



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE 8793-24

# LA VOZ, FORMACIÓN DE UN LOCUTOR

## TESINA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:  
VÍCTOR HUGO ZAVALA VALDÉZ

ASESOR:  
LIC. JORGE DE LA ROCHA LEDEZMA

CELAYA, GTO.

DICIEMBRE 2012



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

Agradezco a **Dios** por permitirme vivir  
y poder cerrar este ciclo en mi vida.

A mis padres por su amor, apoyo y confianza.

A la Universidad que me recibió durante  
cuatro años y medio y hoy, me sigue abriendo  
sus puertas.

A mis profesores que con su conocimiento y  
dedicación contribuyeron a mi formación académica.

Al Licenciado Jorge de la Rocha por su amistad  
de siempre y su asesoría en este trabajo.

A mis hermanos y a cuántos me animaron e  
impulsaron para concluir este proyecto.

Desde el último día de clases a hoy, han pasado  
los días, meses y años. Al respecto solo puedo decir  
que: no se ha perdido el tiempo, se ha ganado  
experiencia.

# ÍNDICE

	<b>PAG.</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>CAPÍTULO 1 PREPARACIÓN QUE DEBE TENER UN LOCUTOR.</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 2 LA PROGRAMACIÓN; RADIO MUSICAL Y RADIO HABLADA.</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO 3 LA VOZ COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA DE LA LOCUCIÓN.</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO 4 CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO DE LOCUCIÓN Y ALGUNOS ASPECTOS LEGALES.</b>	<b>55</b>
<b>CONCLUSIÓN</b>	
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	

# INTRODUCCIÓN.



*Figura 1. [WWW.apliloexplica.webnode.es](http://WWW.apliloexplica.webnode.es)*

En este trabajo pretendo que todo aquel que lea esta tesina y tenga dentro de sus metas profesionales trabajar en un medio electrónico empleando su voz como herramienta de trabajo, conozca el medio en el que pretende desenvolverse, se ocupe de prepararse antes de abrir un micrófono, dejando a un lado la improvisación y contribuya a la profesionalización de la actividad.

En el primer capítulo defino qué es la radio, como principal área de trabajo de un locutor, sus alcances y limitaciones, así como las características que nos permitan comunicarnos con el auditorio de una forma eficaz y efectiva.

En el segundo capítulo, el locutor conocerá los diferentes auditorios de acuerdo a los horarios y temporadas que integran la barra programática, donde el programador de acuerdo a su experiencia, selecciona los contenidos que deben llegar al escucha ya sea en un formato musical o hablado, presentando ejemplos de ambos formatos.

En el capítulo 3 enfatizo que la herramienta profesional del trabajo del locutor, es la voz. Aquí transcribo las opiniones y aportaciones de estudiosos en el tema, que guían al locutor en su camino con recomendaciones y restricciones a seguir en su quehacer laboral diario.

Y por último en el capítulo 4 conoceremos qué es un locutor, cuáles son las diferentes áreas de oportunidad para desenvolverse de acuerdo a sus aptitudes. Así como también los requisitos y requerimientos legales que debe acreditar para que se le permita su desempeño profesional.

# **CAPÍTULO 1**

PREPARACIÓN QUE DEBE  
TENER EL LOCUTOR.

El aspirante a locutor deberá interesarse en conocer el medio en el que pretende desenvolverse. No basta con tener un buen timbre o tono de voz, es necesario tener un basto bagaje de cultura general.

¿Qué es la radio? “La radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones vivas.”<sup>1</sup>

De acuerdo con Guillermo Michel, escritor del libro *Para leer los medios* “la radio es el medio por el cual me llegan palabras o símbolos auditivos, con un carácter expresivo específico.”<sup>2</sup>

La radio es el medio a través del cual viaja el sonido, convertido en palabras, música y efectos que estructuran un mensaje y que vuelan transformadas en ondas hertzianas por el espacio aéreo.

*“Una onda electromagnética es la forma de propagación de la radiación. La radiación electromagnética es una combinación de campos eléctricos y magnéticos oscilantes, que se propagan a través del espacio transportando energía de un lugar a otro.”*<sup>3</sup>

La radio, es un mundo de posibilidades, que tiene límites del tamaño de la imaginación y creatividad de quien la produce y de quién la escucha; deja de ser el aparato receptor llamado radio, para convertirse en la llave que acceso al tiempo para transmitir un mensaje por el espacio; teniendo al sonido como principal aliado. “La radio debe explotar su elemento básico: el sonido.”<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>VILAR, Josefina. *El sonido de la radio*. México. ed. Plaza y Valdés escritores, 1988, p. 28

<sup>2</sup>MICHEL, Guillermo. *Para leer los medios*. México. ed. Trillas, 1995, p. 108

<sup>3</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Radiaci%C3%B3n\\_electromagn%C3%A9tica](http://es.wikipedia.org/wiki/Radiaci%C3%B3n_electromagn%C3%A9tica).

<sup>4</sup>PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa, 1998. p. 18

*Sin nadie a mí alrededor más que mi sola presencia, tuve la fortuna de encontrar un compañero, el cual tuve en mis manos, lo encendí, y lo que mis oídos escucharon, hizo que mi mente volara por rumbos inimaginables y visitara lugares con colores y situaciones distantes a mí. Y al abrir los ojos, me dí cuenta que nunca me había movido físicamente del lugar donde me encontraba.*

Con esto quiero dejar en claro dos cosas: la primera es puntualizar que la radio es compañía. Y la segunda, es dejar en claro que el radio no es lo mismo que la radio. “el radio es el aparato receptor de emisiones y la radio o radiodifusión es la emisión del mensaje.”<sup>5</sup>

“Usar bien la radio es una técnica y un arte. Una técnica porque requiere de una experiencia operativa que va dando el trabajo mismo; y un arte, porque conociendo los elementos fundamentales del medio su uso depende ya solamente de la imaginación y creatividad del productor. La imaginación corresponde a todo cúmulo de ideas que seamos capaces de originar y la creatividad es darle vida a esas ideas.”<sup>6</sup>

La radio como medio de comunicación tiene la finalidad de educar, entretener, informar y servir a la sociedad, posee ciertas características, que deben de tenerse en cuenta, ya que su conocimiento permitirá que el mensaje a transmitir sea estructurado de una forma correcta y llegue de manera inteligible a los oídos del receptor.

Dichas características se pueden definir como ventajas o desventajas:<sup>7</sup>

- *La radio es rápida, inmediata e instantánea*, permite informarle al auditorio mientras realiza sus actividades de la vida diaria, lo que sucede en otro lugar en el momento de la acción.

---

<sup>5</sup> Ibidem. p. 17

<sup>6</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ, Op. Cit., p. 17

<sup>7</sup> VITORIA, Pilar. *Producción radiofónica*. México. ed. Trillas, 1998. p. 9

- Es *actual*, porque maneja temas de interés general del diario acontecer.
- Es *punto de referencia obligado*, ya que el radioescucha cuando requiere tener conocimiento de un suceso, lo primero que hace es encender la radio y sintonizar una estación.
- El auditorio confía en los comentarios que se emiten, debido a que escucha las voces de quienes son noticia, lo que le da *credibilidad*.
- El papel que juega la voz del locutor dentro de la radio es determinante, ya que el manejo que haga de ella, permitirá al oyente sentir un vínculo de cercanía, gusto y empatía, esto debido a que es *emotiva, íntima y expresiva*.
- Tiene la peculiaridad de que puede ser escuchada en cualquier parte; cuántas personas si la escuchamos en nuestra oficina, quiénes lo hacen manejando en el auto o a la hora de estar en casa; es *ubicua*.
- El mensaje de la radio debe ser lo más sencillo posible, ya que el auditorio de ésta no es un público que permanece inmóvil o estático, por el contrario es un público que, como mencioné en el punto anterior, se encuentra realizando sus actividades normales de cada día y la información entra solo por el oído, lo que no obliga a utilizar otro sentido, forma parte de la nuestra vida diaria; es *cotidiana*.
- *La transportabilidad*, nos permite llevar nuestro aparato receptor por donde quiera que vayamos.
- La durabilidad del mensaje que percibimos es efímera, no hay oportunidad de poder consultar algún dato pues no queda escrito como en los diarios y no se basa en imágenes como en la televisión, solo

requiere de un oído para entrar, entonces decimos que estas características son *fugacidad y unisensorialidad*.

- En la radio hay programas musicales, informativos, de contenido, etcétera, la cuestión es encontrar la programación que va más de acuerdo con nuestros intereses personales; para aquellos que disfrutan de la música en cualquiera de sus géneros, aquellos que requieren estar mejor informados, o los que buscan algún programa en específico y la ventaja es que la radio está a nuestra disposición las veinticuatro horas del día los trescientos sesenta y cinco días del año y, mejor aún, sin costo alguno, por lo que otra característica es la *flexibilidad y versatilidad*.

Una vez sabiendo las características, alcances y la gama de posibilidades por hacer en radio, es necesario tomar en cuenta lo que Pilar Vitoria autora del libro *Producción Radiofónica* llama las reglas de oro de la radio, basadas en los cuestionamientos básicos de la producción radiofónica como lo son: saber qué emitir, a quién vamos a emitir y cómo lo vamos a emitir.

En dichas reglas pretende que la radio se profesionalice, así como que, quienes hablan ante el micrófono no sean improvisados en la locución. Refiere la importancia de elaborar una guía previa con el contenido del programa, delimitando el tema a tratar. No se trata de hablar solo por tener esa facultad, sino de hacerlo con conocimiento de causa, ya que el locutor que no se interesa por investigar divaga y el auditorio nota la ignorancia sobre el tema o la falta de sentido en los cuestionamientos.

“No improvisar en radio significa investigar los tópicos que se transmitirán; tener un objetivo o propósito; saber para quién y por qué se desea emitir, y

organizar esa investigación y los contenidos en un guión, con forma y lenguaje radiofónicos.”<sup>8</sup>

La estación de radio de acuerdo a los segmentos de mercado que conforman su universo, la frecuencia, el formato, la programación y a estudios o investigaciones de mercado, determinan al público que la escucha, lo que le permite saber a los directivos a qué segmento deberán atender y la forma en que deberán ser estructurados los mensajes de acuerdo al nivel del radioescucha.

El cómo emitir es la forma en que queremos dar a conocer la información, ya sea en el momento que se desarrolla un evento o una nota con lo más destacado de éste.

Por tanto las reglas de oro de la radio, de acuerdo a las características de ésta, para Vitoria son: *no improvisar, presentar pocas ideas en cada emisión, conocer al oyente, el tiempo radiofónico es diferente del tiempo real, leer en voz alta lo que se escribe para el oído y lo que la autora llama piel*. Sin duda alguna la autora se apoyó en el conocimiento del escritor argentino Mario Kaplún, especialista en producción radiofónica, quien en una recopilación de cuatro de sus obras publicadas en la página de Internet radialistas.net resume en diez puntos.

“Diez consejos de Mario Kaplún.”<sup>9</sup>

- 1) *Quienes alguna vez hemos hecho radio, tuvimos que aprender por experiencia a no olvidar nunca esta sencilla verdad: todo aparato receptor tiene dos perillas, una que sirve para apagarlo y la otra para cambiar de estación. Así, si nuestro programa no logra suscitar su*

---

<sup>8</sup> Ibidem. p. 16

<sup>9</sup>[http:// www.radialistas.net/manual.php](http://www.radialistas.net/manual.php)

*interés, nada más fácil para el oyente que silenciarnos. O reemplazarnos por una cumbia.*

- 2) *Más de una vez en los cursos a mi cargo me ha tocado trabajar con participantes que demostraban buenas aptitudes literarias y técnicas, en términos de destreza y captación del oficio, para componer radiodramas: por ejemplo, habilidad y sentido radiofónico para construir sus diálogos. Pero tenían una vida encerrada y fácil, sin contacto con el pueblo, sin sufrimientos ni dilemas hondos. Estos estudiantes no lograron producir buenos radiodramas ni sé si alguna vez lo lograrán. No sentían los temas ni vibraban con ellos. Y en sus guiones, todo era convencional, falso, dissociado de la realidad. Así como un actor ha de apelar a su memoria emotiva para vivir un personaje, tanto o más un escritor dramático necesita haber vivido personalmente situaciones conflictivas e intensas para poder crear otras semejantes en sus obras. ¿Hay algún curso donde esto pueda enseñarse, ni en diez semanas ni en cincuenta?* El estudiante desde la carrera debe poner la mayor humildad al trabajo de redacción, no creer que posee todos los conocimientos, siempre estar abierto a aprender de los demás y no solo sentarse a escribir lo que su mente imagina sin sustento real de vida; porque las circunstancias entre el escritor y el auditorio son distintas.
- 3) *Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores. Nuestro destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y sólo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. Tan importante*

*como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro. La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar.*

- 4) *Aunque esté escribiendo su guión, no olvide nunca que el lenguaje hablado es diferente al escrito. Debemos poner por escrito nuestro texto, pero él está destinado, no a ser leído con la vista como un texto impreso, sino a ser oído. Tiene que sonar con la llaneza, la naturalidad y la espontaneidad del lenguaje hablado. Incluso, a veces, con las imperfecciones del lenguaje hablado. El mejor consejo que puedo darle es: escriba escuchándose. A medida que escriba, lea en voz alta lo que va escribiendo. En ocasiones, incluso, adelántese: pronuncie primero la frase y luego escríbala. Díctese a sí mismo. Escuche cada frase, pruebe cómo suena. Sienta su ritmo oral, sonoro. Si le suena pesada, larga, artificiosa, con vericuetos, con idas y venidas, rehágala, divídala en dos o más frases cortas y directas. El oído le dirá dónde ubicar con más naturalidad el sujeto, el verbo, el predicado. Esta habilidad se habrá de adquirir con la práctica. La tecnología ahora nos permite utilizar la grabadora de audio, en la que además de escuchar el texto nos permite oír la intención que le estamos dando a las palabras.*
  
- 5) *Hace pocos años, tuve oportunidad de escuchar por radio un informativo popular dirigido a las barriadas. Llevé la cuenta: el 80% de las noticias transmitidas eran denuncias sobre la acumulación de basura. No pude menos que ponerme en el lugar de esa gente de los barrios populares a la que el programa pretendía llegar y servir. Pensé en esos vecinos que ven basura desde que se levantan hasta que se acuestan, que viven oliendo a basura. ¡Y cuando ponen la radio, ésta les habla otra vez de*

*basura! Lo que sucede en estos casos es que el emisor no tiene claro quién es su destinatario. Esta insistencia en la denuncia tal vez pudiera tener algún sentido si nos estuviéramos dirigiendo acusadoramente a los responsables de los malos servicios públicos, es decir, a las autoridades. Pero, ¿qué valor informativo encierra el repetirle permanentemente a la comunidad que no tiene agua, que no tiene luz, que no tiene pavimentos? ¡Ella ya lo sabe de sobra! Con eso, tal vez no hacemos más que reforzar su sentimiento de desesperanza, de impotencia: "estamos jodidos". Lo que la comunidad necesita es que la ayudemos a comprender con claridad las causas del problema: por qué no hay servicios para ella. Y, sobre todo, que la ayudemos a encontrar alternativas, salidas de solución. Actualmente los medios de comunicación le han dado voz al auditorio a través de programas de denuncia ciudadana, donde se expone la problemática de las colonias con respecto a los servicios municipales, haciendo presión sobre las autoridades.*

- 6) *La educación de adultos, sea presencial o a través de un medio, será educación en la medida en que se proponga y logre activar las potencialidades de auto y de co aprendizaje que se encuentran presentes en sus destinatarios; que estimule la gestión autónoma de los educandos en su aprender a aprender, en su propio camino hacia el conocimiento: la observación personal, la confrontación y el intercambio, la resolución de problemas, el cotejo de alternativas, la elaboración creativa, el razonamiento crítico. Así concebida, más que una educación a distancia, sería propio hablar de una autoeducación orientada. La radio debe despertar en el oyente la inquietud por aprender e investigar; siendo solo el medio entre la educación y el auditorio, por lo que éste deberá interesarse en buscar otras fuentes de información.*

- 7) *Estamos demasiado acostumbrados a que los programas de radio educativos sean una cosa árida y aburrida. Como esas medicinas de nuestra infancia que, para que "hicieran efecto" y fueran juzgadas confiables por nuestros padres, debían tener necesariamente "gusto a remedio", un sabor amargo y desagradable. Cuando se nos habla de "radio educativa", la imagen que nos surge espontáneamente es la de un solitario profesor instalado ante el micrófono y enseñando, con voz y tono de magíster, a un invisible alumno, las tradicionales nociones de la clásica escuela elemental. Y hay que convenir en que, desgraciadamente y salvo honrosas excepciones, la mayor parte de la radio educativa que se ha venido haciendo hasta ahora en América Latina ha contribuido a reforzar esa imagen más que a modificarla. Este libro sustenta una concepción muy diferente. Piensa que un programa de radio educativo no tiene por qué ser aburrido. Más: que no debe serlo. Por tanto, debemos ponernos en el lugar de la gente que escucha la radio, hacer programas educativos de acuerdo a sus necesidades, que el contenido sea dinámico e interesante, ya lo dice el primer punto, el auditorio es el juez que cambia de estación o apaga el radio. Aunque el autor se enfocó a la educación de los adultos, cabe mencionar el ejemplo de los programas infantiles donde los escritores pasan por alto los intereses de los niños y terminan produciendo programas tediosos que no son del gusto del público al que van dirigidos.*
- 8) *Siempre que sea posible, optemos por el relato como forma privilegiada de comunicación popular: en lugar de hacer una exposición del tema, procuremos convertirlo en una historia. Comunicarse es, sobre todo, contar, "echar el cuento". Los contadores de historias han sido y aún siguen siendo los grandes comunicadores naturales del medio popular.*

- 9) *El esquema clásico "emisor-mensaje-receptor" nos acostumbró a poner al emisor al inicio del proceso comunicativo, como el que determina los contenidos del mismo y las ideas que quiere comunicar; en tanto el destinatario está al final, como receptor, recibiendo el mensaje. La experiencia nos enseña, sin embargo, que si se desea comenzar un real proceso de comunicación en una comunidad, el primer paso debiera consistir en poner al destinatario no al final del esquema, sino también al principio: originando los mensajes, inspirándolos, como fuente de prealimentación. La función del comunicador en un proceso así concebido ya no es la que tradicionalmente se entiende por "fuente emisora". Ya no consiste en transmitir sus propias ideas. Su principal cometido es el de recoger las experiencias de la comunidad, seleccionarlas, ordenarlas y organizarlas y, así estructuradas, devolverlas a los destinatarios, de tal modo que éstos puedan hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas.*
- 10) *A veces, en los talleres, me inquietan algunos participantes que plantean: "Entonces, ¿esto se puede hacer? ¿Es lícito, es válido, o no lo es?" Parecen estar necesitando y pidiendo reglas, preceptos. Ante esas preguntas, me acude a la memoria la profunda respuesta de San Pablo a los cristianos de Corinto que le pedían reglas morales, normas de conducta: "Todo es lícito", tuvo la audacia de responder el apóstol, rompiéndoles así seguramente todos sus esquemas. Pero enseguida añadió: "Todo es lícito, pero no todo es conveniente, todo es lícito, pero no todo construye". Análogamente, habría que decir que en comunicación popular no existen reglas fijas ni inmutables. Todo se puede hacer. Lo que hay que ver si la opción que tenemos es la más conveniente y adecuada para ese caso concreto, la más pedagógica y eficaz para esa situación determinada. Y eso nos llama permanentemente a la creatividad. En el capítulo 4 se analizará la Ley*

Federal de Radio y Televisión, y respecto a su contenido, las restricciones en el medio en cuanto a los mensajes.

Existen dos tipos de ruidos que afectan directamente a la concentración del radioescucha:

Uno que atañe directamente al rol de vida de éste. Cuántas veces al sintonizar un programa o estación de radio el timbre de voz del locutor nos resulta molesto, algún ruido inesperado que hace que perdamos atención como pueda ser cuando vamos manejando y el carro de a un lado suena su bocina, el que uno esté haciendo sus labores y en algún momento debamos dirigir nuestra atención a nuestro trabajo o simplemente no estamos de acuerdo con los comentarios de quien los hace. Estos ruidos proceden de cuatro fuentes que son: “fuente psicológica, fuente física, fuente sensorial y fuente ideológica.”<sup>10</sup>

El otro tipo de ruido viene de la fuente emisora, en este caso de la estación de radio, por ejemplo cuando abrimos el canal para el reproductor de cds antes de introducir uno y apuntalarlo, la máquina hace un ruido al momento de leerlo y que el locutor por la prisa de hacer todo rápido no se da cuenta, o cuando hay problemas con el trasmisor. Así como también cuando el locutor utiliza términos para un auditorio que desconoce el significado de ellos, la música mal empleada en determinada circunstancia o cuando el receptor tiene un problema con su aparato auditivo, estos ruidos son: “técnico y mecánico, semántico, estructural o fisiológico.”<sup>11</sup>

Así como cada ciencia, cada ámbito, cada profesión tiene su lenguaje propio, la radio no es la excepción. Entendamos por lenguaje: “cualquier procedimiento entre los seres humanos a través de signos orales y escritos que

---

<sup>10</sup> VITORIA. Op. Cit. p. 23

<sup>11</sup> VITORIA, Pilar. *Producción radiofónica*. México. ed. Trillas, 1998. p. 24

poseen un significado que sirve para comunicarse”<sup>12</sup>. Ó “lenguaje es el conjunto de elementos que, ordenados nos permiten expresar nuestros sentimientos e ideas.”<sup>13</sup>

El lenguaje radiofónico se conforma de cuatro elementos que son: “la palabra, la voz, la música y los efectos y silencios.”<sup>14</sup>

En cuanto a la palabra se refiere, trata de utilizar un lenguaje coloquial y que sea de fácil redacción. Que sea entendido por todos los públicos que conforman nuestro auditorio, dejando a un lado las palabras rimbombantes.

Por su parte la voz es otra pieza clave, ya que no basta un buen timbre o tono, sino que el locutor sepa darle la intención requerida al momento de efectuar una grabación. Los vendedores de publicidad de las estaciones de radio, así como los directivos encargados de la parte promocional de la estación, al momento de elaborar su guión u orden de grabación lo hacen pensando en el locutor que, según su criterio, logre transmitir lo que ellos pretenden.

Y la música, será un elemento que en conjunto con los efectos nos permitirá dar soporte al mensaje a transmitir. Según Mario Kaplún, cita el escritor Mario Alberto Pérez Hernández, “la música cumple tres funciones: gramatical, emotiva y descriptiva”<sup>15</sup>. Esto quiere decir que podemos resaltar un cambio de idea, dejar pensando al auditorio como si utilizáramos signos de puntuación. De igual forma para dar realce a una información ya sea triste o alegre, como por ejemplo en el caso del mundial de fútbol las notas deportivas con contenido mundialista son fondeadas con el sinfín de temas que hasta el momento han salido y que la gente ya las identifica.; de igual forma y dejando a un lado la euforia si se quiere hablar del terremoto ocurrido en Haití y la manera en que

---

<sup>12</sup> Microsoft Encarta 2006

<sup>13</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa, 1998 p. 20

<sup>14</sup> Idem

<sup>15</sup> PÉREZ HERNANDEZ, Op. Cit., p. 23

se encuentran los damnificados podría ser apoyada con la canción somos el mundo, versión en español del tema del fallecido Michael Jackson. Asimismo nos permitirá trasportar nuestra imaginación de la mano con la información que se nos esta proporcionando, si estamos hablando del Puerto de Veracruz podríamos fondearnos con un danzón, si hablamos de Guadalajara con el jarabe tapatío, etc.

Los efectos refuerzan una idea y los silencios permiten crear misterio, reflexión. El vestido de la estación de radio *La Temeraria 1580* era agresivo auditivamente, de una estación que no le temía a ninguna de las otras, por lo cual se apoya en efectos de impactos, rugidos, explosiones, etc. *Entendamos por vestido “el texto sonoro creativo, las formas que en radio se complementan con fondos; es la arquitectura bien planteada.”*<sup>16</sup>

Una vez conocido el lenguaje radiofónico, es necesario que tomemos en cuenta la forma correcta de escribir para radio, la redacción. Ya que quien elabora un guión debe tener la capacidad de que sus ideas basadas en imágenes visuales puedan quedar plasmadas al momento que se convierten en audio; saber contar historias que nos permitan conversar directamente con el escucha, estructurando mensajes sencillos.

Ya que la atención que el ser humano presta a través del oído es tan solo del 15 por ciento, el escritor debe procurar no saturar el guión con muchos mensajes hacia el receptor, ya que fácilmente se perderá. Los expertos recomiendan la lectura en voz alta, pues ello nos permitirá detectar errores en la redacción del mismo, tales cómo: muletillas, aumentativos y diminutivos, la forma en que usamos los números; siglas y abreviaturas o signos de puntuación, ya que si no los empleamos o lo hacemos de manera incorrecta el locutor no podrá darle el sentido que se busca en el mensaje; así como el lenguaje que estamos utilizando.

---

<sup>16</sup> www.shared4.com

Un escritor profesional de radio debe tener cuatro cualidades básicas:

1. La primera de ellas es la Empatía, que consiste en tener un amplio conocimiento de lo que se pretende hacer, quien es su auditorio y dominar el tema.
2. La segunda es el estilo de redacción, que es la forma en que escribe y la manera en que emplea la claridad, la brevedad, la sencillez, la naturalidad, la objetividad y originalidad.
3. La tercera es el orden y claridad, que son la manera en que el escritor deberá organizar sus ideas; son el soporte para la redacción en radio. Se basan en la forma en la cual cotidianamente hablamos, estructurando la frase con sujeto, verbo y predicado.

Algunas recomendaciones para lograr la claridad son:<sup>17</sup>

- Exponer cada idea en una sola oración.
  - No sustituir el sujeto por un pronombre, ya que el uso del pronombre obligaría al oyente a recordar, cuál es el referente que ha sustituido.
  - Utilizar verbos en voz activa; utilizar verbos que describan con claridad una acción.
  - Evitar la utilización de formas negativas.
  - El uso del presente, el ayer no es noticia.
4. Y la última de las cualidades, es la síntesis. Debido al corto tiempo del que se dispone en radio el escritor debe resaltar los puntos más importantes del texto, eliminando” la paja”, que solo lo hace más largo y tedioso.

---

<sup>17</sup><http://recursos.cnice.mec.es/media/radio>

Debemos tener siempre en cuenta que el mensaje en radio es para platicarlo más no para leerlo tal cual escrito está.

Es tiempo ahora de hablar de la guía que nos permitirá tener conocimiento de lo que se llevará a cabo, donde quedarán marcadas todas las especificaciones tanto del texto, la música y los efectos, misma que nos ayudará a dejar la improvisación a un lado. “El guión es el instrumento que sirve para planificar cualquier programa radiofónico y, especialmente, para prever todo el material sonoro que será necesario para su producción.”<sup>18</sup>

El guión permitirá a todos los involucrados dentro de la producción saber el papel que deberán jugar al momento de la realización. Existen dos tipos de guiones en radio: guión literario y guión técnico. Para su mayor comprensión será necesario explicar las características de cada uno de ellos.

El guión literario es el documento donde se plasma la idea de lo que se quiere realizar, es toda la información recabada plasmada en papel; el proyecto completo en sí.

Mario Alberto Pérez Hernández comenta que para construir un guión se siguen dos pasos:<sup>19</sup>

- El primero, es la etapa donde el escritor comienza a indagar sobre el tema, buscar sus fuentes de información, establecer sus objetivos, definir su proyecto. Así como también es necesario cultura general cimentada en el hábito de la lectura y una ardua labor de investigación; es pues, la documentación.

---

<sup>18</sup> Idem

<sup>19</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa, 1998. p. 27

- Y el segundo, una vez que tenemos toda la información en necesario seleccionar solo aquélla que nos será realmente útil.

Mientras que el guión técnico es el: “documento en el que se presentan las escenas que componen el desarrollo de un argumento para cine o televisión, divididas en planos sucesivos numerados, con especificaciones detalladas de las necesidades de expresión y movimiento de los actores.”<sup>20</sup>

En el guión técnico deberemos incluir toda la información sobre el programa que estamos realizando, la música y los efectos de sonido que habrán de requerirse, y en qué momento; el guión literario ya delimitado, al igual que la intención que el locutor deberá darle al texto a través del manejo de la voz. Es decir todas las indicaciones en lo que a audio respecta.

En cuanto a voz se refiere, desde un punto de vista más estructural y directamente aplicable al guión técnico, es necesario recalcar los planos sonoros en los que se cataloga ya que éstos nos permitirán marcar distancias y delimitar los espacios, lo que permitirá al radioescucha echar a volar su imaginación y en su mente visualizar las imágenes auditivas sin necesidad de recurrir a la vista. “El plano radiofónico no es más que un efecto acústico que genera en el receptor la sensación de que existe una determinada distancia entre él y todos aquellos sonidos que está escuchando.”<sup>21</sup>

Cuando la voz está cercana al micrófono y resalta sobre de cualquier otro sonido, llámese música, efecto o sonido, decimos que está en primer plano. Éste nos permite crear cercanía, nos hace ganarnos la confianza del auditorio pues es el que utilizamos en nuestra vida diaria. Cuando nos distanciamos del micrófono y la voz o la música se perciben en un plano medio, es decir al

---

<sup>20</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México. ed. Trillas, 1997. p. 296

<sup>21</sup> <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio>

mismo nivel, hablamos de un segundo plano. Y cuando la voz se pierde con los sonidos y se escucha el bullicio es porque se habla de un tercer plano.

No podemos finalizar este primer capítulo sin hacer mención de la herramienta física de trabajo del locutor que le permite a la voz, en el plano que esté, magnificar el sonido, convirtiéndose en energía eléctrica y así poder volar por los aires hasta llegar al lugar donde nos encontremos, me refiero específicamente al micrófono.

“Los micrófonos son dispositivos capaces de transformar las variaciones de la presión del aire, que corresponden a la gama de frecuencias de las ondas sonoras audibles por el oído humano, en señales eléctricas.”<sup>22</sup>

Las características que debemos conocer para la correcta elección de un micrófono van en función de la sensibilidad, fidelidad, respuesta de frecuencia y direccionalidad. Éstos últimos pueden ser: “unidireccionales, bidireccionales y omnidireccionales.”<sup>23</sup>

En radio según comenta Pilar Vitoria, los micrófonos profesionales más usados son:

El de espiral móvil ó también llamado dinámico.



“Es un micrófono direccional, poco sensible a las ondas acústicas y físicamente robusto.”<sup>24</sup>

Figura 2. [www.productormusical.es](http://www.productormusical.es)

<sup>22</sup> DE ANDA Y RAMOS, Op. Cit., p. 324

<sup>23</sup> VITORIA, Pilar. *Producción radiofónica*. México. ed. Trillas, 1998. p. 60

<sup>24</sup> [www.productormusical.es/tipos-de-microfonos](http://www.productormusical.es/tipos-de-microfonos)

El micrófono de cinta.



“De muy buena calidad sonora, sensibles al viento y fácilmente saturable en distancias cercanas. Se usa generalmente en un estudio de grabación.”<sup>25</sup>

Figura 3. [www.productormusical.es](http://www.productormusical.es)

Y el micrófono condensador.



“Son micrófonos de direccionalidad variable tienen una capacidad muy sensible, se utiliza en cabina de radio o estudio de grabación.”<sup>26</sup>

Figura 4. [www.annblogs.com](http://www.annblogs.com)

Las recomendaciones básicas que el locutor debe tener en cuenta para el uso del micrófono son:

En primera nunca acercar los micrófonos a las bocinas ya que estos retroalimentan el sonido y crean un sonido distorsionado. Quién no recuerda haber escuchado a un locutor que le dice a un radioescucha que llama a cabina “*bájale el volumen a tu radio*”. En la cabina de radio “Enamorados 1580”, en el año del 2007, mientras estaba la programación al aire las bocinas se escuchaban normalmente, pero al momento de abrir la perilla del canal del micrófono, éstas se bloqueaban para impedir dicho efecto.

---

<sup>25</sup> Idem

<sup>26</sup> Idem

En el mismo tema de las bocinas, éstas deben ir en dirección del público no del locutor, para evitar rebotes. En días pasados en la conducción de un evento en la colonia Hacienda del Bosque, los encargados de la instalación del sonido omitieron esta recomendación, así que todo lo que yo hablaba, se me regresaba y ocasionaba que perdiera la concentración en lo que estaba diciendo por estarme escuchando.

La distancia recomendada entre el micrófono y la boca es una cuarta, lo que nos permite evitar o disminuir los sonidos naturales de la boca al hablar, y los golpes auditivos al pronunciar determinadas letras.

Algo fundamental que aprendí en Corporación Celaya Radio fue a abrir la boca para la articulación de palabras y sonreírle al micrófono, ya que la voz transmite alegría. “El micrófono recoge hipocresía, desinterés, engaño e irritabilidad, de manera muy clara. El locutor principiante quizá tenga escrúpulos, miedo y se da cuenta de que está ante un instrumento mecánico más que ante un gran auditorio.”<sup>27</sup>

Y por último: “El micrófono no es sordo y la cabina no es el mercado. Hable normal pero con energía, cargando de intención y emoción las palabras. Tampoco se trata de correr. No confunda ritmo con atropello ni estar animado con desgañitarse. Sitúese a una cuarta del micrófono. Es la distancia ideal para la voz. Más cerca, sonará distorsionada. Más lejos, perderá presencia.”<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México, ed Trillas, 1997. p. 495

<sup>28</sup> [www.radialistas.net/manual.php](http://www.radialistas.net/manual.php)

# **CAPÍTULO 2**

**LA PROGRAMACIÓN  
RADIO MUSICAL  
Y RADIO HABLADA.**

El locutor debe conocer sus aptitudes y definir el rol que desea desempeñar dentro de la radio, ya sea en la radio musical o en la radio hablada. Además, debe tomar en cuenta que toda estación tiene una estructura programática de acuerdo a los horarios, el auditorio y la competencia, y que esa labor es parte clave del éxito de una estación y está en manos del programador; mismo que ordena, en el caso de la radio musical, la secuencia que deben llevar las canciones así como también de dar las indicaciones a los locutores de cómo debe ser su desempeño al dirigirse a su auditorio.

Es de suma importancia saber con base en qué criterios arma su programación, los modelos y tipos que hay. La clasificación del auditorio de acuerdo al horario, sin hacer a un lado las características de un programa radiofónico, los formatos y subformatos y todo lo que le permite armar su barra programática.

Isidro Cid Pérez, quien en 2010 tenía a su responsabilidad la programación de las estaciones El y Ella, Radio Fiesta Retro, Radio Lobo Bajío y Radio Lobo Irapuato, comenta que el puesto de programador es el más alto grado al que una persona puede aspirar dentro del medio, ya que después de éste no hay más.

El resultado del trabajo de todos los que participan en la labor de hacer radio, ofrece al público un producto, que el programador de acuerdo a su experiencia colocará en el espacio más conveniente para el auditorio al que va dirigido. El programador tendrá la tarea de conocer su auditorio en cuánto a gustos y preferencias, segmento socioeconómico, creencias, ideología política, etcétera.

De él depende que el escucha se haga parte de la estación a través de los mensajes que le permitan identificarse con los contenidos de los programas,

y más aún, si el lenguaje que comparten ambos es el mismo, con la correcta decodificación por parte del oyente, éste pueda reaccionar y realizar una actividad determinada. De igual forma con la correcta elección de locutores, la forma de dirigirlos y la programación.

El programador, a través de los locutores y del contenido, emite símbolos en los mensajes que estimulan al público para actuar de alguna forma, ya que los mensajes llevan un significado que debe ser entendido por las dos partes.

“En la radio como en otras actividades donde entra la comunicación colectiva, el propósito pragmático es el estímulo para lograr la acción y la venta. La acción puede ser meramente recordatoria o también para lograr algo, pero si no se responde al mensaje no hay una comunicación real.”<sup>29</sup>

Entre una de sus tantas funciones, es además, medir el grado de aceptación o rechazo que se tiene en cuanto a los contenidos y saber el posicionamiento que la emisora tiene. Esto se lleva de acuerdo a una medición de audiencias. Una vez con los resultados en mano, habrá de analizar las fortalezas, debilidades y oportunidades para mejorar la programación.

La radio tiene una característica en relación al mensaje, la redundancia, “retomar una idea en el curso de una emisión, exponer esa idea y, más adelante, regresar a ella en otro contexto aplicándola en una situación de referencia distinta.”<sup>30</sup> Es decir el programador reiterará diversos estímulos al oyente de manera distinta pero siempre refiriéndose a la misma idea.

Cabe señalar que redundancia y repetición no son lo mismo, ya que repetir es: “volver a hacer lo que ya se había hecho ó decir lo que se había

---

<sup>29</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México. ed. Trillas, 1997. p. 494

<sup>30</sup> VITORIA, Pilar. *Producción radiofónica*. México. ed. Trillas, 1998. p. 25

dicho.”<sup>31</sup> Refiriéndonos para cuando no ha habido el impacto deseado de nuestro mensaje con el auditorio.

Francisco de Anda y Ramos, sugiere que el programador radiofónico se relaciona con tres grupos a los que debe atender y en base a ellos se define el rumbo que le dará a la programación. Estos son:<sup>32</sup>

- El grupo en el poder, que de acuerdo a intereses propios y de los empresarios marca la línea sobre los contenidos de los programas que deben seguir.
- El otro son las masas, en las que vamos incluidas todas las personas que pertenecemos a la clase media o baja.
- Y por último, las minorías que no pertenecen al selecto grupo en poder pero que tampoco encaja dentro de los estándares de las masas. Ya que sostiene que: “La programación tenderá a demostrar así una alianza clara con los elementos dominantes sus actitudes y sus deseos.”<sup>33</sup>

Esta relación se da porque los dueños de los medios de producción o empresarios, tienen productos que vender a través de la radio; la masa los escucha, y es quien compra. Y porque cuando son minorías, que en número son grandes el radiodifusor trata de darles más atención. Añadiendo que las estaciones que van dirigidas a las minorías, son las permisionadas; las culturales, las gubernamentales que van a sectores muy definidos como el de los intelectuales por ejemplo.

---

<sup>31</sup> RALUY POUDEVIDA Antonio. *Diccionario Porrúa de la lengua española*. México. ed. Porrúa, 1998. p. 652

<sup>32</sup> DE ANDA Y RAMOS, Op. Cit., p.404

<sup>33</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México. ed. Trillas, 1997. p. 404

En otro orden de ideas, pero siguiendo con el trabajo del programador, el locutor debe saber distinguir los elementos programáticos ya que van conjuntamente de la mano, pero no son lo mismo. Por ejemplo: la programación se refiere a todo lo que en radio se escucha, que va desde el orden y rotación que llevan los temas musicales, los comerciales y el número de cortes que hay por bloque.

En teoría, la integración de la barra programática de acuerdo al auditorio que los escucha y el conocimiento de lo que la competencia ofrece sería la continuidad. Pero en las estaciones de radio en las que laboré y en general, en Celaya y la región, la continuidad se refiere a la labor de aplicar las órdenes giradas del área administrativa con los insertos publicitarios (frecuencia, número de impactos por día) y su programación mezclada entre los bloques musicales o en las producciones que se transmiten en la emisora. Así como elaborar la carta publicitaria que va en función de las pautas en las que se especifica donde van insertados los spots en los horarios que se adapten al de los cortes. Pero según los expertos, esta función se denomina tráfico, que es el orden que deben seguir los comerciales.

Reitero que el programador debe conocer su auditorio, las actividades que realiza quien sintoniza la estación, ya que de acuerdo a él ubicará los programas. Es por eso que la clasificación del auditorio, de acuerdo al horario es un factor determinante que el programador debe manejar con mucha atención.

Por ejemplo: de las 06:00 a las 09:00 de la mañana, se considera el amanecer, donde el auditorio se despierta y se levanta para ir a trabajar, mandar sus hijos a la escuela; en fin, un público que anda de prisa. En este horario Radiofórmula Celaya en el 1540 de am, transmitía el noticiario de Óscar Mario Beteta. En este horario la programación debe ser dinámica, alegre, activa, etc.

A partir de las nueve de la mañana, la señora ya está en la casa realizando sus quehaceres domésticos, en la oficina, ya están trabajando así como también los que laboran en los talleres. Éste es pues, el horario de la mañana. En el mismo caso de Radiofórmula Celaya, primera cadena, llegaban Alfredo Palacios con el programa salud y belleza para dar paso a Maxine Woodside con el programa “Todo para la Mujer”; más dirigidos a amas de casa.

Posteriormente de las 13:00 a 15:00 es el horario de medio día, precisamente a la hora de la comida, la repetidora de la cadena nacional tenía el programa Fórmula de la tarde con Ciro Gómez Leyva. Y si de la tarde hablamos, ésta comprende de las 15:00 a las 19:00, donde hacían su aparición Joaquín López Dóriga, Raúl Orvañanos en “La Fórmula es Deportes”, y José Cárdenas con “José Cárdenas Informa”.

Ya entrando en el horario de la noche, a partir de las siete, hora del regreso a casa o para quienes ya están descansando el programa de “Fórmula Financiera” con Mari Carmen Cortés.

Y para finalizar el día, aquellos valientes que no le temen a los relatos de historias de terror, en el cierre de programación que va de las 22:00 a las 02:00am, escuchando el programa de “La Mano Peluda” con Juan Ramón Saenz. Nutriendo el programa las historias propias de la gente que llama para contarlas. Para quienes llegábamos a operar dicha emisión y tras la soledad de la cabina, lo más socorrido era bajar el volumen de las bocinas a cero; esto para evitar la sugestión, pero revisando el nivel de salida del audio en la consola y el horario de los cortes, ya que Radiofórmula los maneja al minuto 12, 26, 42 y 56, siendo el tercero el único donde no se bloqueaba la publicidad nacional. Este horario de cierre termina a las dos de la mañana; el turno del operador terminaba a las doce, por lo que poníamos nuestro último corte a las 11:56 para dar paso al Himno Nacional, la identificación de la estación y dejábamos correr el programa grabado “Bionatura” del doctor Abel Cruz.

Respecto a los temas que se han venido tratando a lo largo de este capítulo, sostuve una entrevista con el anteriormente citado Isidro Cid Pérez, quien dice: “la programación es la base de las estructuras radiales, es como durante el día vas dividiendo tus segmentos por programa, por contenido, por intereses, por horarios de público objetivo y los tienes que ir acoplando de acuerdo a las necesidades de cada uno. Por eso es que en la mañana están los noticiarios, luego siguen los programas de música de catálogo o de contenido, revistas femeninas -en su mayoría ad hoc al perfil de la ama de casa- y luego algo más tranquilo ó una segunda emisión noticiosa, para la hora de la comida.”<sup>34</sup>

En lo que respecta a la programación de la radio musical Cid Pérez, comenta que ésta se compone de diversas maneras como son: primero por el género de la emisora, por gustos del auditorio, por las pautas que marcan las compañías discográficas, las que finalmente van a decidir que temas van a emitirse de cada artista, esto de acuerdo al plan de mercadotecnia dispuesto para cada intérprete, y finalmente las temporadas, por ejemplo la primavera, vacaciones, el día de la madre, etcétera, y en base a ellas vas definiendo los perfiles.

Sobre la pregunta de que si las estaciones de radio se crean de acuerdo al público o éstas ya van delimitadas desde un inicio, Isidro dijo: “Las estaciones ya tienen un perfil definido. Una estación de música ranchera va a tener programas que vayan de acuerdo a éste como programas del campo, charrería, donde las principales estrellas son: Vicente Fernández, Javier Solís, Pedro Infante, entre otros más.”<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> CID PÉREZ, Isidro. Programador del grupo Corporación Celaya Radio. Entrevista 27 de marzo de 2010

<sup>35</sup> Idem

Al cuestionarle el método de medición para saber el impacto sobre el auditorio respondió. "Hay muchos canales de aceptación. Afortunadamente, los medios masivos de comunicación, ya son tan masivos, que te das cuenta rápidamente que es lo que tienes que tocar, siempre y cuando esté dentro de tu perfil. Por medio de llamadas, Twitter, Facebook, mensajes de texto; donde te das cuenta que tipo de auditorio es el que te está sintonizando, cuando te piden temas de películas, novelas de moda, etc."<sup>36</sup>

"Los estudios de mercado son importantes, siempre y cuando los lleve a cabo una empresa externa, así como buscar un problema a través de una investigación. Tienes que saber para qué lo quieres hacer; para ver cuánta audiencia tienes, para saber qué prefiere la audiencia, nivel en que se encuentra posicionada. Estos estudios se recomiendan efectuarlos cada medio año, porque el auditorio va cambiando de edad y de intereses. Pero la programación no se modifica, hay rangos de edad de acuerdo a cada programa."<sup>37</sup>

Para saber qué tipo de programas debes crear en una estación de radio, afirma que: "En radio no descubres el hilo negro, las fórmulas radiales ya existen desde hace mucho tiempo y solo las vas acoplando; la misma gente lo va marcando de acuerdo a las necesidades de la sociedad en el momento que está viviendo. Por ejemplo, las modas gruperas, aparece el pasito duranguense, tienes que crear un programa con ese género musical porque el ochenta por ciento de la música que te mandan las compañías es duranguense, y tienes que dedicarle una hora; y en cuanto empieza a mermar como buena moda que es, lo quitas, y metes ahora una de Vicente Fernández porque viene el bicentenario y es el único charro mexicano que queda como emblema y lo complementas con canciones que vayan de acuerdo al contexto."<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Idem

<sup>37</sup> Idem

<sup>38</sup> Idem

Isidro Cid -inicio su carrera de locutor en la ciudad de Tuxpan Veracruz, actualmente es el programador de la empresa Corporación Celaya Radio- afirma que: “Todo son fórmulas, ¿cómo aprende un maestro a dar clases? Llegas a la escuela y te dan un formulario de interacción con los alumnos, igual en esto, hay una fórmula, de acuerdo al perfil, en el caso de El y Ella por ejemplo, 70 por ciento en español 30 por ciento en inglés en la programación base; música juvenil pop de baladas sin llegar a la melosidad pero tampoco sin oírme rock; cuántas canciones tocas por hora, de las que toques aplicas las que son en español y las que son en inglés, en un bloque puedes tocar tres baladas y a lo mejor una roquerita, tres baladitas y una en inglés, dos mujeres y dos hombres y así.”<sup>39</sup>

Cid Pérez añade: “Pero eso lo vas aprendiendo en el camino, tampoco cualquiera se puede sentar y decir yo lo descifro, tienes que conocer ritmos, modas, tendencias, estar actualizado en todo lo que musicalmente va saliendo, tienes que tener ese oído, ese “feeling” que te permita saber que intensidad le debes dar a esa rola y la empiezas a tocar poquito, luego más, hasta ser insoportable y luego la vas bajando hasta desaparecer, lo que lleve al auditorio al paso de los años a decir: esa rola yo la escuchaba cuando trabajaba en tal lugar.”<sup>40</sup>

Deja en claro que las estaciones de radio no son para el programador, son para el público que las escucha, no se basan en el ánimo de quién las programa sino de acuerdo al estado emocional de la gente, de acuerdo a las circunstancias por las que atraviesa la temporada festiva.

“Los programadores somos el motor de la maquinita, no somos el trabajo final; es un complemento del trabajo del locutor, la estación, la potencia, la

---

<sup>39</sup> Idem

<sup>40</sup> Idem

calidad del sonido, que el departamento de continuidad no sature de comerciales, pero que tampoco esté flojo. Es un equilibrio entre todo lo que conforma el producto final, el que tú oyes en tu aparato receptor, tiene que estar equilibrado entre buenas canciones, los programas adecuados y el locutor indicado.”<sup>41</sup>

En lo que a la continuidad se refiere, Cid Pérez mencionó que la gente después de dos minutos y medio, pierde la atención sobre lo que se le está diciendo. Y que en las temporadas de buenas ventas, cuando hay saturación de comerciales lo que hace en esos casos es hacer una delimitación de temas que vayan de acuerdo a la temporada, como la navidad, una selección más estricta, ya que no todas son importantes en ese momento. Así como también que los programadores tienen una ley que aplican, no todos pero sí la mayoría, que consiste en que si no te gustan los primeros veinte segundos de una canción, hay que “tirarla”.

Finalizando con: “la repetición es la magia de la radio, el bombardeo constante para el éxito de una canción o mensaje. La vida útil de un programador puede ser eterna pero tienes que renovarte. El trabajo se efectúa en equipo y me respalda una excelente relación laboral tanto con el dueño de la estación, como con mi gente al igual que con lo externo.”<sup>42</sup>

Para conocer los formatos de radio en México basta sólo con encender la radio y darnos cuenta de la gran variedad de estaciones que existen y los diferentes formatos que manejan. Algunos de ellos están basados en modelos norteamericanos y los otros van de acuerdo con la forma y estilo de vida de quienes habitamos en este país. “Formato, es la forma total de programación que presenta una estación de radio. Generalmente conocemos dos formatos: el

---

<sup>41</sup>Idem

<sup>42</sup> Idem

hablado y el musical”;<sup>43</sup> el hablado, va desde estaciones con noticiarios, programas de contenido y en el musical, todos los que tienen como eje principal la música.

Dentro de los formatos de la radio, ya sea hablado o musical, existen diferentes *sub formatos*. Por ejemplo, quién no recuerda haber escuchado en Grupo Acir “*Bonita, con la música de mi tierra*”, con formato musical Ranchero; existen otros sub formatos como: norteño, tropical, duranguense y grupero. El género de música de grupos en la actualidad engloba a todos los anteriores, más el mismo. Siendo el formato comercialmente más rentable. Tanto así que la estación de radio “Enamorados 1580”, al ser rentada por el señor Arturo Flores, Director de Radio Centro en la Ciudad de México, cambió radicalmente de formato para convertirse en grupera, con la expectativa de que iba a desbancar a las ya existentes en la localidad, “La Comadre”, “Radio Lobo” y “La Pachanga”. Muchas fueron sus fallas, que no la dejaron despuntar entre ellas el concesionario con el que se acercó para rentar la estación y el equipo operativo que manejaba la estación, por mencionar algunas.

Otros formatos son: baladas, el noticioso, adulto contemporáneo y hits, en donde entra El y Ella 107.5 y Exa 104.5

En lo que respecta a la clasificación de las estaciones de radio según la Ley Federal de Radio y Televisión: éstas se dividen en dos grupos: las concesionadas y las permisionadas o culturales. Las concesionadas tienen la facultad de lucrar con el tiempo aire, son las que se dedican a vender el tiempo que escuchamos en radio, los comerciales, los patrocinios, en fin, todo lo que le reditúa en el factor económico. En las que cuentan solo con el permiso están: las oficiales, las culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas. Caso contrario, las culturales no pueden vender el espacio a través de spots, sino que

---

<sup>43</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa 1998. p. 10

su función única y exclusivamente que es difundir la cultura; hablábamos antes de las minorías, éstas estaciones van enfocadas a ellas.

Cristina Romo, escritora del libro “Ondas, Canales y Mensajes” menciona algunas características de la radio permisionada que vale la pena conocer. En ellas menciona: “lo que más distingue a las emisoras culturales es que suenan diferente y hay más respeto por la audiencia. Los locutores parecen cercanos al público y la música pasa por un proceso de selección más rígido.”<sup>44</sup>

Comenta además que, en estas estaciones, los locutores tratan de engolar la voz para escucharse como eruditos en el tema y es causa para que la audiencia cambie de estación, poniendo como ejemplo a la radio universitaria y a la estatal. Así como también, que la barra programática esta constituida por programas y no como en el caso de la radio musical de solo canciones. No llevan un control estricto del tiempo, ya que los bloques o cortes no son comerciales y no hay compromiso publicitario con patrocinadores.

Afirma que la radio permisionada no se aprovecha como debiera ser, esto porque se plantean objetivos que a la hora de ponerlos en práctica no se parecen en nada a los fines que persiguen. “Con frecuencia no se maneja a partir de un proyecto congruente, bien planeado y con objetivos claros. No hay precisión, del mismo modo que no hay mucha conciencia de que el establecimiento de objetivos claros pueda permitir el mejor aprovechamiento del tiempo y de los recursos disponibles, así como lograr la colaboración de otras instancias y personas.”<sup>45</sup>

En lo que respecta a la radio universitaria, añade que ésta se creó con la finalidad de difundir cultura y que lo visto en clases trascendiera principalmente

---

<sup>44</sup> ROMO, Cristina. *Ondas, Canales y Mensajes*. México. ed. Iteso 1991. p. 58

<sup>45</sup> *Ibidem*. p. 60

para los que no tenían acceso a las aulas. De igual forma que ahora se confunden con el hecho de difundir la cultura a través de música culta, dejando a un lado el saber. Que a la mayoría de las estaciones las tienen en el olvido. Bastaría solo echar mano de los alumnos y maestros que sin necesidad de recibir una retribución económica darían todo el esfuerzo para sacar adelante la programación. Celaya cuenta con una radio universitaria; Radio Tecnológico en el 1210 de AM.

Ya hemos hablado de la radio musical, ahora toca el turno al papel que juega la noticia en radio. “Noticia en radio es transmitir la narración concreta y actual de hechos trascendentes que interesen a la comunidad.”<sup>46</sup>

La estructura que lleva la información en radio se compone de la siguiente manera: por una *cabeza*, que es el título de la nota, lo mas importante, de qué se trata; para dar paso al desarrollo de la nota conocido como *entrada*, que responde a las cinco preguntas básicas: qué, quién, cómo, dónde, cuándo, algunos autores como Pérez Hernández añade el por qué y para qué, que sirven para complementar la información al momento que suceden los hechos.

Una vez armada la entrada viene la *narración*, donde se complementa con datos e información adicional, como testimonios, etc. Para concluir con el *cierre o remate*, que es la conclusión de nuestra nota.

“El noticiario breve en radio es un programa corto de noticias, una serie de notas precedidas de una presentación y separada por ráfagas o cortinas musicales y que presentan diversos formatos.”<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México, ed. Porrúa, 1998. p. 143

<sup>47</sup> *Ibidem*. p. 149

Mientras que los noticiarios de larga duración son sistemas informativos donde se trasmite el material que generan los reporteros, donde se distribuye la información por bloques con objetividad y con estilo propio. “Un noticiario de larga duración es la emisión informativa que busca a través distribución coordinada y bien estructurada, mantener informado al auditorio de forma analítica, coherente, objetiva y amplia de lo que sucede en su rededor.”<sup>48</sup>

Habrá que conocer la manera en que se produce un noticiario de larga duración, el cual es resultado del trabajo de reporteros, jefe de información, operadores de consola, productor y conductores. El tiempo de duración del noticiario va desde los 30 minutos hasta 4 horas. Ejemplo de ello lo encontramos en Radio Fórmula primera cadena nacional, con el noticiario en los tiempos de la radio, que comienza a las 06:00 de la mañana y termina a las 10:00 horas. Con una estructura bien definida, los comentarios de Oscar Mario Beteta, así como con sus secciones e invitados, un estilo ágil en la información, con tiempos bien definidos de salida a corte ya que de no respetarlos los corta la “guillotina” como le nombra el propio conductor.

Quien trabaja en un noticiario de radio debe estar al pendiente de la información que generan otros medios, como la prensa escrita para analizarla y compararla con la propia, y el enfoque que le dieron a la información. El noticiario en los tiempos de la radio con Oscar Mario Beteta de Radio Fórmula, hace un resumen de las principales columnas de los diarios a nivel nacional.

De igual forma, debe prestar atención a los cables y comunicados que envían las dependencias gubernamentales o agencias informativas. Y por último de la información que generen los corresponsales, por ejemplo: el noticiario “*Así Sucede*” tiene un corresponsal en Guanajuato, Salvador

---

<sup>48</sup> Ibidem. p. 163

Contreras, mismo que cubre la información que se genera en la capital del Estado.

La información contenida en la prensa escrita no puede ser leída tal cual en un noticiero de radio ya que ésta se debe adaptar al lenguaje radiofónico, ya que entrega la información en menos tiempo. “La frase, para ser captada plenamente no debe reunir más de trece palabras; que una frase de veintidós a treinta palabras se ofrece ya de dificultosa aprehensión y que si además escasean los verbos, acaba siendo del todo inaprehensible.”<sup>49</sup>

En otro orden de ideas, es importante que conozcamos la diferencia en los términos empleados para designar los nombres de programas, emisiones, espacio radiofónico y sección radiofónica ya que según Pilar Vitoria, asegura que Merayo Pérez, dice que la gente en lo general los confunde y piensan que son lo mismo. El locutor debe conocer y saber diferenciar cada uno de ellos.

“Un programa, es una serie o un conjunto de emisiones que están agrupadas bajo un mismo título, permanente adaptando el mismo formato y la misma duración.”<sup>50</sup>

Por su parte Vitoria considera que el programa radiofónico se conforma de algunas características como lo son: el tiempo que dura al aire el programa, el tiempo de vida que los empresarios le dan a éste, el horario y los días en los que se trasmirá, el hecho de que hasta que no salga al aire no se considera programa, debe llevar contenido, la pura música no se considera programa, un programa nace de la inquietud de quién lo crea y siempre lleva una intención y por último, todo programa debe apoyarse en los elementos radiofónicos. La clasificación que propone la citada es: temporalidad, periodicidad y título, difusión radiofónica, mensaje con significación, ideación y unidad de criterio, y

---

<sup>49</sup> M. HAYE, Ricardo. *Hacia una nueva radio*. Argentina. ed. Paidós 1995. p. 91

<sup>50</sup> PÉREZ Hernández, Op. Cit., p. 128

adecuación al canal. En relación a esto, “Programa de radio es un tiempo cuyos límites han sido previamente determinados, y habitualmente sometidos a una cierta periodicidad, durante el que se difunden bajo un mismo título mensajes que en sí mismos y en su presentación formal mantienen una unidad de criterio y se adaptan con calidad a la peculiaridades del canal radiofónico.”<sup>51</sup>

En lo que respecta a la programación radiofónica, referíamos anteriormente que consiste en el espacio, tiempo y hora del día, que ocuparán los programas dentro de la barra conforme a la intención que llevan y al auditorio al que va dirigido “es una ordenación coherente de los distintos programas a emitir de acuerdo a los fines de la emisora y las características de la audiencia.”<sup>52</sup>

Se referirá el término *emisión*, en el que Aníbal Arias Ruiz comenta: “la palabra emisión implica el hecho de la emisora en funcionamiento, desde que empiezan a emitir los servicios técnicos, es decir la transmisión, hasta que terminan. Una emisión puede comprender programación variada durante el día. El programa no puede comprender varias emisiones, porque si él no se trasmitiese por medio de una emisión, no existiría.”<sup>53</sup>

En lo que respecta a las secciones de un programa, se refiere a las partes que conforman a éste, la sección de salud, deportes, espectáculos, etc. Éstas pueden ser fijas u ocasionales.

Es tiempo de conocer el cuadrante, el universo radiofónico emisor en Celaya en Abril de 2011, las estaciones locales, el formato, la frecuencia y el grupo o empresa radiofónica a la que pertenecen.

---

<sup>51</sup> VITORIA Pilar. *Producción radiofónica*. México. ed. Trillas, 1998. p. 108

<sup>52</sup> Idem

<sup>53</sup> Ibidem. p. 109

Frecuencia	Estación siglas	Nombre de la estación	Género	Grupo al que pertenecen
740 am	XEOF	Romántica 740	Balada del recuerdo	TVR COMUNICACIONES
780 am/104.5fm	XEZN	Exa FM	Pop	TVR COMUNICACIONES
840 am	XEFG	La Pachanga	Grupero	TVR COMUNICACIONES
920 am/ 88.1fm	XERE	La Comadre	Grupero	Grupo Acir
950 am	XECEL	Radio Lobo	Grupero	Corporación Celaya
1210 am	XEITC	Radio Tecnológico	Escuela radiofónica	Instituto Tecnológico de Celaya
1360 am	XEY	Radio Fiesta Retro	Balada	Corporación Celaya
1540 am	XENC	La Auténtica 1540	Grupero	Grupo Trébol
1580 am	XEAF	La Temeraria 1580	Grupero	Sm Radio
107.5 fm	XHCGT	El y Ella	Pop	Corporación Celaya Radio

Podemos apreciar en la tabla que son diez estaciones las que transmiten directamente desde Celaya, dos de ellas lo hacen “en combo” es decir en las dos frecuencias tanto *AM* como *FM*. El género musical que predomina es el grupero con cinco estaciones. Cabe mencionar que la XEOF después de una larga vida como “*Romántica 740*” la cambiaron al género grupero como “*La Mejor 740*”, para posteriormente al paso de un par de años regresar al género anterior.

Por último veamos la barra programática que nos ofrece la estación musical El y Ella 107.5 FM perteneciente a Corporación Celaya Radio.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> CID PÉREZ, Isidro. Programador del grupo Corporación Celaya Radio. Entrevista 05 de Abril de 2010

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
00:00 00:30 01:00 01:30 02:00 02:30 03:00 03:30 04:00 04:30 05:00 05:30	<b>BARRA MUSICAL NOCTURNA</b>  Solo lo mejor de la música en balance perfecto para disfrutar la noche				Dj 107.5 Las mejores Para iniciar De fin de  <b>BARRA MUSICAL NOCTURNA</b>	Dj 107.5 Mezclas la fiesta semana  <b>BARRA MUSICAL NOCTURNA</b>
06:00 06:30 07:00 07:30 08:00	<b>N.A.S 1ERA EMISIÓN</b> Información veraz y oportuna con la fuerza de la verdad el amanecer del día a día con la certeza del sistema líder				<b>BARRA MUSICAL</b>	<b>BARRA MUSICAL</b>
08:30 09:00 09:30	<b>RETROSPECTIVA DE EL Y ELLA</b> Lo mejor de la música del ayer 80, 90 y el inicio de la década actual.				<b>FRENTE POLÍTICO</b>	<b>BARRA MUSICAL</b>
10:00 10:30 11:00 11:30 12:00 12:30 13:00	Avance N.A.S Avance N.A.S Avance N.A.S Avance N.A.S	<b>BARRA MUSICAL</b>  Solo lo mejor del pop en español e inglés para acompañar tu día			<b>TOP 20</b> Las canciones más solicitadas en la semana  <b>EN ALAS DEL</b>	El clásico de la radio con la música de los 70 y 80 Para vivir y recordar
13:30 14:00	<b>N.A.S 2DA EMISIÓN</b> La secuencia del acontecer diario y las noticias que hacen el día a día con la fuerza de la verdad				<b>TIEMPO</b> Los 70 y 80 en para Vivir y	<b>EN ALAS DEL</b>
14:30 15:00 15:30 16:00 16:30	Avance N.A.S	<b>BARRA MUSICAL</b> Solo lo mejor del pop en español para acompañar tu día			Recordar <b>BARRA MUSICAL</b>	<b>TIEMPO BARRA MUSICAL</b>
17:00 17:30	Avance N.A.S	<b>ESTUDIANTES DE EL Y ELLA</b> Consejos y los mejores sitios y recomendaciones para los estudiantes.			<b>BARRA MUSICAL</b>	<b>BARRA MUSICAL</b>
18:00 18:30	Avance N.A.S	<b>BARRA MUSICAL</b>			<b>BARRA MUSICAL</b>	<b>BARRA MUSICAL</b>
19:00	<b>N.A.S 3RA EMISIÓN</b> Resumen del acontecer diario y las noticias que marcan la pauta en el día a día				<b>BARRA MUSICAL</b>	<b>BARRA MUSICAL</b>
19:30	<b>BARRA MUSICAL</b>					
20:00 20:30 21:00 21:30	<b>ENAMORADOS DE EL Y ELLA</b> La música que envuelve al corazón acompañada de opiniones y mensajes para las parejas que viven el amor del lado de él y ella				<b>BARRA MUSICAL</b>	<b>BARRA MUSICAL</b>
22:00 22:30 23:00 23:30	<b>BARRA MUSICAL</b>			Dj 107.5 Las mejo Para inici De fin de	Dj 107.5 res mezclas ar la fiesta semana	<b>HORA NACIONAL BARRA MUSICAL</b>

Esta tabla nos muestra como está integrada la barra programática de “El y Ella”, misma que cuenta con programas que, como se explicó anteriormente, van de acuerdo al horario y al auditorio; una emisión informativa en el amanecer; un programa musical en la mañana, con temas de catálogo para el público que ya está en casa o en la oficina, otro por ejemplo, para los estudiantes en el horario de la tarde, etcétera y los fines de semana en el horario de la noche mezclas musicales. Una combinación de música incluyendo el género noticioso.

# **CAPÍTULO 3**

LA VOZ COMO  
PRINCIPAL HERRAMIENTA  
DE LA LOCUCIÓN.

El locutor debe saber cómo funciona su principal herramienta de trabajo, cuál es la forma correcta de llevar a cabo la respiración, lo que le permita tener un cuidado de sus cuerdas vocales.

La voz es la herramienta principal del locutor y el elemento base en los sonidos de la radio; de ella dependerá el éxito de lo que queremos transmitir. No basta una voz agradable, se requiere que el locutor la pueda manipular de distintas maneras de acuerdo a la intención del mensaje, misma que nos permita alertar la atención del auditorio.

Para que se dé el proceso de la voz, involucraremos a tres grandes protagonistas en nuestro organismo. Aquél que nos permita introducir y exhalar el aire que entra a nuestros pulmones, ese aire que entra y, al salir, hace vibrar las cuerdas vocales y producen el sonido; de igual forma, la resonancia que se produce de ese sonido en nuestras cavidades que sale convertido en voz; hablamos pues, del aparato respiratorio; se compone de las vías respiratorias. Aparato fonador; su órgano principal es la laringe y aparato resonador; compuesto por todas las cavidades como: faringe, boca, fosas nasales y senos óseos.

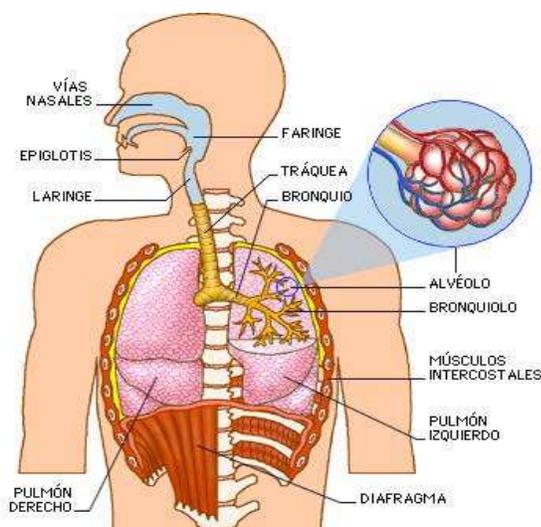


Figura 5 [www.6toplanetaverde.blogspot.com](http://www.6toplanetaverde.blogspot.com)

Para que la trasmisión de la voz cubra las características implícitas en el mensaje, ésta debe ser *suficiente*, es decir, que de acuerdo a la correcta respiración apoyada en el diafragma, tenga la duración y fuerza requeridas. *Clara*, que haya una correcta pronunciación de las palabras, la dicción, para que sean entendidas. Y *expresiva* que pueda llevar la intensidad, inflexiones, etcétera, que nos permitan hacer entendible el mensaje.

Diafragma es: “tabique muscular dispuesto en forma de bóveda entre el tórax y el abdomen.”<sup>55</sup>

Cristián Caballero clasifica a la radio como un medio defectivo (ya que explica que no va acompañada de un apoyo visual), que le permita complementar el entendimiento del mensaje, al contrario toda la fuerza va en la voz la cual tiene que ser clara, expresiva y bella apoyándose en ruidos naturales y en la música.

Además recomienda que el locutor que tiene el interés de tomar un micrófono en mano, en el ámbito que fuere debe:<sup>56</sup>

- Tener un amplio conocimiento sustentado en la lectura, no se trata de saberlo todo porque sería imposible, pero si que nuestro mensaje tenga una base.
- Tener sentido del humor sin llegar a rayar en lo ridículo, que lo haga parecer como un payaso y con buen manejo de comentarios irónicos.
- Estar siempre animoso al momento de hablar, el micrófono capta el desgano y la apatía.

---

<sup>55</sup> CABALLERO, Cristián. *Cómo educar la voz hablada y cantada*. 18 edición. México. ed. Edamex, 2007. p. 29

<sup>56</sup> *Ibidem*. p. 17

- Capacidad de improvisación. No quiere decir que vayamos sin la preparación previa requerida, sino en casos donde la situación se sale de lo planeado, sepa cómo sobrellevarla y salir adelante.
- En los medios de comunicación, el trabajo en equipo no puede reconocerse como independiente, todo requiere del esfuerzo en conjunto de los involucrados.
- No por el hecho de que la labor del locutor llegue a ser reconocida, éste presente desplantes de altanería o soberbia.

Pilar Vitoria dice que el proceso que lleva la producción de la voz se conoce como fonación y el de las palabras como articulación. Que la articulación es la forma en que abrimos nuestra boca para dar la forma correcta a la palabra, que cada letra tiene su forma distinta de colocar los labios.

Además que, las palabras al originarse de un sonido poseen ciertas características al igual que las de las ondas sonoras.

La intensidad, que es como se determina un sonido en cuanto a su fuerza que puede ser alta o débil y que ésta se conforma de cuatro elementos como son: “el ánimo, triste, indiferente, alegre; la importancia subjetiva que se dé a cada elemento de la expresión; la articulación de los sonidos, y las características propias de la comunidad lingüística, idioma.”<sup>57</sup> La intensidad sumada a las pausas que hacemos para remarcar determinada frase y a las variaciones de voz, originan lo que es la entonación, de la cual hablaremos más adelante.

---

<sup>57</sup> VITORIA Pilar. *Producción radiofónica*. México. ed. Trillas, 1998. p. 48

El tono, es: “la sensación que la frecuencia de una onda produce en el oído humano, y puede ser agudo o grave. El sonido tiene tono agudo cuando la onda sonora es de frecuencia elevada y grave cuando la onda sonora tiene una frecuencia reducida.”<sup>58</sup>

Vitoria, explica que lo que hace expresiva a la voz es el tono, porque lo mismo hacemos en nuestra vida cotidiana, hacer cambios en la voz de acuerdo a la conversación que estamos llevando y al momento que relatamos.

Vamos ahora con el timbre, que éste se genera de acuerdo a características propias y particulares de las personas, por ejemplo una niña, una anciana, un enfermo, etcétera.

Y viene la cantidad o duración, que es el tiempo en que se lleva a cabo la voz, hasta que termina. El desarrollo de la palabra puede ser rápido o lento, cada una con sus respectivas ventajas y desventajas, por ejemplo: puede llamar la atención, captar el interés del auditorio al hacerlo de manera ágil, o puede mostrar la duda, el cansancio hacerlo de manera lenta.

Decíamos que la radio vende imágenes auditivas y para que el auditorio las comprenda de manera correcta, el locutor debe esforzarse por pronunciarlas como deben de ser.

Vitoria hace mención sobre cuatro variables de la locución que se relacionan también con las características del sonido ellas son: la vocalización, entonación, ritmo y actitud del hablante.

---

<sup>58</sup> Idem

- Vocalización se entiende como: “articular con la debida distinción las vocales, consonantes y sílabas de las palabras para hacer plenamente inteligible lo que se habla o se canta.”<sup>59</sup>
- Entonación, va en función de las pausas que hacemos al momento de hablar para meter aire a nuestro organismo y la interpretación de los signos de puntuación. En este inciso hay dos subdivisiones que son la pausa natural para respirar y la pausa que hacemos, porque nos lo marca el texto.
- El ritmo, estará de acuerdo a la intención que el programa quiera comunicar, al estilo personal de quien hace uso del micrófono, a la velocidad que le dan a las palabras.
- La actitud manifiesta al intervenir al aire por parte del locutor, debe ser sencilla, sin palabras rebuscadas y con el más grande respeto para las dos partes, sin que esto se escuche plano, monótono y aburrido, ni tampoco que suene a bromas no organizadas que concluyen en absurdos.

La forma en que podemos darle realce a nuestra voz va en función de la intención que queramos darle al texto, modulando nuestro tono de voz, subir la voz; no es lo mismo que gritar; hay ocasiones en que debemos bajarla, los silencios juegan un papel muy importante aquí. La distancia, que es el trayecto que hay entre cada punto de la onda. Así como el tiempo que la cuerda vocal dura moviéndose desde el inicio hasta el final.

---

<sup>59</sup> Ibidem. p. 50

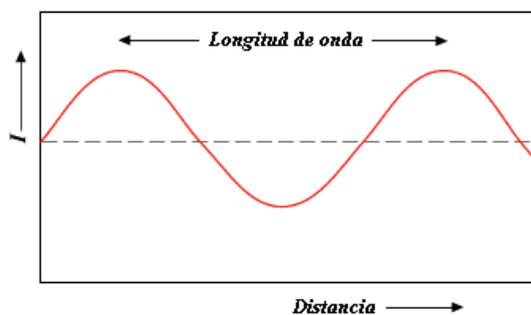


Figura 6 [www.uachfcqqbp.blogspot.com](http://www.uachfcqqbp.blogspot.com)

El sonido de la voz se produce de la vibración de las cuerdas vocales. La vibración tiene ciertas características como la frecuencia, que es el número de ocasiones en que la onda se mueve en un tiempo determinado. Así como la forma que adquiriera la onda de acuerdo al movimiento de ésta.

Las características de la vibración anteriormente mencionadas, van en relación con las características del sonido, por ejemplo: la frecuencia produce el tono de voz que es “La calidez de agudez que nos permite diferenciar graves y agudos.”<sup>60</sup> La amplitud determina la intensidad, es decir, el volumen. La duración es el tiempo que dura la cuerda produciendo el sonido. Y la forma, que es las distintas maneras en que se produce la vibración de la cuerda vocal, lo que origina el timbre o color de voz.

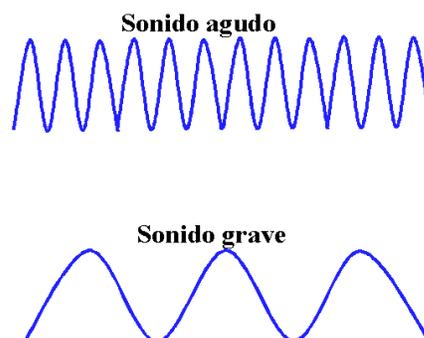


Figura 7 [www.uam.es](http://www.uam.es)

<sup>60</sup> CABALLERO, Cristián. *Cómo educar la voz hablada y cantada*. 18 edición . México. ed. Edamex, 2007. p 22

Como se ha mencionado, el aire es el que hace funcionar la maquinaria de la voz al hacer vibrar las cuerdas vocales por medio de la respiración. La respiración consta de dos fases: la aspiración que es la introducción del aire hacia los pulmones y la espiración que es la expulsión del mismo.

La respiración que usan aquellos profesionales que se dedican a vivir de la voz se llama respiración forzada. En la que para aspirar incluyen más músculos para al momento de llevarla a cabo llegue hasta el diafragma y al momento de espirarla hacerlo lentamente para que el aire toque las cuerdas inferiores y la resonancia se dé desde una cavidad y producir el sonido sin dañar las cuerdas vocales y con la práctica se pueda tener más control sobre ella.

Los sonidos que emite el ser humano que no representan significado alguno suelen ser universales tales como: el dolor, el placer, la risa entre otros, se les conoce como símbolos vocales. Mientras que los sonidos arbitrarios son aquellos en los que a través del idioma el que lo dice y el que lo escucha claramente lo pueden entender y que si un extranjero lo escucha no podría captar su significado.

Esta teoría del sonido oral viene al caso, porque el locutor basado en la forma ideal de respirar debe hacer una clara pronunciación de los fonemas, palabras y los sonidos que puede emplear como recursos al momento de hablar para que puedan ser descifrados por el auditorio.

Los fonemas son considerados elementos sonoros del lenguaje y la letra es la forma escrita.

La clasificación de los fonemas de la lengua castellana es propuesta por Cristián Caballero de la siguiente manera:<sup>61</sup>

- Timbres básicos: son la variedad de sonidos que emanan de la vibración de las cuerdas vocales, con las letras a, e, i, o, u. la correcta realización de ellas viene de la impostación.
- Los sonidos auxiliares son los que no toman como punto de apoyo las cuerdas vocales sino que la vibración producida por el aire se da en las cavidades, ejemplificando las letras m, n, l, r, s, j.
- Los ataques son la manera en que inicia un sonido. Su tiempo de duración es corto, pero no por ello deja de ser importante su pronunciación. Probemos con las letras b, f, ch, g, que inician con un pequeño golpe pero al momento de añadirle la vocal deja de ser perceptible.
- Los sonidos mixtos nacen de la unión de sonidos auxiliares y timbres básicos que llevan a la pronunciación de letras como la ll y la ñ.

Entendemos por respiración “la aspiración silenciosa, adecuada y con la cantidad necesaria de aire y la espiración de manera regulada. La respiración colabora en el ritmo y la presencia de la voz en la lectura.”<sup>62</sup>

“La corriente del aire resultante de la espiración controlada constituye una columna constante y regular, que será convertida en sonido por la acción de las cuerdas vocales inferiores. Ese sonido será modificado y ampliado por el aparato resonador. La correcta vibración de la columna de aire para producir el sonido es el objeto de la impostación de la voz.”<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Ibidem. Pág 59

<sup>62</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa, 1998. p. 184

<sup>63</sup> CABALLERO, Op. Cit., p. 63

La impostación: “es la correcta utilización de la espiración para la producción del sonido con el máximo rendimiento y el mínimo esfuerzo posible. La impostación es la producción natural y correcta de la voz sin esfuerzos ni errores.”<sup>64</sup>

Lo más que se pueda eficientar el aire que espiramos y lo menos que se pueda involucrar a la garganta es lo que se conoce como impostación. El error está en que desde pequeños no nos enseñan a respirar y lo hacemos más por instinto que por saberlo hacer. Cantantes profesionales utilizan la técnica, lo que les permite seguir cantando y conservando su voz en el transcurrir de los años.

Cuando nuestro órgano fonador y el resonador hacen bien su trabajo decimos que la impostación cuando es bien llevada a cabo, permite que conozcamos nuestro sonido verdadero de la voz. Impostar no quiere decir fingir la voz como la mayoría lo cree. Es de manera contraria, es la forma en que se debe respirar. Tanto hombres como mujeres intentan fingir su voz para adecuarla a la personalidad que desean proyectar, pero esto no lleva a nada. Todo se efectúa desde la garganta lo que solo la desgasta y origina que estemos afónicos.

La dicción es: “la correcta pronunciación de cada letra, cada sílaba y cada palabra, sin elevar el tono o el volumen de la misma para hacerla pasar desapercibida. Es leer con claridad.”<sup>65</sup>

Alberto Pérez Hernández, complementando lo que dice Cristián Caballero sobre errores en los que incurren los locutores, menciona que entre ellos están:<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ, Op. Cit., p. 184

<sup>65</sup> Idem

<sup>66</sup> PÉREZ HERNÁNDEZ Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa, 1998. p. 187

- El *esdrújulismo*. Menciona que es la acentuación equivocada de las palabras para remarcar la información o darle más énfasis. Este error viene de hacer el cantado de las palabras como si fuera en un noticiario.
- El *sonsonete* es en sí el cantado que hacen los locutores al momento de leer el texto o hablar influyen las costumbres regionales de cada persona.
- El *rengloneo*, es no respetar los signos de puntuación en el texto y leer solo renglón por renglón sin transmitir la intención que lleva implícito el mensaje.
- La *nasalidad* es cuando el aire resultante de la espiración hace la resonancia en la nariz y se escucha como si el locutor estuviera mormado.
- La *guturalidad* o engolamiento; una voz engolada es sinónimo de belleza, pero no permite una buena dicción ya que la garganta no se abre completamente, el locutor forza la voz y el engolamiento al transcurrir de la locución es tediosa para el auditorio.
- El *falseteo*, es un defecto que se da más en las locutoras, ya que adelgazan la voz y ésta se oye aguda o de voz chillona lo que también resulta molesto para el oyente. El punto está en respirar y apoyarse en el diafragma para darle volumen.

Pérez Hernández, menciona además que hay dos defectos en los que se debe prestar una mayor atención.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Ibidem. p. 188

*Defecto de dicción:* que consiste en una lectura ideal, en la cual le demos la correcta pronunciación y articulación a las palabras sin comernos letras. Tomar en cuenta la forma en que tenemos que abrir la boca para dar la intención buscada; si no se abre la boca, las palabras no son entendibles o si se abre de forma incorrecta para pronunciar una letra ya no se escucha como debiera ser. Los locutores cuando entraban a la cabina de grabación para hacer un spot leían el texto, el operador prestaba la mayor atención a la lectura ya que hay ocasiones en las que para el locutor y el grabador la letra final de algunas palabras pasa inadvertida porque no se le da la fuerza que requiere esas letras son la “s”, la “l”, y la “n.”

*Defecto de respiración:* quienes no utilizan la respiración como punto de apoyo para una eficaz locución empiezan su frase con mucha fuerza y ésta va disminuyendo en volumen conforme el aire se acaba y al momento de volver a respirar para recuperar la idea en la que nos quedamos, se escucha cómo el locutor jala el aire para meterlo, pues en algunas ocasiones lo hace con la boca. La finalidad es acostumbrarnos a hablar con el diafragma y no con la garganta.

Para que el locutor se acostumbre a llevar a cabo la respiración diafragmática es necesario practicarla todos los días hasta que se habitué y ya la haga de manera inconsciente.

En el libro prácticas radiofónicas recomienda que.<sup>68</sup>

- 1) *Respire bruscamente hacia fuera hasta sentir que deja completamente vacíos los pulmones, tratando de meter lo más posible con el abdomen, hasta provocar una ligera sensación de asfixia.*
- 2) *Realice ahora una aspiración profunda y forzada, permitiendo que el aire penetre por la boca y la nariz. Imagine que el estómago es un globo que*

---

<sup>68</sup> Ibidem. p. 190

*trata usted de inflar a su máxima capacidad. No olvide que cuando el aire entra el viento sale y viceversa.*

- 3) A continuación expulse todo el aire aspirado, inclusive apoyando el abdomen con sus propias manos.*
- 4) Realice este ejercicio varias veces hasta que se convierta en algo cotidiano, es decir, que lo realice automáticamente.*

*Ya dominada la respiración diafragmática, realice constantemente, mañana y tarde ejercicios de aspiración y espiración, puede ser tomando mucho aire y contando del uno al 20 ó 30 y aumentando según aguante, sin tomar más aire e ir aumentando el número. O bien, puede leer un texto también aspirando mucho aire y comenzar a leer en voz alta hasta donde se aguante sin tomar más aire y poco a poco ir aumentando el texto que se lee. Esto le ayudará a poder leer frases cada vez más largas sin que se note cansancio o pausas innecesarias en la lectura.*

La expresión en la voz es la manera en la que interpretamos el texto que tenemos en nuestras manos, ésta se da una vez que impostamos correctamente la voz. Un texto sin intención pasará desapercibido o no dará a entender el mensaje que se intentó transmitir. El texto debe marcar qué intención es la que se le quiere dar a la frase.

La expresión en la voz va de la mano con la creatividad de quién habla, de sus características personales, no es algo que se enseñe en los libros ni en las aulas, más bien se adquiere con la experiencia de vida propia. Lo que si se puede aprender son los elementos de los cuales podemos echar mano para desarrollarla. Como lo es el análisis de lo que se pretende implícitamente decir y los recursos que nos permitan expresar de manera eficaz la idea, tono, volumen, duración y timbre, y que ésta sea entendida por el auditorio.

El actor, el orador y el declamador tienen en su voz la responsabilidad de interpretar un papel distinto entre ellos pero con la misma importancia de acuerdo al ámbito en el que se desenvuelven. Es por eso que debemos marcar la diferencia entre cada uno de ellos.

“Hemos de distinguir claramente la función del actor, de la del orador y del declamador. El orador, es una persona que va a expresar sus propias ideas hablando en primera persona, es decir, presentándose ante el público como quien es en realidad y poniendo en juego su propia personalidad para lograr su objetivo de convencer. El declamador va a expresar él mismo, ideas o sentimientos que no son suyos, pero con los que trata de identificarse y a los que presta el concurso de su personalidad. El actor, en cambio, ni expresa ideas propias ni lo hace en nombre propio: se transforma, es un personaje, vive una vida ajena y mediante los recursos de ese ser producto de su creación, tratará de arrastrar al público por el camino pensado por el autor de la obra que representa.”<sup>69</sup>

Complementando el tema, Francisco de Anda y Ramos dice que las voces se distinguen por el tono y la inflexión que tanto el locutor como el actor deben conocer cada una de ellas y utilizar la que mejor se adapte de acuerdo al personaje o al mensaje:<sup>70</sup>

En lo que respecta al tono las voces son graves, centrales y agudas dando la siguiente clasificación de acuerdo al género.

- En los hombres:
  - Tenor ligero: generalmente en voces juveniles.
  - Tenor dramático: en voces de joven a adulto joven.

---

<sup>69</sup> CABALLERO, Cristián. *Cómo educar la voz hablada y cantada*. 18 edición . México. ed Edamex, 2007. p. 12

<sup>70</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México. ed Trillas, 1997. p. 296

- Barítono: en voces de adultos.
- Bajo: adultos mayores.
- En las mujeres:
  - Soprano ligera: adolescentes.
  - Soprano dramática: voces jóvenes.
  - Mezzo soprano: voces adultas.
  - Contralto: adultos mayores.

Y en cuanto a la inflexión, clasifica diferentes tipos de voces en los locutores:

- Voz de trueno, La voz de los hombres y mujeres con voz de mando, fuerte y estruendosa.
- Voz de campana, Voz severa, majestuosa y enérgica.
- Voz de plata, joven, galante y en las mujeres soñadora y sensible.
- Voz cálida, Melodiosa, agradable y sensual.
- Voz metálica, Es una voz nasal, es sonora y enérgica.
- Voz cascada, opaca, carente de fuerza y sonoridad.
- Voz aguardentosa, es bronca y nada armoniosa.
- Voz dulce, sumisa, baja y suave.
- Voz atiplada, es la chillona y afeminada.
- Voz de grillo, es la que representa a la mujer amargada.
- Voz blanca, es la infantil, aguda.

A los tonos agudos, centrales y graves Cristián Caballero los denomina regiones de entonación y cada uno de ellos los llama registro. El cambio de un registro a otro lo denomina inflexión.

Éste autor por ejemplo dice que los registros de acuerdo a su intensidad o volumen se diferencian por ser tres básicos y dos intermedios mismos que se exponen a continuación.<sup>71</sup>

- Pianissimo.

También conocido como murmullo, no debe ser tan bajo el volumen que no le permita al auditorio entender lo que se dice, se acompaña de una buena dicción y de la impostación para que lo puedan captar.

- Piano.

Es un registro intermedio, su intensidad es mayor que pianissimo y menor que mezzo forte.

- Mezzo forte.

Denominado volumen medio, es el que permite escuchar claramente al locutor por cualquier integrante del auditorio, donde quiera que éste se sitúe sin ningún problema.

- Forte

Es un registro intermedio, su intensidad es mayor que el mezzo forte y menor que fortissimo.

- Fortissimo

Llamado también plena voz, se apoya en la respiración, en la voz impostada, que le permita a la voz, ser intensa y resonante pero que el volumen se maneje desde el diafragma.

Comenta también que al cambio entre una intensidad y otra, es lo que se conoce como matiz de voz. Pero bueno, sin perdernos de lo que se refiere a la intensidad menciona también a los acentos, que se utilizan para remarcar una

---

<sup>71</sup> CABALLERO. Op. Cit., p. 158

palabra de toda la frase para darle más realce o peso. Para finalizar diciendo que en lo que se refiere a la duración, ésta se compone de velocidades y pausas. Siendo las primeras: alta media y baja, y de acuerdo a la capacidad de pronunciar correctamente cada palabra el locutor que no sea rápido ni lento sino en un ritmo medio. Y las pausas que son usos justificados del silencio en determinados momentos.

Por último en cuanto a la voz se refiere, hablaré de la caracterización de la voz, que no es otra cosa más que interpretar personajes con los defectos propios que se encuentran dentro de sus características vocales y no porque quién hace uso de la voz no sepa hacerlo correctamente sino porque así el papel lo requiere. Cristián Caballero dice que los defectos al ser de acuerdo al personaje se convierten en efectos. Menciona además 4 tipos de caracterizaciones que son: respiratoria, de la impostación, de la dicción y de la expresión.

La caracterización respiratoria, nos ayuda para tener un mayor control de la respiración, misma que nos permitirá marcar personajes de muy lento hablar como ancianos, moribundos, cansados, o grandes locutores, cantantes o todo aquel personaje que requiera hablar en público.

Dice además que la caracterización de la impostación se conforma de dos grupos: la impostación como calidad, en donde entran las voces bien impostadas, las que usan cantantes, personajes con don de mando, oradores, etc. Y la impostación como timbre que es aquel que va cambiando conforme avanza la edad, ya que el registro grave se va convirtiendo en agudo debido a la pérdida de fuerza como en el caso de los ancianos.

Cuando las vías respiratorias se ven afectadas por una gripe o un catarro las fosas nasales no sirven como cavidad resonadora por eso es que la letra “m” suena como “b”, *baduel en lugar de Manuel*, y la “n” por la “d.”

La caracterización en la dicción dice que es la entonación que se debe hacer de acuerdo al idioma que se intenta interpretar de acuerdo a las características propias de esa lengua por ejemplo como hablan los italianos, franceses, rusos, ingleses, alemanes, etcétera.

Mientras que la caracterización de la expresión se refiere a los registros, es decir, la edad, la personalidad, el estado de ánimo; a las velocidades, que son: aquel que habla rápidamente, el que habla muy pausado o aquel que su ritmo de conversación es constante; intensidades, que se refiere a los que cambian de estado de ánimo, a los tristes a los mandones, los introvertidos y extrovertidos; y los timbres, apoyado en timbres claros como el inocente o el optimista.

“El defecto voluntariamente transformado en efecto nunca debe hacer, ni por la impostación, ni por la dicción ni por la expresión, de tal manera confuso el mensaje, que éste no llegue al espectador. La medida y discreción en el uso de esos efectos intencionales es la regla invariable: nunca debe interrumpirse la comunicación con el espectador; la única razón de ser de la caracterización de la voz es hacer más íntima y completa esa comunicación.”<sup>72</sup>

Una vez conociendo todo lo anterior veamos la relación que se tiene con la oratoria. Ésta “se refiere al arte del buen decir de embellecer la expresión de los conceptos de dar al lenguaje escrito y hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover; es un concepto de preceptos y reglas para hablar de forma adecuada.”<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> CABALLERO, Cristián. *Cómo educar la voz hablada y cantada*. 18 edición . México. ed Edamex, 2007. p. 187

<sup>73</sup> *Manual para aprender a hablar en público*. México. ed. Época, 2005. p. 14

La elocuencia se basa en cuatro puntos:<sup>74</sup>

- La enseñanza y el aprendizaje, es decir que el orador está abierto a recibir conocimientos a través de la investigación y de igual forma pueda transmitirlos a los demás.
- El segundo punto es persuadir, que consiste en convencer a los demás a realizar una acción o que la idea que estamos planteando es la mejor.
- El tercer punto es la conmoción, que busca a partir de los sentimientos, llegar a los demás para despertar cierta reacción en el oyente.
- Y por último, es agradar al auditorio con nuestra locución.

Ya una vez que conocemos cómo se da el proceso de la voz, la importancia de pronunciar correctamente las palabras y todo lo visto, podemos ponerla en práctica por medio de la oratoria.

“Debemos promover en las carreras de comunicación cursos de oratoria y dicción, donde pueda estudiarse el mejoramiento oral. No hay mejor entrenamiento para hablar por radio que leer en voz alta todo tipo de material”.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Idem.

<sup>75</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México. ed. Trillas, 1997. p. 493

# **CAPÍTULO 4**

**CARACTERÍSTICAS DEL  
TRABAJO DE LOCUCIÓN  
Y ALGUNOS ASPECTOS  
LEGALES.**

Es tiempo de conocer pues, qué y quién es un locutor, cuál es su trabajo real dentro de una cabina de radio y el compromiso para con el auditorio que lo sintoniza o que le escucha. Es importante saber marcar la diferencia entre cada tipo de locutor que hay, para que el locutor -conforme a sus aptitudes- elija a cual categoría enfocarse y poder especializarse y realizar su trabajo de manera profesional; ya que los locutores preparados serán aquellos que, con su labor, profesionalicen el medio.

El locutor es aquel que aprovecha y explota todas sus aptitudes, talento, educación, carisma y su voz. Es aquel que, en base a su personalidad se atreve a ser diferente tras el micrófono. El que presenta con una gran actitud a conquistar todos los días a un público que está en espera de escucharle. El que dice lo que piensa y, escucha lo que la gente siente; es decir que no solo habla sino que también escucha; el amigo el consejero. No es el que solo tiene una bella voz ni el que la tiene educada.

El locutor es aquel que está dispuesto a conocer a su público y sus necesidades; el que sabe qué actividades está realizando el auditorio cuando el está encerrado en una solitaria cabina de radio; es el compañero, el que está con la persona en donde quiera que éste se encuentre. Es el miembro de la familia que tal vez, en la casa no le conocen la cara, es el pasajero de los taxistas, es el acompañante de los viajeros. Es el que logra identificarse con los demás y se gana su confianza.

El locutor es quien, al abrir el micrófono, se enfrenta al público siendo su voz la carta de presentación, por eso la insistencia de estar preparado y tener conocimiento de lo que se va a decir, apoyarnos en la facilidad de palabra, sentido del humor, conocimientos de cultura general, porque para el auditorio él lo sabe todo, es su compañero y amigo.

Decíamos en el capítulo anterior que el orador, el declamador y el actor tenían en común la voz como herramienta de trabajo, diferenciando las características de cada uno de ellos. El primero expresa lo que piensa y siente, el segundo es el que expresa los sentimientos de otra persona y el tercero se convierte en un personaje y expresa ideas y sentimientos que no son propios.

Entonces habrá que entender que el locutor se conforma de las tres anteriores: es orador, porque todos los días tiene que hablar ante un auditorio y exponer sus temas; es declamador, porque el trabajo al aire, lo complementa con pensamientos, poemas, etcétera que no son de su autoría pero que dándole otra intención logra llegar a los sentimientos del auditorio, y de la actuación qué decir, cuando el locutor se tiene que transformar en un personaje, ya sea para grabar un programa o la publicidad de una empresa donde se tiene que convencer a los demás a realizar una acción o que el producto o servicio que se ofrece es el mejor. Mario Alberto Pérez Hernández recomienda a sus locutores que lean cuentos donde haya diferentes personajes, que los lean en voz alta y un día interpreten a uno y al día siguiente a otro tratándole de dar vida y personalidad a cada uno de ellos.

El locutor debe definir, de acuerdo a sus aptitudes, el área sobre la cual quiere destacar, ya que la clasificación es amplia y no siempre las características de una y otra son las mismas. Veamos entonces como se puede clasificar los tipos de locutores de acuerdo a sus aptitudes.

**Animador:** Es el locutor que personalmente se enfrenta a un público utilizando su energía, vitalidad, elocuencia, la agilidad mental, su sentido del humor para motivar al auditorio, aunque debe tener cuidado de no brincar la delgada línea que lo haga parecer un payaso.

Maestro de Ceremonias: Podría ser la contraparte del anterior ya que éste es un perfil más formal, sobrio de acuerdo al evento que se está llevando a cabo. Debe resaltar los buenos modales, impactar con su presencia y llevar la continuidad del evento. De ninguna manera debe perder las formas, ni utilizar el humor ya que debe ganar el respeto del público para dar la seriedad requerida.

Locutor comercial: Es el que incita a la acción, es decir a la compra. Con su voz convence, despierta la inquietud en el auditorio de manera sugerente.

Locutor de noticias: Maneja un estilo diferente, es el que siempre está bien informado del acontecer diario; tratará de dar veracidad a la información que quiere transmitir de acuerdo a la intención que le dé a sus palabras.

El comentarista, por ejemplo es aquel que de acuerdo a sus conocimientos emite sus opiniones de acuerdo a criterios objetivos sobre lo que comenta. Es imparcial y objetivo.

El locutor narrador, toma parte dentro de la historia y describe personajes y situaciones dentro de la misma, lo que permita al oyente entender el hilo conductor. En esta clasificación entran los narradores deportivos, mismos que conocen las reglas del juego en cuestión, los jugadores y datos relevantes a considerar y con base en ello y a la emoción describen el encuentro para ubicar al auditorio dentro de éste.

Locutor de cabina “es el peldaño más alto en el escalafón de locutores, realiza programas musicales, lee boletines informativos, coordina transmisiones a control remoto, debe ser animador, maestro de ceremonias y a veces comentarista, en forma transitoria y circunstancial. La cabina es la mejor escuela para un locutor, se disciplina en el cumplimiento en el deber porque tiene que estar al frente de un micrófono como un centinela no puede retirarse

hasta que no llegue su reemplazo. Debe estar en una cabina solitaria y fría contribuyendo a que el mundo se divierta. Es la voz de la noticia, es el alma de la radio.”<sup>76</sup>

Aunque el locutor y el conductor de programas se desenvuelven en el mismo medio, existen ciertas diferencias entre ambos. Por ejemplo un conductor no necesariamente es ó fue un locutor; su formación, preparación y especialización es distinta en ciertos temas. El conductor no tiene como eje central su voz, sino que intervienen otras características como la personalidad, el carisma y el conocimiento. Algunos escritores se refieren a él como el alma de un programa donde la gente se acostumbra a él y cuando falta la emisión no sabe igual y se ve afectada en el rating.

De Anda y Ramos hace unas consideraciones en el trato, que todo locutor debe tomar en cuenta y que se explican a continuación.

El locutor para darle mayor naturalidad a su voz puede apoyarse en los movimientos de sus brazos como si estuviese hablando frente a una persona en la cotidianidad, lo que le permita estar relajado.

El locutor al hablar por el micrófono debe imaginarse que le está hablando personalmente a un radioescucha, ya que la comunicación aunque está dirigida a un amplio auditorio, el mensaje es para cada uno de ellos. Esto le permitirá tenerse confianza en sí mismo. Es como si le estuviéramos hablando a nuestro padre, hermano amigo, etcétera.

Decíamos en un principio que el aspirante a locutor debe buscarse entre todos, oír a diferentes locutores hasta que pueda encontrar el estilo propio sin copiar el de ninguno de ellos.

---

<sup>76</sup> [www.radialistas.net/maual.php](http://www.radialistas.net/maual.php)

El locutor no debe fingir ser alguien que no se es. Se debe hablar con naturalidad, pero esto no quiere decir que nuestra intervención debe ser fría, sino de manera agradable con comentarios amenos, sin rayar tampoco en el exceso de energía a la hora de locucionar.

El tiempo en la locución es muy importante ya que quien habla debe estar concentrado en lo que tiene que decir, en el auditorio que lo está escuchando y en el tiempo del cual dispone para hacer amena y no cansada su intervención. De acuerdo a la práctica esta cualidad se va desarrollando ya que el tiempo se lleva mentalmente y se aprende el valor de cada segundo.

Una recomendación que hacen los locutores expertos, es que antes de tener su participación ante el micrófono éstos no deben ingerir ningún alimento ya que les puede causar pesadez, indigestión, ganas de usar el sanitario e inclusive cansa la mente y reduce los reflejos. Así como tampoco ingerir alimentos como chicharrones, frituras y golosinas que lo único que hacen es que se cierre la garganta.

Todo locutor debe tener en cuenta que esto es un trabajo y como tal requiere todo el respeto y calidad, por lo que al momento de hablar se deben dejar a un lado los asuntos personales, concentrarnos en lo que estamos haciendo nos ayudará a no divagar.

“Las cualidades que hacen a los mejores locutores son: personalidad, simpatía, naturalidad, sinceridad, convicción, entusiasmo, espontaneidad, exactitud, cultura y arte de vender, a lo que podemos añadir un excelente vocabulario y con esto se tendrá al radiolocutor ideal.”<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> DE ANDA Y RAMOS, Francisco. *La radio, el despertar del gigante*. México. ed. Trillas, 1997.p. 497

En el libro de prácticas radiofónicas, el autor hace una remembranza del trabajo del locutor. Comenta que las voces que dominaban la época de oro de la radio eran voces imponentes, aterciopeladas, aquellas que permitían imaginar al locutor como el hombre que lo sabe todo, que gozaba de una acomodada posición socioeconómica, el que despertaba más de un suspiro en las damas que sintonizaban la estación. Poseyendo una gran credibilidad, carisma y alegría.

Mientras que en la actualidad, comenta, las cosas han cambiado de acuerdo a la evolución que ha tenido la radio, las voces ya no son las mismas ahora existe una amplia gama tanto de hombres como de mujeres. Dice que la radio exige mucha más preparación para entrar al medio incluyendo un título universitario. Refiere además que la cabina de radio es el sueño anhelado de los estudiantes de la carrera de comunicación.

En la práctica, difiero un poco con el autor, ya que locutores jóvenes en la radio en Celaya han ingresado a escuelas, donde ya estando dentro del medio, les brindan la facilidad de estudiar y trabajar.

Navegando en Internet en la página [www.radialistas.net](http://www.radialistas.net), encontré un artículo sobre los locutores en donde el autor cuenta una historia en la que en un pueblo campesino de República Dominicana, en una estación de radio a punto de iniciar transmisiones, ésta aun no contaba con locutores. Tras lanzar una convocatoria en busca de ellos apareció una larga fila de jóvenes buscando la oportunidad. Después de hacerle la prueba a todos y cada uno de los aspirantes, el director se dio cuenta de los errores que poseían al momento de hablar y de leer, inclusive una señorita por medio de sus encantos físicos quiso ganarse el puesto sin conseguirlo. Al final del día llegó un joven simpático, de apariencia humilde, que cubrió el perfil que se estaba buscando.

Resulta que este joven de nombre Manuel, llegaba todos los días en burro a su trabajo, amarrándolo al poste de la luz, locucionaba con toda su energía. Su carisma llegaba a los oídos de los radioescuchas, bromeaba con la gente y les complacía con las canciones que le solicitaban, cosa que hizo ganarse la admiración del pueblo. Todos querían ser sus amigos, empezó a ganar el interés de las mujeres que lo buscaban; en fin, se volvió popular entre la gente.

Conforme pasó el tiempo, cambió su forma de locucionar al aire, ya no le ponía el mismo empeño, caminaba por la calle saludando a todos como si fuera la gran estrella, sonreía con una mueca ensayada. Obviamente su situación económica dio un giro total, dejó al burro y compró una motoneta, empezó a tener desplantes de divo, le molestaba salir a las rancherías a hacer entrevistas, leer las cartas que le enviaba la gente de clase baja que le escuchaba; él ya estaba en otro nivel. Aquello que lo hizo ser tan popular entre la audiencia lo dejó de lado. Su comportamiento se volvió insoportable al punto que fue despedido.

El locutor es la persona que tiene por oficio el arte de hablar. La finalidad de este ensayo es que el locutor, además de que desarrolle su formación, tenga un mensaje a transmitir y no sea solo un improvisado que llega a cabina a abrir el micrófono. La locución va más allá. Se menciona en la página de Internet *radialistas.net* que hay muchos aspirantes a locutores que acuden a tomar costosos cursos donde pasan horas y horas entrenándose, logrando dominar el proceso de emisión de la voz desde el aparato respiratorio, fonador y resonador para que al paso de los días se gradúen como locutores, pero deja en claro el artículo que no es simplemente la voz la que hace al locutor.

El libro *Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas de José Ignacio López Vigil* que se puede localizar en la página de internet

*radialistas.net* en el capítulo 4 que refiere sobre el trabajo de los locutores dice: “Abra un libro de locución y pensará haberse equivocado de materia: ¿no será de anatomía? Páginas y más páginas, capítulos enteros hablando del diafragma, de la laringe, de la glotis y la epiglotis, del aparato fonador... Y después, ¿qué? ¿Será eso lo fundamental en la locución?”<sup>78</sup>

Tengamos en cuenta lo que añade el artículo al respecto de que la mayoría de los líderes de opinión, gobernantes, tienen una voz común y corriente, promedio, y no es precisamente ella la que nos llama la atención sino lo que dicen y como lo dicen. Además que la radio tiene cabida para todos los tipos de voces, solo hay que ver cual se adapta al programa que pretendemos realizar.

Hablar ante un micrófono en un escenario no es cosa sencilla, se requiere de valor, conocimiento sobre lo que se va a hablar y dominar los nervios, ya que si estos nos traicionan, nuestro desempeño dará mucho de que hablar.

Por lo que se debe tener muy en cuenta:

- La presentación personal en un escenario es muy importante ya que es nuestra carta de presentación, siempre debe ser de acuerdo al lugar y al evento que se realiza, debe ser sencilla pero elegante.
- Dominio del público, el auditorio merece respeto, hay que adelantarnos y saber qué es lo que piensa y siente en ese momento; lo que nos permita dominar la situación
- Quien está parado en un escenario no debe tener temor a hacer el ridículo y menos cuando se sabe lo que va a hacer; se requiere el valor

---

<sup>78</sup> Radialistas.net op. cit supra nota 76

para estar parado frente a todos ellos. El locutor se crea mil situaciones en ese momento y la gente solo espera que él hable pensando que es su mejor oficio. El temor a hacer el ridículo es la principal causa de los nervios, ya que el murmullo, la risa que se escucha escondida nos hace pensar que es de nosotros de quien se están burlando o se están fijando en nuestros defectos físicos. En una cabina de radio este temor se multiplica ya que el auditorio aunque no nos ve, es más amplio y está pendiente de lo que decimos.

- Los nervios, hasta cierto punto son aceptables, ¿quién no ha tenido esa sensación antes de comenzar a hablar en público? La respiración permitirá oxigenar al cerebro y nos ayudará a relajarnos, y la concentración a tener control sobre la situación. He aquí la insistencia de elaborar previamente un guión lo que nos dé seguridad y nos indique cual es el camino a seguir y llevar un orden.
- La expresión de nuestro cuerpo comunica, todas las partes de éste deben contribuir a darle realce a lo que estamos diciendo, el movimiento de las manos para describir o reforzar una frase, nuestros ojos, las cejas. Debemos estar convencidos de lo que vamos a decir.
- El manejo de la voz por ejemplo nos ayudará a mantener despierta a la gente ya que si hablamos monótonamente nuestra intervención se volverá aburrida, cansaremos a quien nos escucha. El público debe estar siempre a la espera por lo que debemos jugar con la voz subir o bajar el tono, el ritmo de nuestras palabras, darle énfasis a las más importantes y dar pausas para reforzar la intención. Si el locutor habla a través de una cabina de radio de una manera tediosa, el radioescucha simplemente tendrá dos opciones: cambiar de estación o en el peor de los casos, apagar el radio.

- El manejo del público se irá aprendiendo en el camino, ya que cuando se tiene el control de la situación, un silencio o un simple gesto bastarán para tener en orden al auditorio.

En lo que a pronunciación de idiomas se refiere Pérez Hernández comenta que:<sup>79</sup>

El locutor en su preparación, debe interesarse por conocer otros idiomas y aunque no los domine al máximo, por lo menos debe conocer la correcta pronunciación de las palabras, ya que al momento que se le presenta una frase en otro idioma, el mundo se le viene encima. Dejando en evidencia su ignorancia respecto a esto y los que sí lo conocen captan inmediatamente el error.

En algunas emisoras, por ejemplo, antes de presentar el bloque musical, si no saben cómo se pronuncia una palabra, se recurre a un compañero que si lo sepa o con ayuda de la tecnología inmediatamente lo podemos averiguar. En otras estaciones se permite que se haga la traducción al español, la cuestión es que en ocasiones, ésta pierde el sentido.

Mario Alberto Pérez Hernández quien tan citado ha sido en este ensayo resume su obra en 14 puntos sobre el trabajo del locutor y de acuerdo a su experiencia los escribe como:

Recomendaciones básicas que debe conocer todo locutor:<sup>80</sup>

- 1) *Acostúmbrate a leer diariamente los periódicos de tu localidad, eso te convertirá en una persona bien informada y te dará seguridad en tus conocimientos.*

---

<sup>79</sup>PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*. México. ed. Porrúa, 1998. p. 206

<sup>80</sup> Idem

- 2) *Lee en voz alta algunos textos en forma rutinaria y posteriormente trata de explicarlos a quienes te rodean como si te dirigieras al público, eso te apoyará en tu desarrollo de improvisación y facilidad de palabra.*
- 3) *Trata de leer siempre frente a un micrófono y si es posible graba tus textos, eso te permitirá perder ese temor natural que se percibe cuando se comienza en el área de locución, además, al escuchar la grabación podrás percibir los errores de lectura y corregirlos.*
- 4) *Trata de actuar con naturalidad siempre, no te preocupes cuando grabes o estés al aire por lo que pasa alrededor, concéntrate en tu trabajo.*
- 5) *Para evitar los errores de dicción, antes de iniciar tu labor de locutor realiza algunos ejercicios bucales como pasar la lengua por toda la boca, abrirla ampliamente y luego cerrarla y mojarla la parte interna de la misma, eso hará que tu boca no esté seca y se prepare para comenzar a leer.*
- 6) *Trata de abrir bien la boca y pronunciar cada letra y cada consonante fuerte y claramente como se debe, quizá gesticulando o exagerando un poco al principio, después se hará algo natural y podrás así evitar graves errores de dicción.*
- 7) *Para ejercitar tu dicción, respiración y ritmo, selecciona algunos trabalenguas y léelos a diferentes velocidades, cuidando siempre la buena dicción y la respiración. Si los lees en una sola emisión de aire, esto te ayudará a que aprendas a leer con una buena respiración.*
- 8) *Si estas en constante preparación con lecturas de libros y periódicos podrás definir una personalidad culta y preparada que te proporcione*

*las bases para ser un locutor profesional. Además de improvisar sobre cualquier tema sin problema.*

- 9) *Toma capítulos de cualquier obra literaria y trata de actuar de diferentes personajes que ahí se presenten, haciendo las voces necesarias para diferenciarlos, esto te ayudará a evitar que tu voz sea monótona y podrás manejarla a tu libre selección.*
- 10) *No trates de acentuar las palabras cuando no lo requieran, este es uno de los errores más comunes en los locutores. Evita dar falsos énfasis a tu lectura.*
- 11) *Es deber del locutor estar actualizado en cuanto a nombres de países, capitales del mundo, nombres de jefes de estado, gobernadores, funcionarios y sus respectivos cargos. Por ello, si te pones en contacto diario con los medios, estarás siempre al tanto de todo.*
- 12) *El locutor debe tener necesariamente información básica de todos los temas.*
- 13) *El locutor debe tener también amplia facilidad y disposición para trabajar en equipo.*
- 14) *El locutor debe conocer y entender las reglas básicas en la pronunciación de las lenguas extranjeras más usuales.*

Es tiempo pues de conocer a los dos grandes protagonistas que regulan el funcionamiento y operatividad de la radio y directamente aplicables al trabajo del locutor. El Contrato Ley de la Industria de la Radio y Televisión y La Ley Federal de Radio y Televisión.

Comencemos por el Contrato Ley, que va en función de los derechos y obligaciones tanto patronales como las de los trabajadores representados a través de un sindicato, que es una asociación de éstos. Como la mayoría de las plazas de la Industria son sindicalizadas, exceptuando las de confianza, el aspirante a locutor debe primero ingresar al sindicato.

“Este contrato es de observancia obligatoria en toda la República Mexicana, establece las condiciones según las cuales deberá presentarse el trabajo en la industria, normando las relaciones entre los patrones y los sindicatos y se aplicará en todas las Estaciones de Radio y Televisión que operan, así como en las que en un futuro sean instaladas en territorio nacional. En consecuencia, este contrato se aplicará a todos los trabajadores que presten sus servicios a dichas empresas en la operación, elaboración y producción de programas y demás actividades comprendidas en la definición de la Industria.”<sup>81</sup>

Decíamos que en la Industria solo pueden laborar aquellos locutores que formen parte del sindicato, en el caso de que el patrón requiera los servicios de uno externo, lo tendrá que hacer a través de una solicitud, en caso de que el sindicato no cuente con un locutor que cubra con el perfil que requiere la empresa, ésta podrá buscarlo por su cuenta o recomendar a alguien y posteriormente deberá sindicalizarse como lo marca el artículo 12.

Conociendo el antecedente o la obligatoriedad de entrar al sindicato, el aspirante a locutor debe cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Tener por lo menos 16 años.
- 2) Realizarse un estudio médico en el cual constaten que éste no padece de una enfermedad que le impida realizar el trabajo hacia el cual se busca enfocar.

---

<sup>81</sup> Contrato Ley de la Industria de la Radio y la Televisión. Artículo 2

- 3) Tener y acreditar la terminación de la primaria.
- 4) Que anteriormente no haya sido despedido de la misma empresa.
- 5) Presentar el certificado de locutor.
- 6) Realizar un periodo de prueba de 30 días y si después de éstos la empresa da su visto bueno al locutor, se le otorga automáticamente su plaza en cabina.

Decíamos entonces en el inciso 5 que el locutor debe contar con un certificado que otorga la Secretaría de Educación Pública, en el cual demuestra que cuenta con las aptitudes necesarias para desenvolverse como tal. Comentaba el Licenciado Jorge de la Rocha que en sus inicios como locutor se tenía que presentar un examen, que por cierto era muy difícil de acreditar, éste se tenía que presentar en la Ciudad de México, no cualquiera lo pasaba en la primera oportunidad, había quienes lo intentaban en repetidas ocasiones y añadía que el celo de los locutores en Celaya ya con el certificado era tal que a los demás no les decían donde estaba las oficina a donde se tenía que ir a presentar dicho examen. En mi tiempo fue más fácil, el mismo sindicato fue el encargado de tramitar mi certificado; no presenté ningún examen y por mi escolaridad me lo dieron categoría "A", para transmitir en AM como en FM. Mi entrada a la radio fue un 6 de abril del 2006 y para el 25 de Julio del mismo año, ya contaba con mi permiso para, legalmente, poder hablar en una cabina.

Este contrato en su artículo 89, especifica que la jornada laboral de un locutor debe ser de 4 horas diarias. En caso como Corporación Celaya Radio, los locutores cubren una jornada de 6 horas por día, esto debido a los convenios de singularidad que celebra la empresa y el sindicato, siempre en beneficio del trabajador.

Explicábamos anteriormente la labor del locutor comercial, pues bien, la publicidad transmitida en la estación, exceptuando los promocionales de Gobierno, debe ser grabada por los locutores que ahí laboren, bajo los requerimientos del patrón y por disposición del contrato deben ser pagadas de manera extra a la jornada en cabina.

En caso de que un locutor sea requerido para hacer un control remoto, la empresa está obligada a llevarlo hasta el lugar donde se efectuará dicha transmisión y regresarlo a las instalaciones, percibiendo un pago triple de acuerdo al tabulador y al tiempo que dure el control.

En específico, estos son los artículos aplicables directamente a la labor del locutor en este contrato sin entrar a detalle en las demás disposiciones que como cualquier trabajador dentro del medio conlleva.

Ahora bien, vayamos a conocer la importancia de la Ley Federal de Radio y Televisión, que es de donde se desprende todo lo que tiene que ver con la Industria, concesiones, permisos, regulaciones en fin toda la operatividad. En su artículo primero, menciona que el espacio territorial es de dominio de la Nación por tanto las ondas electromagnéticas que viajan a través de éste espacio aéreo también lo son.

Esta Ley regula el servicio de la Radiodifusión, que puede ser para radio o televisión, para estaciones permisionadas o concesionadas, dicho en el artículo segundo. Entendamos por servicio de Radiodifusión que “es aquel que se presta mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio y video asociado, haciendo uno, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuido por el Estado precisamente a tal servicio, con el que la población pueda recibir de manera

directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.”<sup>82</sup>

La Ley tiene que ver con el aprovechamiento que se haga del espectro mediante la instalación, operación y funcionamiento de las estaciones de radiodifusión de acuerdo a la amplitud, frecuencia, modulación canal, etc.

El servicio de la radiodifusión es de interés público, por eso el Estado debe encargarse de vigilar que cumpla con la función social para la cual fue creada. En su artículo quinto, se refiere a la función social como “el fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana”<sup>83</sup>. Donde se fortalezca el respeto, la moral, la dignidad y los valores familiares. No ser una influencia negativa para la niñez y la juventud. Elevar la cultura del pueblo y fomentar el nacionalismo, costumbres y tradiciones, la defensa del idioma español entre otras.

La Ley Federal de Radio y Televisión integra 4 Secretarías, de las cuales explicaremos su función. Éstas son:

- Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- Secretaría de Gobernación.
- Secretaría de Educación Pública.
- Secretaría de Salubridad y Asistencia.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Decíamos, en el capítulo 2 de este ensayo, que había estaciones que eran concesionadas o permitidas, es decir, comerciales, escuelas radiofónicas, culturales, oficiales

---

<sup>82</sup> <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf>

<sup>83</sup> Idem

y de experimentación. Entonces su función es determinar de acuerdo a su razón de ser, el tipo de estación que se otorga.

Es importante saber que:

- Las concesiones o permisos solo se pueden otorgar a ciudadanos mexicanos.
- Una concesión o permiso tiene una duración de 20 años mismos que se pueden renovar al término de éste.
- Se otorgan mediante licitación pública.
- La Secretaría es la encargada de evitar que las estaciones interfieran en sus transmisiones unas con otras ya sea a nivel nacional o internacional.
- La información que las concesiones o permisos debe llevar es:
  - El nombre del concesionario.
  - El canal asignado.
  - La ubicación del equipo transmisor.
  - La potencia autorizada.
  - El sistema de radiación y sus especificaciones técnicas.
  - Horario de funcionamiento.
  - Término de su duración.
  - Área de cobertura.
- Una concesión o permiso puede caducar o revocarse por:
  - No iniciar transmisiones en el plazo establecido por la ley o por no tener terminada la construcción de las instalaciones de la estación.
  - Cambiar de ubicación el transmisor sin la autorización correspondiente.

- Cambiar las frecuencias que en un principio les fueron asignadas sin la autorización correspondiente.
- Ceder la concesión a extranjeros.
- Sacar del aire la estación por más de 60 días sin motivo alguno.

La Secretaría de Gobernación debe vigilar los contenidos en los programas de radio y televisión para que estos respeten la vida privada de las personas, la dignidad, la moral y no alteren el orden público. Aplica aquí lo de la función social de la radio a la que hacíamos referencia anteriormente.

Es importante saber qué:

- En la información existe la libertad de expresión.
- Las estaciones están obligadas a difundir programas educativos, culturales disponiendo de un tiempo de 30 minutos por día.
- Todas las estaciones se encadenarán de manera obligatoria cuando la Secretaría lo disponga.
- Está prohibido corromper el lenguaje, atentar contra la moral y las buenas costumbres, frases en doble sentido, difundir lo que tiene que ver con la violencia y el crimen, ofender a los Héroes Patrios y fomentar la discriminación.
- No se pueden emitir mensajes que pongan en riesgo la seguridad del país.
- Los sorteos, rifas y programas de concursos, deberán contar con la debida autorización de dicha Secretaría para que de fé de la legalidad de los mismos en beneficio de los concursantes.
- Cuando a información es inapropiada para menores de edad, la difusora deberá avisar antes de transmitirla.
- Cada 30 minutos las Radiodifusoras deberán transmitir una identificación de la Estación.

- El idioma en el que se efectúen las transmisiones será en español.
- La información en radio debe llevar el nombre del locutor que la dice y bajo ninguna circunstancia deberá causar pánico entre la población.

Por su parte la Secretaría de Educación Pública, es la encargada de producir y difundir programas con contenido educativo cultural y cívicos enfocados a la niñez. Asimismo, es ella la encargada de expedir los certificados de locución. Además, es la encargada de regular el contenido de las escuelas Radiofónicas.

En lo que respecta directamente al trabajo del locutor en sus artículos del 84 al 89 dice que:

- Los locutores se dividen en dos categorías:
  - Categoría “A” aquellos que cuentan con el bachillerato terminado o estudios de nivel superior.
  - Categoría “B” aquellos que solo terminaron hasta la secundaria.
- Los aprendices de locutor solo podrán practicar en la empresa por un plazo no mayor a 90 días con previa autorización de la Secretaría.
- Las difusoras con una potencia de hasta 10 mil watts de potencia podrán emplear a los locutores de ambas categorías. Mientras que en las de más de 10 mil por lo menos la mitad de los locutores de base deberán contar con la categoría “A”.

Y por último, la Secretaría de Salud y Asistencia se encargará de autorizar o rechazar la publicidad que tenga que ver con la medicina, bebidas,

comidas, tratamientos para enfermedades, la curación de las mismas. Artículos de higiene. Así como también promover la salud en el pueblo.

Entre sus funciones están:

- Prohibir que se divulguen centros que promuevan el vicio, ni publicidad que por su exageración ponga en riesgo la salud del consumidor.
- Prohibir la programación cuyo contenido vaya en contra de los buenos hábitos alimenticios y la buena nutrición.
- En lo que respecta a la publicidad de bebidas embriagantes, deberá ser de manera moderada, en especial con las que excedan los 20 grados de alcohol, no podrán aparecer niños ni tampoco ingerir el producto de forma real.
- Toda publicidad que tenga que ver con productos, aparatos enfocados a mejorar la salud deberán contar con un permiso de autorización de ésta Secretaría.

Hasta aquí, la Ley Federal de Radio y Televisión vino a fundamentar lo visto en los capítulos anteriores. El locutor, deberá prestar atención para conocer las posibilidades y limitantes de su trabajo al aire, para evitar alguna posible sanción o revocación de su certificado. Así como los requisitos legales para poder trabajar dentro del medio. Y lo más importante de todo es, que el locutor no se debe conformar con lo que sabe; cada día será una nueva oportunidad de aprendizaje y más aún, porque detrás de él hay una larga lista que espera, está mayormente preparada, y ansía la oportunidad para poder realizarse y cumplir su sueño de estar en una cabina de radio. Además de actualizarse y poder desenvolverse en otras áreas, para no terminar como la mayoría de los locutores al paso de los años, fuera de cabina a expensas del empresario y sin la oportunidad de volver a abrir el micrófono que durante tanto tiempo fue su vida.

# CONCLUSIÓN

Mario Kaplún comunicador argentino aportó a la radiodifusión, que los medios de comunicación buscan ayudar a mejorar a la sociedad, quienes se dedican a ellos, deben ponerse en el lugar del auditorio que los sintoniza y promover soluciones a sus problemas

La radio, como medio que es, no es un fin en sí, sino que es una herramienta a través de la cual se hace llegar un mensaje.

La radio no deber ser una consola musical solamente debe emitir mensajes y recibir aquellos que logren una comunicación útil con el auditorio.

El locutor como profesional del medio masivo, se exige respetar el profesionalismo de la propia estación de radio.

El locutor debe preparar las cualidades de su voz y las de su mensaje a transmitir a un nivel que logre captar la atención del auditorio y haya una eficaz recepción.

El locutor, quien se convierte en líder de opinión ante la sociedad, debe cumplir con obligaciones con el sindicato que lo representa.

El resultado del trabajo al aire del locutor de antes al locutor de nuestros tiempos, no tiene punto de comparación para decidir cuál es mejor que el otro, ya que el medio y la sociedad han cambiado al transcurrir de los años. Dejando en claro que aquél con la intención de desenvolverse dentro del medio, en el tiempo o época que fuere, debe tener el conocimiento y las herramientas para ser un profesional de la locución.

## BIBLIOGRAFÍA:

1. CABALLERO, Cristián. **Como educar la voz hablada y cantada**. 18va edición. México. Ed Edamex, 2007. PP. 257.
2. DE ANDA Y RAMOS, Francisco. **La radio el despertar del gigante**. 2da edición. México. Ed Trillas, 2003. PP 542.
3. M. HAYE, Ricardo. **Hacia una nueva radio**. Argentina. Ed Paidós, 1995. PP. 222.
4. MCENTEE, Eileen. **Comunicación oral**. México. Ed McGraw-hill, 2001. PP. 751.
5. MICHEL, Guillermo. **Para leer los medios**. 2da edición. México. Ed Trillas, 1995. PP. 248.
6. PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. **Prácticas radiofónicas**. 2da edición. México. Ed Porrúa, 1998. PP. 221.
7. RAULY POUDEVIDA, Antonio. **Diccionario Porrúa de la lengua española**. México. Ed. Porrúa. 1998. PP. 848.
8. ROMO, Cristina. **Ondas, Canales y mensajes**. México. Ed Iteso. 1991. PP 141.
9. VILAR, Josefina. **El sonido de la radio**. México. Ed UAM Xochimilco, 1988. PP. 214
10. VITORIA, Pilar .**Producción radiofónica**. México. Ed Trillas 1998. PP .124.

## OTRAS FUENTES :

1. Apuntes: **Promoción de la Radio a través de imágenes**. Corporación Celaya Radio.

2. **Contrato Ley de la Industria de la Radio y la Televisión.** 2008. PP 24
3. **Enciclopedia Microsoft Encarta 2006**
4. **Entrevista** CID PÉREZ Isidro. Director Operativo y Artístico de Corporación Celaya Radio.
5. **Ley Federal de Radio y Televisión**
6. <http://www.diputados.gob.mx//LeyesBiblio/pdf/114.pdf>
7. **Manual para aprender a hablar en público.** México 2005. Ed Época. PP 93
8. [http://es.wikipedia.org/wiki/Radiaci%C3%B3n\\_electromag%C3%A9tica](http://es.wikipedia.org/wiki/Radiaci%C3%B3n_electromag%C3%A9tica)
9. <http://www.radialistas.net/maual.php>
10. <http://www.radioformula.com.mx>
11. <http://www.recursos.cnice.mec.es>
12. <http://www.shared.com>
13. FIGURA 1. <http://apliteloexplica.webnode.es>
14. FIGURA 2 y 3. <http://productormusical.es/tipos-de-micrófonos>
15. FIGURA 4. <http://www.annblogs.com>
16. FIGURA 5. <http://www.6toplanetaverde.blogspot.com>
17. FIGURA 6. <http://www.uachfcqqbp.blogspot.com>
18. FIGURA 7. <http://www.uam.es>