una mejor opinión de la noticia, de otra manera tu opinión es muy vaga y serás una persona que abre la boca por abrirla. No, hay que prepararse". (69)

Resulta significativo que ninguno de los comentaristas entrevistados menciona -como si lo hacen los locutores- que el cambio al formato hablado, responde a la política de la empresa de adjudicarse más ganancias producto de vender más altos sus espacios gracias a la imagen de los comentaristas. Cuestión que no sucede con los locutores, de igual forma es obvio que no se comparan los sueldos de locutores y comentaristas. Al comentarista titular de un programa hablado en el 1500 A.M. se le paga prácticamente lo que pida, exige condiciones especiales para él y el equipo de colaboradores que decida llevar, léase: productor, asistente, redactor, personal de relaciones humanas, lo que guste.

Para ellos no hay desplazamiento de locutores pues dicen que los locutores realizan su trabajo como deben de hacerlo, es decir, presentando el programa, grabando los spots de programas, ofreciendo los teléfonos al público y leyendo llamadas telefónicas.

Pero qué opina al respecto un locutor-comentarista como Jorge Gutiérrez Zamora, quien ha laborado en los medios por 51 años. Decimos locutor-comentarista porque inició como locutor musical de cabina en el Núcleo Radio Mil, prestó sus servicios en Grupo Radio Centro, fue conductor de emisiones en el canal 8 de Telesistema Mexicano en la década de 1970 y actualmente en Organización Radio Fórmula conduce en grado de comentarista, el programa: " El Show de Jorge Gutiérrez Zamora", aunque él se ubica mejor en la categoría de locutor, por eso con nostalgia denuncia: "Los comentaristas nos han venido, no quiero decir desplazando pero sí ahora se le da mayor preferencia a las personas que gozan de cierto nombre o prestigio". (70)

69) Entrevista realizada al comentarista deportivo Aldo Fernández. 16/Nov/1999.

70) Charla con Jorge Gutiérrez Zamora el 13 de noviembre de 1999 Estudios de Radio Fórmula 1500 A.M.

### 3.5 RATINGS DE MAYO A DICIEMBRE DE 1999.

Este apartado nos permitirá observar las cifras obtenidas en Radio Fórmula 1500 A.M. en cuanto a puntos rating se refiere. Debemos aclarar que los siguientes números los proporciona INRA (International Research México) empresa dedicada a realizar el mediómetro o índice de audiencia en la radio.

En primera instancia, proporcionamos los ratings de audiencia que registró de lunes a viernes la programación hablada del 1500 A.M. durante los meses de mayo a noviembre de 1999. Posteriormente daremos a conocer los primeros 10 lugares de audiencia en todo el cuadrante de la radio en la Ciudad de México, durante el mismo periodo; sin dejar a un lado los niveles de audiencia de las emisoras de Organización Radio Fórmula.

#### CUADRO No. 1.1

Rating global de Radio Fórmula 1500 A.M, registrado de lunes a viernes.

MAYO DE 1999			
PROGRAMA	CONDUCCION	RATING	HORARIOS
Kelly, Lammoglia y la Familia".	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	2.22	09:30 – 12:00
Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.14	06:00 – 09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel	0.81	12:00 – 13:00
"En voz alta".	Flor Berenguer	0.54	13:00 – 14:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.48	14:00 – 15:30
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer	0.37	18:00 – 20:00
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana	0.19	16:00 – 17:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco.	0.16	15:30 – 16:00
Eduardo Ruiz Healy: dice".	Eduardo Ruiz Healy.	0.14	17:00 – 18:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.11	22:00 – 23:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.08	21:00 – 22:00
"Pensándolo bien".	Froylán López y Carlos Marín.	0.07	20:00 – 20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.07	20:30 – 21:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.04	23:00 – 24:00

**CUADRO No. 1.2**

<b>JUNIO DE 1999</b>			
<b>PROGRAMA</b>	<b>CONDUCCION</b>	<b>RATING</b>	<b>HORARIOS</b>
Kelly, Lammoglia y la Familia".	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	2.22	09:30 – 12:00
Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.39	06:00 – 09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.68	12:00 – 13:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.52	14:00 – 15:30
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer	0.48	18:00 – 20:00
"En voz alta".	Flor Berenguer	0.45	13:00 – 14:00
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana.	0.26	16:00 – 17:00
Eduardo Ruiz Healy: dice".	Eduardo Ruiz Healy.	1.39	17:00 – 18:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco.	0.16	15:30 – 16:00
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.05	20:30 – 21:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.04	22:00 – 23:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.04	21:00 – 22:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.04	20:00 – 20:30
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.02	23:00 – 24:00

CUADRO No. 1.3

JULIO DE 1999			
PROGRAMA	CONDUCCION	RATING	HORARIOS
Kelly, Lammoglia y la Familia"	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	2.51	09:30 -12:00
Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.38	06:00- 09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.67	12:00- 13:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.51	14:00-15:30
"En voz alta"	Flor Berenguer	0.43	13:00-14:00
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer	0.39	18:00-20:00
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana.	0.20	16:00-17:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco..	0.18	15:30-16:00
Eduardo Ruiz Healy: dice"	Eduardo Ruiz Healy.	0.18	17:00-18:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.03	20:00-20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.03	20:30-21:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.03	21:00-22:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.03	22:00-23:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.03	23:00-24:00



**CUADRO No. 1.4**

<b>AGOSTO DE 1999</b>			
<b>PROGRAMA</b>	<b>CONDUCCION</b>	<b>RATING</b>	<b>HORARIOS</b>
"Kelly, Lammoglia y la Familia".	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	1.91	09:30-12:00
Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.03	06:00-09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.54	12:00-13:00
"En voz alta".	Flor Berenguer.	0.46	13:00-14:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.45	14:00-15:30
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana.	0.20	16:00-17:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco.	0.15	15:30-16:00
Eduardo Ruiz Healy: dice"	Eduardo Ruiz Healy.	0.14	17:00-18:00
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer.	0.14	18:00-20:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.08	22:00-23:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.07	20:00-20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.07	20:30-21:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.04	21:00-22:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.04	23:00-24:00

CUADRO No. 1.5

SEPTIEMBRE DE 1999			
PROGRAMA	CONDUCCION	RATING	HORARIOS
Kelly, Lammoglia y la Familia".	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	2.96	09:30-12:00
Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.19	06:00-09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.71	12:00-13:00
"En voz alta".	Flor Berenguer.	0.43	13:00-14:00
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer.	0.38	18:00-20:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.21	14:00-15:30
Eduardo Ruiz Healy: dice"	Eduardo Ruiz Healy.	0.16	17:00-18:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco.	0.08	15:30-16:00
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana.	0.08	16:00-17:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.07	22:00-23:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.06	20:00-20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.06	20:30-21:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.01	21:00-22:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.01	23:00-24:00

CUADRO No. 1.6

OCTUBRE DE 1999			
PROGRAMA	CONDUCCION	RATING	HORARIOS
Kelly, Lammoglia y la Familia	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	2.62	09:30-12:00
Eduardo Ruiz Healy	Eduardo Ruiz Healy.	1.45	06:00-09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.59	12:00-13:00
"En voz alta".	Flor Berenguer.	0.42	13:00-14:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.37	14:00-15:30
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer.	0.19	18:00-20:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco..	0.12	15:30-16:00
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana.	0.12	16:00-17:00
"Eduardo Ruiz Healy: dice".	Eduardo Ruiz Healy.	0.12	17:00-18:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.04	20:00-20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.04	20:30-21:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.04	22:00-23:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.02	21:00-22:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.01	23:00-24:00

CUADRO No. 1.7

NOVIEMBRE DE 1999			
PROGRAMA	CONDUCCION	RATING	HORARIOS
Kelly, Lammoglia y la Familia"	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	2.86	09:30-12:00
Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.13	06:00-09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.53	12:00-13:00
"Fórmula Financiera".	Maricarmen Cortés.	0.37	14:00-15:30
"En voz alta"	Flor Berenguer.	0.36	13:00-14:00
"Dimes y diretes".	Alma Elena Quintana.	0.17	16:00-17:00
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer.	0.16	18:00-20:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco..	0.13	15:30-16:00
"Eduardo Ruiz Healy: dice".	Eduardo Ruiz Healy.	0.09	17:00-18:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.04	20:00-20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.04	20:30-21:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.04	22:00-23:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.04	21:00-22:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.04	23:00-24:00

CUADRO No. 1.8

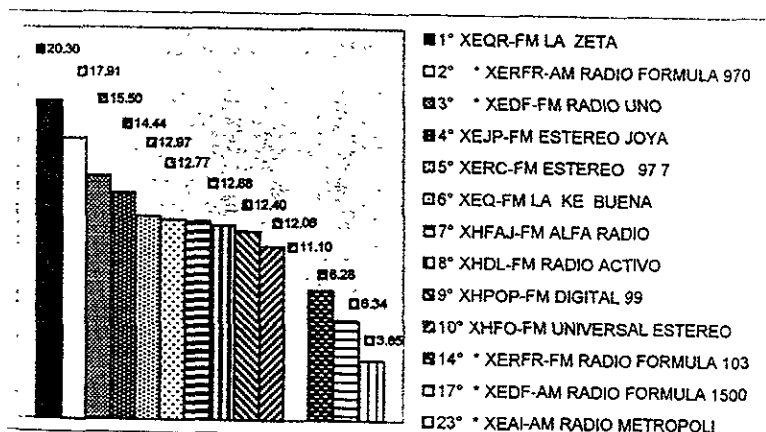
DICIEMBRE DE 1999			
PROGRAMA	CONDUCCION	RATING	HORARIOS
"Kelly, Lammoglia y la Familia"	Paty Kelly y Ernesto Lammoglia	3.21	09:30-12:00
"Eduardo Ruiz Healy".	Eduardo Ruiz Healy.	1.18	06:00-09:30
"Hablar por hablar".	Juan José Origuel.	0.71	12:00-13:00
"En voz alta".	Flor Berenguer.	0.37	13:00-14:00
"Sobremesa".	Jaime Almeida.	0.34	16:00-18:00
"FórmulaFinanciera".	Maricarmen Cortés.	0.29	14:00-15:30
"En voz alta 2ª. Emisión".	Flor Berenguer.	0.16	18:00-20:00
"Entre líneas".	Alberto Barranco..	0.09	15:30-16:00
"Pensándolo bien".	Froylán López Narváez.	0.03	20:00-20:30
"A dos tintas".	Enrique Campos.	0.03	20:30-21:00
"Los amos de la noche".	Cristina Pacheco.	0.00	22:00-23:00
"Séptimo sentido".	Patricia Kelly.	0.00	21:00-22:00
"Bionatura".	Abel Cruz.	0.00	23:00-24:00

CUADRO No. 2.1

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD.DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN MAYO DE 1999

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts
1°	XEQR-FM	LA ZETA	20.30
2° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	17.91
3° *	XEDF-FM	RADIO UNO	15.50
4°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	14.44
5°	XERC-FM	ESTEREO 97 7	12.97
6°	XEQ-FM	LA KE BUENA	12.77
7°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	12.68
8°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	12.40
9°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	12.06
10°	XHFO-FM	UNIVERSAL ESTEREO	11.10
14° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	8.28
17° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	6.34
23° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	3.85

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula

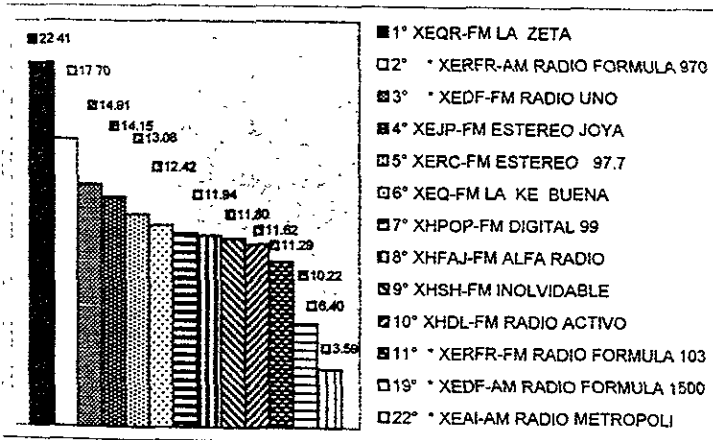


CUADRO No. 2.2

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD.DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN JUNIO DE 1999.

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts
1°	XEQR-FM	LA ZETA	22.41
2° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	17.70
3° *	XEDF-FM	RADIO UNO	14.91
4°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	14.15
5°	XERC-FM	ESTEREO 97.7	13.08
6°	XEQ-FM	LA KE BUENA	12.42
7°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	11.94
8°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	11.80
9°	XHSH-FM	INOLVIDABLE	11.62
10°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	11.29
11° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	10.22
19° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	6.40
22° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	3.59

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula

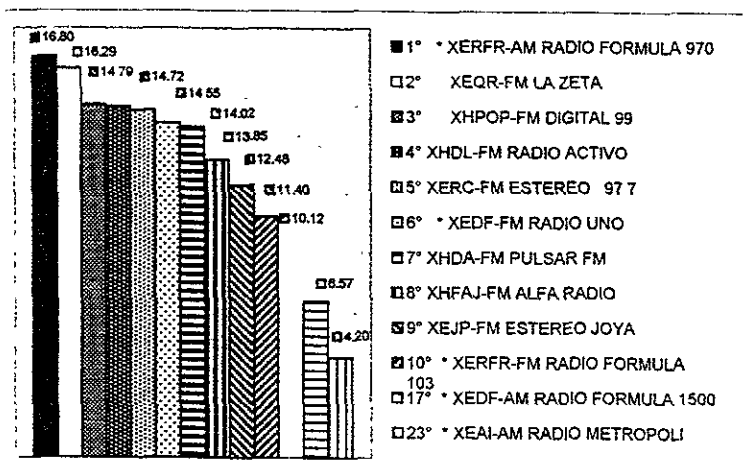


CUADRO No. 2.3

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD.DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN JULIO DE 1999.

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts.
1° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	16.80
2°	XEQR-FM	LA ZETA	16.29
3°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	14.79
4°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	14.72
5°	XERC-FM	ESTEREO 97 7	14.55
6° *	XEDF-FM	RADIO UNO	14.02
7°	XHDA-FM	PULSAR FM	13.85
8°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	12.48
9°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	11.40
10° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	10.12
17° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	6.57
23° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	4.20

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula



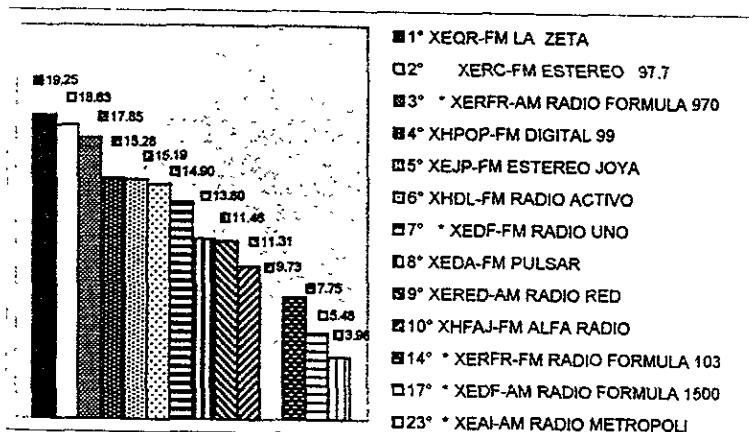


CUADRO No. 2.4

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN AGOSTO DE 1999.

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts.
1°	XEQR-FM	LA ZETA	19.25
2°	XERC-FM	ESTEREO 97.7	18.63
3° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	17.85
4°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	15.28
5°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	15.19
6°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	14.90
7° *	XEDF-FM	RADIO UNO	13.80
8°	XEDA-FM	PULSAR	11.46
9°	XERED-AM	RADIO RED	11.31
10°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	9.73
14° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	7.75
17° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	5.48
23° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	3.96

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula

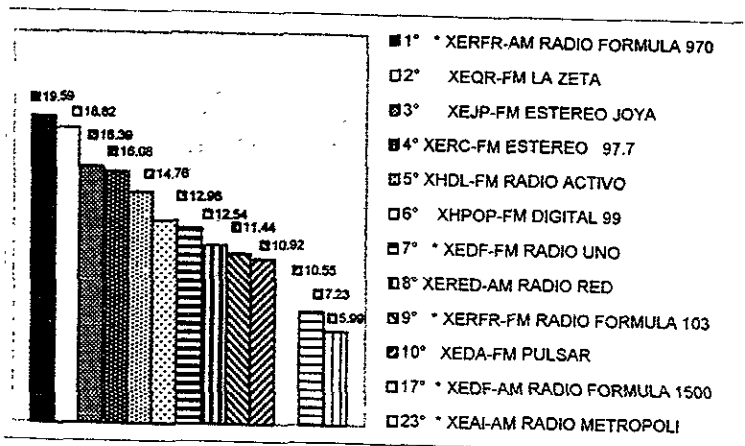


CUADRO No. 2.5

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD.DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN SEPTIEMBRE DE 1999

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts
1° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	19.59
2°	XEQR-FM	LA ZETA	18.82
3°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	16.39
4°	XERC-FM	ESTEREO 97.7	16.08
5°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	14.76
6°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	12.96
7° *	XEDF-FM	RADIO UNO	12.54
8°	XERED-AM	RADIO RED	11.44
9° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	10.92
10°	XEDA-FM	PULSAR	10.55
17° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	7.23
23° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	5.99

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula

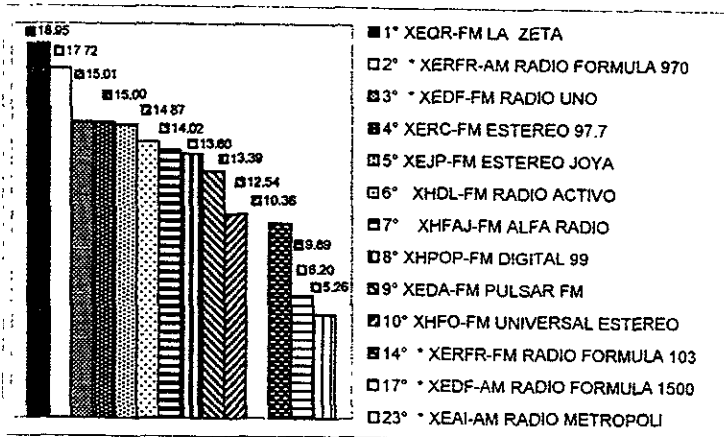


CUADRO No. 2.6

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN OCTUBRE DE 1999

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts.
1°	XEQR-FM	LA ZETA	18.95
2° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	17.72
3° *	XEDF-FM	RADIO UNO	15.01
4°	XERC-FM	ESTEREO 97.7	15.00
5°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	14.87
6°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	14.02
7°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	13.60
8°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	13.39
9°	XEDA-FM	PULSAR FM	12.54
10°	XHFO-FM	UNIVERSAL ESTEREO	10.36
14° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	9.89
17° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	6.20
23° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	5.26

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula

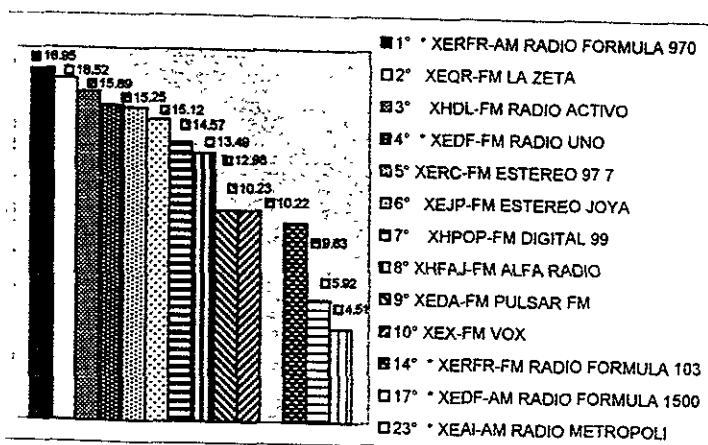


CUADRO No. 2.7

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL EN LA CD.DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO, EN NOVIEMBRE DE 1999.

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts.
1° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	16.95
2°	XEQR-FM	LA ZETA	16.52
3°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	15.89
4° *	XEDF-FM	RADIO UNO	15.25
5°	XERC-FM	ESTEREO 97 7	15.12
6°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	14.57
7°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	13.49
8°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	12.98
9°	XEDA-FM	PULSAR FM	10.23
10°	XEX-FM	VOX	10.22
14° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	9.63
17° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	5.92
23° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	4.51

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula

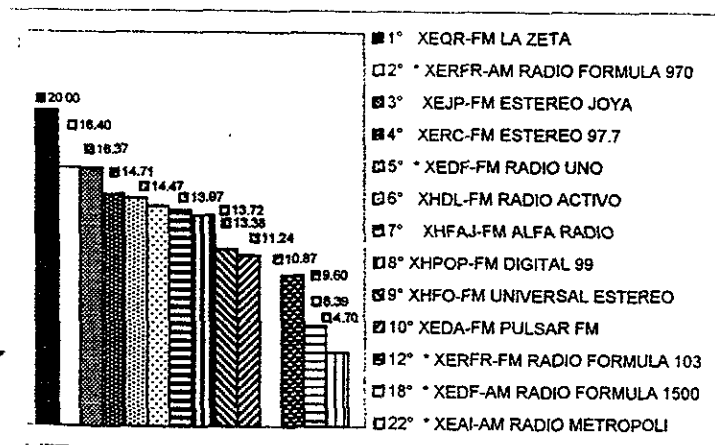


CUADRO No. 2.8

EMISORAS QUE OCUPARON LOS 10 PRIMEROS LUGARES DE AUDIENCIA GLOBAL, EN LA CD DE MEXICO, DE ACUERDO A INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO EN DICIEMBRE DE 1999

LUGAR	SIGLAS	EMISORA	RATING pts.
1°	XEQR-FM	LA ZETA	20.00
2° *	XERFR-AM	RADIO FORMULA 970	16.40
3°	XEJP-FM	ESTEREO JOYA	16.37
4°	XERC-FM	ESTEREO 97 7	14.71
5° *	XEDF-FM	RADIO UNO	14.47
6°	XHDL-FM	RADIO ACTIVO	13.97
7°	XHFAJ-FM	ALFA RADIO	13.72
8°	XHPOP-FM	DIGITAL 99	13.38
9°	XHFO-FM	UNIVERSAL ESTEREO	11.24
10°	XEDA-FM	PULSAR FM	10.87
12° *	XERFR-FM	RADIO FORMULA 103	9.60
18° *	XEDF-AM	RADIO FORMULA 1500	6.39
22° *	XEAI-AM	RADIO METROPOLI	4.70

\* Emisoras integrantes de Organización Radio Fórmula



## CONCLUSIONES.

La realización de la presente tesina: "El desplazamiento de locutores por comentaristas en la radio mexicana, análisis de caso: Radio Fórmula 1500 A.M.", arroja datos de esencial interés para los investigadores en radio, estudiantes del área de comunicación y todo aquél cautivado por la magia de transmitir frente a un micrófono.

Los datos encontrados y analizados confirman y amplían varias de las ideas que se plantearon inicialmente en este trabajo. En ellos se demuestra la vigencia de la radio como vehículo de información, entretenimiento, publicidad, servicio social. Medio que alimenta egocentrismos personales, posee una fuerte influencia pública, pero sobre todo, la radio continúa siendo un gran negocio.

Organización Radio Fórmula S.A. es una empresa de radiodifusión de la iniciativa privada integrada por cinco emisoras que transmiten su señal desde la Ciudad de México, dos en Frecuencia Modulada; 103.3 XERFR, 104.1 XEDF y tres en Amplitud Modulada; XERFR 970, XEAI 1470 y XEDF 1500. Aunque algunas emisoras de esta empresa tienen su origen en los años treinta, su nacimiento como parte de Organización Radio Fórmula es más reciente y se remonta a 1968, año en que Rogerio Azcárraga Madero, actual director general y dueño de la empresa, toma los destinos de estas señales.

Los sismos de 1985 cambiaron la actitud de los directivos de Radio Fórmula, al mismo tiempo representaron una sacudida obligada para aprovechar las potencialidades de uso social de la radio. Se otorgó más facultad a la palabra por encima de la música, se adopta entonces el formato hablado para hacer radio, al menos en el 970 A.M., emisora piloto de la empresa radiofónica.

Al iniciar la década del noventa Radio Fórmula 970 se presentaba en el cuadrante radiofónico como una estación completamente hablada y registraba buenas ventas y al mismo tiempo alto rating, de tal forma que se convirtió en la emisora consentida del dueño de la empresa, el señor Rogerio Azcárraga. Motivado por estos resultados a finales de 1997 decide dar el mismo tratamiento a otra de las cinco emisoras que conforman a Organización Radio Fórmula, al 1500 A.M. a la cual también se le cambia el formato musical que manejó durante más de cuarenta años y la transforma en estación hablada.

Analicémos los objetivos e hipótesis que nos trazamos para conocer los puntos exactos donde convergen la observación, la teoría y práctica de esta tesina.

#### **Objetivos :**

- 1) Detectar cuáles son actualmente los propósitos de los directivos de Organización Radio Fórmula, al cambiar su formato de musical a hablado en el 1500 A.M.
- Dado que Radio Fórmula 1500 A.M. es una estación comercial podemos resumir que su principal objetivo es **vender más**, ofreciendo a los anunciantes una atrayente programación conducida por comentaristas reconocidos ya sea por su experiencia, capacidad o trayectoria, comentaristas que se manejan bien en los ámbitos del espectáculo, política, economía, psicología, en fin, se les conoce como comentaristas con nombre.
- Consolidarse como una empresa de gran influencia en las decisiones de su auditorio.
- Convertir a Radio Fórmula en la primera cadena de radio totalmente hablada en la Ciudad de México con sus 5 emisoras.
- Radio Fórmula es la vitrina que aglutina al "dream team", el equipo de ensueño, las grandes personalidades que darán la cara próximamente (marzo del 2000) en los canales de televisión por cable que tendrá a su cargo Rogerio Azcárraga.

2) Realizar una comparación entre lo que significa radio hablada y radio musical.

- La radio se maneja en formatos. Los formatos son formas de hacer radio y pretenden satisfacer audiencias, surgen a partir de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar y de la temática definida que deseamos abordar. En la radio, programación es sinónimo de formato y cobra sentido cuando aplicamos las funciones de la comunicación al contenido, funciones que corresponden al orden, observación, cultura y entretenimiento. Es necesario conocer los formatos para así disponer de variados instrumentos de expresión y tener una visión de las distintas posibilidades que brinda la radio.

Existen dos formatos generales que dominan la radio: musical y hablado, ambos se dividen a su vez en diferentes categorías; la radio musical con sus diversos géneros: rock, tropical, clásica, instrumental, pop..., y radio hablada con sus variados tópicos: noticioso, entrevista, comentario, radio debate... Radio Fórmula 1500 A.M. incursionó a partir de 1997 en la categoría de radio hablada. Tal parece entonces que "el hilo negro" de la radio ya está descubierto, no existe nada nuevo, ahora de lo que se trata es de vender los tiempos ofreciendo al cliente (patrocinador) las voces y comentarios de las "grandes personalidades".

3) Descifrar las funciones que actualmente desempeñan locutores y comentaristas de Radio Fórmula 1500 A.M. para conocer si unos están siendo desplazados por otros.

Para esta tesina me interesó conocer la definición de locutor y de comentarista, pero encontré que ambas rayan en lo simplista y se reducen al clásico: "locutor es la persona que habla ante un micrófono y se dirige a un público determinado para dar un mensaje, aviso o anunciar una melodía o marca publicitaria en particular".



La definición de comentarista es redundante: "El comentarista es la persona que escribe o expresa sus comentarios". Por ello aseguramos que las funciones de locutores y comentaristas rebasan a sus definiciones.

Las funciones que realizaban los locutores del 1500 A.M. antes del cambio de formato de la emisora en 1997, constituían la columna vertebral pues llevaban el peso de la transmisión musical pasando al aire durante todo su turno de 4 horas.

Los locutores animaban toda la transmisión de la estación con todo lo que esto conlleva: anunciar los temas musicales, pasar las llamadas telefónicas al aire, invitar al auditorio a llamar y a participar en las promociones musicales, dar la hora, la temperatura, en ocasiones pasar los reportes de vialidad, servicios sociales, leer los boletines urgentes.

El locutor del 1500 A.M. y la programación musical eran la base de cada emisión, el locutor quedó estigmatizado por el sello de la animación y el entretenimiento, cualidades que ya no son prioritarias para los directivos de Radio Fórmula.

Con la llegada de los comentaristas a los programas hablados, la actividad de los locutores se ha visto marcadamente reducida, puesto que las funciones de los comentaristas del 1500 A.M. los sobrepasan: ocupan sus espacios físicos, los tiempos al aire, emiten juicios de opinión, responden a los llamados telefónicos. Gran parte de la infraestructura técnica está disponible a sus necesidades, es decir, ahora a los comentaristas se les encomienda la responsabilidad de la programación hablada.

La labor del locutor de Radio Fórmula 1500 A.M. al iniciar el año 2000 se reduce a: anunciar los números telefónicos, el correo electrónico, fax, graban las entradas, salidas y cortinillas de los programas. Sólo en algunos programas los locutores leen al aire las llamadas del auditorio, prácticamente su participación ha sido neutralizada por los comentaristas, lo anterior se expuso de manera clara en el apartado 3.4.1

El conjunto de locutores de la emisora 1500 A.M. asegura que si existe desplazamiento para ellos y por la misma vía se encaminan los locutores de la "estación hermana" Radio Metrópoli 1470, pues de igual forma su programación musical se transformó en hablada de lunes a domingo a partir del mes de enero del año 2000.

Con lo expuesto anteriormente se confirma la tendencia irreversible de Rogerio Azcárraga por hacer de su empresa una cadena totalmente hablada para el nuevo milenio, lo verdaderamente trascendente para él son los programas de contenido, información, polémica, debate y la participación del auditorio en temas como las elecciones federales y los candidatos para el año 2000, por poner tan sólo un ejemplo.

Corroboramos también la hipótesis de esta tesina, en la cual señalábamos que los locutores en Radio Fórmula 1500 A.M. son desplazados pues no son considerados comentaristas y es verdad; ambos, locutor y comentarista son dos categorías diferentes en el amplio mundo de la locución y aunque a veces convergen en algún punto sus campos de trabajo, en la mayoría de los casos no es así.

Por ejemplo, el locutor en sus transmisiones emite comentarios que aunque obviamente no son profundos en un tema, sí plasman su opinión de manera informal. En ese momento el locutor es también un comentarista, pero no fue contratado expresamente para eso sino para animar la transmisión musical y vestir con su voz el cuerpo de un programa ya sea musical o hablado.

A lo largo de la presente investigación notamos que otra de las preocupaciones estratégicas de Radio Fórmula es en materia de ratings, los niveles de audiencia son otro aspecto de vital importancia para vender más, pues los clientes se inclinan hacia las emisoras que registran mayor puntuación.

Los ratings expuestos en el 3er. capítulo demuestran que la estación piloto de Organización Radio Fórmula: 970 A.M. se mantuvo en los primeros lugares de la radio en la Ciudad de México, durante el último semestre de 1999, de hecho, cierra ese año como la estación con más alto nivel de audiencia de lunes a viernes, según INRA México.

Los anteriores datos dan la razón a los directivos de la organización, pues hasta hace no mucho tiempo se pensaba que una estación con perfil hablado las 24 horas del día sería un fracaso en cuanto a rating, sin embargo el 970 disputa el primer lugar a "La Zeta", estación de corte cien por ciento musical durante todo el día. Este hecho justifica la idea de la empresa de intentar hacer de sus otras emisoras musicales estaciones que repunten como lo ha hecho 970 A.M, por eso en 1997 se llevan a cabo cambios en el 1500 A.M. y para enero del 2000, de las 5 emisoras que comprende la empresa tan sólo una, Radio Uno, es musical.

Sin embargo, en el mundo radiofónico, alcanzar los más altos ratings es tarea difícil. A casi dos años del formato hablado en el 1500 A.M. los resultados en cuanto a rating no han sido del todo alentadores, si acaso se mantiene a media tabla del índice general, si revisamos programa por programa únicamente el segmento de Paty Kelly y Ernesto Lammoglia conocido con el nombre de: "Kelly, Lammoglia y la Familia", registran altos niveles de audiencia, fuera de este horario la emisora, en cuanto a rating se cae.

Al plantear como un problema el desplazamiento de locutores por comentaristas en Radio Fórmula 1500 A.M., podemos advertir que los locutores requieren redefinir en calidad de urgente su posición dentro de la empresa. Para ello se sugieren en esta tesina tres avisos que tal vez pueda parecer terminantes:

- 1) El locutor que guste continuar como locutor musical, necesita buscar nuevas rutas en otra organización radiofónica, pues no obstante que Rogerio Azcárraga posee las acciones de Discos Orfeón, queda de manifiesto que en Radio Fórmula la música ya no es una prioridad.

- 2) Actualmente el locutor de Radio Fórmula 1500 A.M. espera a que le sean asignados espacios en donde pueda participar, obligado a salir al aire de manera muy limitada.
- 3) Si el locutor desea acceder al nivel de comentarista se debe preparar concienzudamente especializándose en un área determinada, por supuesto que lograrlo es posible tan sólo citemos algunos ejemplos: Paty Kelly, Jorge Manuel Hernández, Pedro Ferriz, el mismo Humberto Cantú, locutor del 1500 A.M., entre otros.

Cabe mencionar un obstáculo que se presentó para la obtención de información en esta tesina y fue la dificultad para contactar a los comentaristas, pretextaban no tener tiempo, o en su defecto, suspendían la cita en el último instante. En cambio con los locutores, no hubo problema alguno todos accedieron de inmediato.

Pero definitivamente, la observación y la experiencia propia adquirida durante doce años como locutor profesional en Organización Radio Fórmula, me permitieron llegar a plasmar las conclusiones que aquí se aprecian y así poder expresar sin duda alguna que tanto comentaristas como locutores pueden cohabitar en una estación, ambos son parte esencial del engranaje de la industria radiofónica, solo que debemos buscar los espacios para cada uno de ellos sin excluir a nadie. Lo ideal sería que se le brindara la oportunidad a los locutores preparados para demostrar sus dotes como comentaristas, de ser así, encontraríamos gratas sorpresas entre algunos de ellos, tan sólo hay que permitirles intentarlo.

## BIBLIOGRAFIA.

Aiva de la Selva, Alma Rosa., Radio e Ideología. Ediciones El Caballito. México, 1982.

Arnheim, Rudolf., Estética Radiofónica. Editorial Gustavo Gili, S.A. España, 1980.

Asociación de Radio Difusores del Valle de México. A.C., Una Historia que Si Suena 1973-1998: México, 1998.

Baena, Guillermina y Montero, Sergio., Tesis en 30 Dias. 13ª edición. Editores Mexicanos Unidos. México, 1996.

Brassel Morales, Carlos., Las Mejores Técnicas para Hablar en Público. Editorial Edamex. México, 1998.

Caballero, Cristián., Cómo Educar la Voz Hablada y Cantada. Edamex. México, 1996.

CIRT., Radio y Televisión en México. Anuario 1973. Editado por la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión. México, 1973.

CIRT., La Industria de la Radio y la Televisión en México Tomo I (1921-1950). México, 1991.

De Anda y Ramos, Francisco., La Radio. El Despertar de un Gigante. Editorial Trillas. México, 1997.

De la Mota, Ignacio H., Diccionario de la Comunicación. Editorial Paraninfo S.A. España, 1982.

Eco, Umberto., Cómo se Hace una Tesis. Editorial Gedisa. España, 1996.

Figueroa Bermúdez, Romeo., ¡Que Onda con la Radio!. Alhambra Mexicana. México. 1996.

Garza, Ramiro., La Radio, Presente y Futuro. Edamex. México, 1996.

González Alonso, Carlos., El Guión. Editorial Trillas, México, 1984.

González I. Mongue, Ferrán., En el Dial de mi Pupitre. Editorial Gustavo Gili, España, 1989.

Gross, Lynnes y Resese, David E., Manual de Producción Radiofónica. Alhambra Mexicana. México 1ª. Edición, 1997.

Hernández López, Rogelio., Sólo para Penodistas. Grijalbo. México, 1999.

IMER y UAM., El Sonido de la Radio. Editoral Plaza y Valdez. México, 1988.

Kaplún, Mario., Producción de Programas de Radio. El Guión y la Realización. Ediciones CIESPAL.S.L. 1978.

Lewis, Peter y Booth, Jerry., El Medio Invisible. Paidós Comunicación. España, 1992.

López Vigil, José Ignacio., Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Coedición AMARC, CEPRAC. Ecuador, 1997.

Llano, Serafina., La Radiodifusión en México. Editorial Comunicación, Tecnología e Investigación. México, 1984.

Mc Quail, Denis., Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. Paidós Comunicación. México, 1989.

Olvera Ferreira, Ma. Del Carmen., Tesis: Necesidad de Instalar una Radiodifusora que Difunda Información las 24 Horas del Día al Interior de la República. México, 1987.

Ortíz Garza, José Luis., La Guerra de las Ondas. Editorial Planeta. México, 1992.

Paoli, J. Antonio., Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas. Editorial Trillas. México, 1983.

Quaal, Ward L. y Martín Leo. Dirección de Estaciones de Radio y Televisión. Editorial Diana. México, 1971.

Rebeil Corella, Ma. Antonieta., Perfiles del Cuadrante. Editorial Trillas. México, 1989.

Rojas Soriano, Raúl., Método para la Investigación Social. Una proposición dialéctica. Plaza y Valdez. México, 1987.

Romo Gil, Ma. Cristina., Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. Editorial Diana. México, 1987.

Santini, Love., Manual del Locutor. Voces y Talento. Editorial Colofón. México, D.F. 1996.

Shulberg, Bob., Publicidad Radiofónica. Mc Graw-Hill. México, 1992.

Toussaint, Florence., Crítica de la Información de Masas. 4ª. Edición. Editorial Trillas. México, 1997.

**Otras fuentes consultadas.**

Contrato Ley de la Industria de Radio y Televisión. Editado por el STIRT, SITATYR Y CIRT. México, México, 1998.

El Financiero. México, D.F. 14 de abril de 1999.

El Financiero. México, D.F. 2 de julio de 1999.

El Financiero. México, D.F. 2 de septiembre de 1999.

El Financiero. México, D.F. 22 de noviembre de 1999.

Microfonito. Nueva Epoca. Edición No. 3 Agosto de 1999.

Proceso No. 1192, México, D.F. 5 de septiembre de 1999.

Reforma. México, D.F. 14 de abril de 1996.

Reforma. México, D.F. 14 de abril de 1999.

Reforma. México, D.F. 5 de noviembre de 1999.

Telemundo No. 47 México, Mayo-Junio 1999.

[www.radioformula.com](http://www.radioformula.com)

[www.arvm.com](http://www.arvm.com)