



7
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGÓN

“LA INFLUENCIA DEL GUIÓN EN LOS
NOTICIEROS RADIFONICOS DE ORGANIZACIÓN
RADIO FORMULA”

293228

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A :
VIRGINIA ALONSO QUEZADA

ASESOR:
LIC. MARIO EFRAÍN LÓPEZ SÁNCHEZ

MÉXICO,

2001



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.

ESTA

TESIS

LA

DEDICO

A MI MAMÁ

Y A MI

HIJA

GABRIELA

AGRADECIMIENTOS

A mi familia porque sin ella creo que nunca hubiera podido haber hecho esto.

A mi Papá que donde quiera que esté, sé que sabe lo mucho que lo quiero y lo extraño... Papá ojalá estuviera aquí con nosotros. Siempre vivirás en mi corazón.

A mi Madre que gracias a ella esto es una realidad, es tu pago por tantos años de sacrificio... creo que valió la pena, ¿o no?.

A lo mejor que me ha pasado en la vida, GABRIELA, este trabajo es para ti, para que te sientas orgullosa de tu mamá, gracias por enseñarme esta aventura que estamos viviendo juntas, ¡TE AMO!
Gracias Jorge, porque sin ti, Gaby no existiría.

A mis hermanos Pilar, Elvia, Sebastián, Marco Antonio, por estar siempre, muy a su manera, pero siempre estar. Por todo lo que hemos pasado y por todo lo que falta, siempre estaremos juntos, GRACIAS...A ellas que me enseñaron a ser fuerte ¡ÁNIMO!

A mis sobrinos, Paola, Lulú, Sofía. Julián, Isabel, César.
Porque van creciendo y se van convirtiendo en Hombres y Mujeres de bien...
A mis cuñados y cuñadas por aguantar a mis hermanos y hermanas.

A esas personas que ya no están en este mundo, pero que siempre vivirán, porque las llevo en mi corazón, EMILIA, esta tesis es parte tuya. Siempre seremos "AMIGAS".

JULIÁN, porque siempre confiaste en mi, también va por ti, gracias por todos tus consejos... le haces falta a mi hermana y a mí también, TE EXTRAÑAMOS Y QUEREMOS.

A los amigos de Radio Fórmula.

Germán gracias por tus palabras y por esos años en la redacción, que nunca volverá a ser la misma sin todos nosotros. Que a tu familia, Dios te la conserve siempre bien porque se lo merecen.

A los que me ayudaron a contar la historia de esta Organización, Jorge Castillo, Guillermo Jiménez (lo cumplí y aquí estas), Salvador Escobar, Adán Montes de Oca (q.e.p.d.)

Por esos casi siete años en que me ayudaste a ser otra, por lo que me diste y que lo guardaré en mi corazón como el tesoro más valioso de mi vida, a pesar de que al final volví a rescatar mi esencia y ya no estás, (aunque nunca lo veas, esto es por ti y para ti), los ideales se pueden cumplir, siempre hay otra oportunidad...

A la amistad de tanta gente pero en especial de:

Verónica, por ser tan auténtica y tener que luchar contra el mundo, te quiero mucho y eso lo sabes... Alma, gracias por abrirme el libro de tu vida y compartir todos los momentos buenos y malos... Janet que bueno que estamos juntas. Marta, ¡ qué buena onda eres! ... José Juan, eres súper y el mejor de los amigos... Hortensia, ¿Cuántos años de aguante verdad?

Por sus palabras y sabiduría, Don Jorge Manuel, gracias. También gracias por todo lo que le ha dado a este medio de la radio, y por todo aquello que seguirá dando por muchos años. Es un honor para mí contar con sus palabras en este trabajo. (Y por supuesto con su amistad).

A cada una de ellas les debo tanto que nunca podré pagarles todo lo que hicieron por esta que a veces no sabía por donde ir, la que escribe, aunque no lo crean, a veces no tiene nada que decir.

A una persona muy importante para la realización de este trabajo
A mi asesor Mario Efraín López, que sin su ayuda no lo hubiera terminado,
GRACIAS, eres un tipazo, "QUE VIVA LA RADIO".

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
A LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ARAGÓN".

A MIS MAESTROS,

A MIS SINODALES,

A MIS COMPAÑEROS

Y A DIOS POR DEJARME VIVIR MI VIDA COMO YO HE ELEGIDO

GRACIAS

ÍNDICE

PRÓLOGO	I
INTRODUCCIÓN	III
CAPÍTULO UNO	1
LA RADIO	2
1.1 Antecedentes de la radio	4
1.2 Historia de Organización Radio Fórmula	6
CAPÍTULO DOS	20
NOTA E INFORMACIÓN	21
2.1 Pasos en la información	22
2.2 Manejo de la redacción en la nota	29
CAPÍTULO TRES	33
ARMADO DE GUIÓN	34
3.1 Criterio para jerarquizar las notas	35
3.2 Realización del resumen	38
3.3 Realización del <i>teasser</i>	40
3.4 Utilización del resumen y <i>teasser</i>	41
CAPÍTULO CUATRO	43
PRODUCCIÓN DE NOTICIEROS	44
4.1 Entrada y salida	46
4.2 Vestido del noticiero	49
4.3 Creatividad en la producción general	51
4.4 Utilización de los anuncios	55
CAPÍTULO CINCO	57
ANÁLISIS DE LOS NOTICIEROS	58
5.1 Ensalada de Lechuga	59
5.2 José Cárdenas Informa	68
5.3 Cúpula Empresarial	77
5.4 López Dóriga	86
5.5 Fórmula dos mil	94
5.6 Eduardo Ruiz Healy	102
5.7 ¿...Y Usted qué opina?	113
5.8 Comparación	121

CAPÍTULO SEIS	123
RESULTADO FINAL	124
6.1. Tendencias del público	126
6.2. Tipos de noticieros	123
CONCLUSIONES	129
GLOSARIO	132
ANEXOS	141
FUENTES	145

PRÓLOGO

ES UN MOTIVO DE ENORME SATISFACCIÓN ESCRIBIR EN TORNO AL ESFUERZO DE SUPERACIÓN DE UN SER HUMANO, EN ESTE CASO DE VIRGINIA ALONSO QUEZADA, A QUIEN CONOCÍ EN ESOS PASILLOS DE RADIO FÓRMULA, CUANDO EXTRAÑADO VEÍA A ESA JOVEN MUJER, YA BIEN, EN LAS CABINAS DE OPERADORES Y LOCUTORES VISITANDO Y, HASTA AHORA LO SÉ, CONOCIENDO LA GRANDEZA DEL MUNDO DE LA RADIO.

TODO ESTO Y SU OBRA DE INVESTIGACIÓN ME LLEVAN AL RECUERDO DEL FORJADOR DE LOS NOTICIEROS, PRIMERO EN LA RADIO Y DESPUÉS EN LA TELEVISIÓN DE MÉXICO.

FUE EN 1947 CUANDO EL INCIPIENTE PERIODISTA, JACOBO ZABLUDOWSKY, QUIEN PARA NO VARIAR SUS PRIMEROS "PINITOS" EN EL PERIODISMO LOS REALIZÓ A LOS 13 AÑOS DE EDAD EN EL PERIÓDICO "EL NACIONAL". DESPUÉS, ESA MISMA INQUIETUD DE CONOCER TERRENOS DESCONOCIDOS PARA ÉL LO LLEVÓ A LA RADIO.

FUE EN LA XEQK "LA HORA EXACTA", DONDE DIO SUS PRIMEROS PASOS: LE SEGUIRÍA LA XEMC, "LA MÁS ESPAÑOLA DEL MUNDO"; POSTERIORMENTE "CADENA RADIO CONTINENTAL", DONDE CONOCE A DON ALONSO SORDO NORIEGA, QUIEN HACÍA LOS PREPARATIVOS PARA EL LANZAMIENTO AL AIRE DE LA XEX, EL 30 DE OCTUBRE DE 1947, EN LAS CALLES DE CÓRDOBA No. 48, COLONIA ROMA. AHÍ JACOBO RECIBE LA PRIMERA OPORTUNIDAD COMO REDACTOR DE NOTICIEROS.

YA PARA 1950. EN QUE SALIÓ AL AIRE LA PRIMERA ESTACIÓN DE TELEVISIÓN MEXICANA. LA XHTV. CANAL 4. ZABLUDOWSKY SE FUE COMO REDACTOR DE NOTICIAS JUNTO CON EL TITULAR DEL NOTICIERO DE LA XEX. GUILLERMO VELA, Y EL LOCUTOR COMERCIAL PEDRO FERRIZ SANTACRUZ.

PERO EL DÍA QUE FALLABA POR ALGUN MOTTIVO GUILLERMO VELA, ENTRABA COMO SUSTITUTO PEDRO FERRIZ. Y EL DÍA EN QUE FALLARON LOS DOS. JACOBO ENTRÓ POR PRIMERA VEZ A CUADRO COMO SUSTITUTO DEL SUSTITUTO.

TODO ESTO ME HA HECHO RECORDAR 50 AÑOS. DESPUÉS, VIRGINIA ALONSO QUEZADA. DOS ÉPOCAS DIFERENTES, MEDIO SIGLO DE DISTANCIA. CON LA DIFERENCIA DE QUE VIRGINIA NOS LLEVA DE LA PRÁCTICA A LA TEORÍA, ES DECIR, EN SENTIDO CONTRARIO A LO QUE COMÚNMENTE Y EN SU ORDEN CONOCEMOS, DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA.

TODA ESTA NOBLE INVESTIGACIÓN REALIZADA CON MUCHO ESFUERZO Y DESEOS DE SUPERACIÓN LE SIRVAN A ELLA Y A QUIENES TENGAN EN SUS MANOS ESTA TESIS, PARA RECORDAR QUE EN EL MES DE MAYO DE 1923, SURGÍA AL AIRE LA PRIMERA ESTACIÓN DE RADIO COMERCIAL EN MÉXICO. LA "CYL". BAJO LOS AUSPICIOS DE DON RAÚL AZCÁRRAGA Y EL PERIÓDICO "EL UNIVERSAL".

POR DONDE QUIERA QUE VAYA SU AUTORA E INVESTIGADORA, ENCUENTRE LA LUZ DE LA COMPRENSIÓN Y LA MANO AMIGA.

¡ADELANTE, SIEMPRE ADELANTE!

JORGE MANUEL HERNÁNDEZ PÉREZ.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en México, son los responsables de tener a la ciudadanía enterada de los acontecimientos que diariamente suceden en nuestro mundo.

La sociedad mexicana vive momentos de incertidumbre y los medios de comunicación juegan un papel muy importante, porque depende de ellos que los hechos que día con día hacen la historia de México, lleguen a los hogares con la veracidad posible.

Luego entonces, se debe de tener en consideración que el funcionamiento de los medios de comunicación y, por consecuencia, los noticieros, deben ser bien preparados y no pueden ser al vapor; o sea, en el mismo instante de la transmisión. Para esto se debe contar con un grupo de personas encargadas de la producción, realización del guión, redacción y recopilación de la información.

Así pues, la inquietud de realizar esta tesis de guiones radiofónicos surge de los diferentes tipos de noticieros que existen en Organización Radio Fórmula (O.R.F).

Este estudio tratará de sentar las bases para realizar un guión radiofónico de forma práctica y profesional, tomando como base las experiencias de los noticieros monitoreados.

El término **noticiero** será utilizado a lo largo de este trabajo, tomando como referencia a Rrigo Coen uno de los lingüistas más importantes del país y a que en Organización Radio Fórmula así se denominan los espacios informativos.

El objetivo de esta tesis es ser útil a las generaciones futuras, para que puedan crearse un criterio sobre lo que es un guión radiofónico en el ámbito

profesional, la manera en que éste puede influir en el auditorio y así poder contar con el éxito.

En el presente trabajo, se conocerá la importancia que tiene el guión radiofónico en los siete noticieros de ORF: **ENSALADA DE LECHUGA**, conducido por Héctor Lechuga, en la emisora XEAI-AM DE 07:00 A LAS 10:00 de lunes a viernes; **NINO CANÚN**, conducido por Nino Canún en XEDF-AM 970 de las 18:00 a las 21:00 horas de lunes a sábado; **JOSÉ CÁRDENAS INFORMA** conducido por José Cárdenas en XERFR-AM, 970 de las 18:00 a las 21:00 horas de lunes a sábado; **LÓPEZ DÓRIGA** conducido por Joaquín López Dóriga, en la emisora XERFR-AM, de las 13:30 a las 15:00 horas de lunes a sábado; **FÓRMULA DOS MIL** conducido por Mauricio Hernández en la emisora XEAI-AM, 1470 de las 5:30 a las 7:30 de lunes a viernes; **CÚPULA EMPRESARIAL** conducido por Oscar Mario Beteta, en 103.3 XERFR-FM de las 6:30 a las 10:00 horas, de lunes a viernes; **EDUARDO RUIZ-HEALY** conducido por Eduardo Ruiz-Healy, en la estación 1500 XEDF-AM de las 6:30 a 9:30 de lunes a viernes. Todas las estaciones tienen repetidoras en el ámbito nacional por lo que se cuenta con un amplio auditorio, de este modo el noticiero tiene una gran proyección. La relación de las estaciones en provincia se puede ver en el anexo "A".

Cabe aclarar que 3 de los noticieros arriba mencionados, salieron de las filas de Organización Radio Fórmula, así **ENSALADA DE LECHUGA** llegó a su fin el 31 de agosto del 2000; **FÓRMULA DOS MIL**, terminó su transmisión en diciembre de 1999, **NINO CANÚN** se fue de la estación el 18 de febrero de 1998.

Para este estudio, se presenciaron en vivo las diferentes emisiones de los noticieros con el fin de comprobar la realización en el momento y conocer más a fondo la producción de los mismos.

La observación jugó un papel muy importante, ya que se siguieron de cerca los elementos que se utilizan como guión o estructura de los noticieros.

De esta forma se obtuvo la mayor información sobre los noticieros y se analizó todo lo que pasa antes de llegar al inicio de la emisión.

La investigación fue longitudinal, pues los noticieros de ORF se analizaron en un periodo de un año de 1997 a 1998. Tomando una sola muestra de cada uno de ellos. Así ENSALADA DE LECHUGA se grabó 19 de junio de 1997; NINO CANÚN el 21 de junio de 1997; JOSÉ CÁRDENAS INFORMA, el día 28 de octubre de 1998; LÓPEZ DÓRIGA también el 28 de octubre de 1998; FÓRMULA DOS MIL, 13 de junio de 1997; CÚPULA EMPRESARIAL, 28 de octubre de 1998; EDUARDO RUIZ-HEALY, 28 de octubre de 1998

También se establecieron diferencias y semejanzas entre los siete noticieros de ORF, de esta forma la investigación será denominada analógica. De esta manera la semejanza es que todos son espacios noticiosos, y la diferencia es que criterios diferentes para informar.

Se obtuvo un amplio panorama de lo que es un guión radiofónico, así como lo que implica todo en la producción, desde una nota, pasando por lo que es el armado del guión, hasta la jerarquización de la información.

De esta manera se determinó la importancia que tienen los noticieros radiofónicos de ORF, así como conocer los pasos para realizar un guión radiofónico.

Aquí se Valorará lo útil que es el guión y la jerarquización de las notas, ya que esto es fundamental para el éxito del noticiero.

El guión y la producción son determinantes para el producto final al aire: el noticiero, por lo que será importante conocer como jerarquizar las notas

Así, el primer capítulo abarca algunos aspectos de los inicios de la radio, así como la historia de Organización Radio Fórmula.

En el segundo capítulo se encontrará como redactar una nota y algunas reglas ortográficas.

Después, para seguir un orden, el capítulo tercero se mostrará la manera de armar un guión radiofónico

El capítulo cuarto despejará dudas relacionadas con la producción en los noticieros radiofónicos.

El análisis de los noticieros en estudio se encuentra en el capítulo quinto.

Y, finalmente, en el capítulo sexto se encuentran las conclusiones

Vamos pues a meternos en el mundo fascinante de las noticias y todo lo que tiene a su alrededor.

CAPÍTULO

UNO

LA RADIO

La radio en México sufrió una transformación en la década de los 80's, cambia de lo comercial a lo hablado, siendo Organización Radio Fórmula, una de las primeras en cambiar su programación, es por eso que resulta increíble cómo una organización tan importante no tiene una historia escrita.

La tarea es grande, hay que recopilar todo el material posible, hacer entrevistas a los locutores y operadores de ORF que tienen más tiempo laborando en ella.

Se platicó con Guillermo Jiménez, quien lleva más de treinta años trabajando como locutor en lo que era XEDF 970 AM. Él en 1986 hizo una pequeña reseña de la organización para darles la bienvenida a los que llegaban a trabajar después de una de sus peores etapas. Éste es el único antecedente que se tiene de alguna recopilación histórica sobre ORF.

La entrevista se realizó en la moderna cabina de FM 103.3, ubicada en Privada de Horacio N° 10, cuarto piso. Guillermo Jiménez, anunciaba las canciones de la programación (todavía era musical la estación). Muy amablemente platicó la transformación de esta importante estación de radio.¹

Además, también se conversó con el operador de XEDF 970 AM, que seguramente es quien tiene más años en Organización Radio Fórmula, Adán Montes de Oca.

Don Adán (como cariñosamente le llamaban sus amigos y compañeros), entró a la compañía en 1971, la entrevista se realizó en la cabina de 970 AM, ubicada en privada de Horacio N° 22, cuarto piso.²

1 JIMÉNEZ Rojas, Guillermo, locutor ORF. Entrevista

2 MONTES de Oca, Adán, operador ORF. Entrevista

Igualmente, se conversó con Salvador Escobar, locutor de XEDF 970 AM, quien entró a ORF unos meses después de Guillermo Jiménez. La entrevista se realizó en una cabina de grabaciones en las instalaciones de privada de Horacio N°10 en el tercer piso. ³

Además sólo se dará una reseña del surgimiento de la radio en el mundo, el motivo es que ya se ha escrito mucho sobre el tema, pero no por eso es menos importante.

Lo que se leerá en las siguientes páginas será el testimonio de cómo nace, crece y se desarrolla un importante grupo de radio.

³ ESCOBAR, Salvador, locutor ORF. Entrevista

1.1 ANTECEDENTES DE LA RADIO

La radio nace para comunicar, dicha necesidad marca la pauta para que muchos hombres hicieran experimentos, para poder llegar a lo que hoy se conoce como la radio.

De algunos de estos grandes hombres se dirá que si no fuera por ellos la radio no sería lo que en la actualidad es: el medio de comunicación que llega a todos los rincones del mundo.

Un joven italiano llamado Guillermo Marconi, en 1895, envió señales auditivas desde su cuarto hasta un parque cercano, a un kilómetro de distancia. El 2 de junio de 1897, Marconi obtiene la primera patente para enviar señales a través del espacio.

En 1898 logró unir con señales de radio las costas inglesa y francesa a través del Canal de la Mancha.

En 1906 se transmitió por primera vez la voz humana a distancia y sin cable, Reginald Aubrey Fessenden, físico canadiense, fue quien hizo posible esta hazaña.

Pero quien perfeccionó el sistema de Marconi y patentó el bulbo de tres electrodos que convierte la electricidad en sonido fue Lee de Forest; además, en 1908 transmitió desde la Torre Eiffel, y en 1910 desde el Opera House, realizó un control remoto de una función del gran Enrico Caruso.

Es con la aparición en escena de David Sarnoff, con la que se puede decir que la radio nació como medio de comunicación por pensar que este aparato podría convertirse en un elemento de entretenimiento.

La primera emisora pública con permiso oficial de transmitir fue la estación KDKA, de la Westinhouse, el 2 de noviembre de 1920, con una emisión que comenzó a las 20:00 horas y terminó después de media noche.

Ya en México, el primero en transmitir fue Adolfo Enrique Gómez Fernández desde el teatro "Ideal" en el Distrito Federal. Acto seguido en el Estado de Nuevo León, Constantino de Tarnava, instaló una emisora experimental en 1919, la TND, misma que recibió su autorización oficial en el año de 1923.

La radio mexicana fue encabezada por la XEW, y se dedicaba a difundir programas musicales, radionovelas y algo de información.

La inauguración de la XEQ fue en 1938, dicha estación estaba constituida por quince programas musicales.

La XEOY, "Radio Mil", intentó en 1949 convertirse en una estación sólo de noticias, pero la idea no progresó. 4

1.2 HISTORIA DE ORGANIZACIÓN RADIO FÓRMULA

30 años son toda una vida, pero para una estación de radio es muy poco tiempo y sobre todo si esta estación alcanza el éxito de ORF.

En 1968 el señor Emilio Azcárraga, era dueño de la compañía que en ese entonces llevaba el nombre de "Sistema Radiópolis"; su primo, el señor Rogerio Azcárraga, compró la empresa y le pone el nombre de "Radio Oro", "Organización Radiofónica Orfeón". Estaba compuesta por la XEB, "La B grande de México"; XERPM, "Radio Juventud"; XEDF, que era "La Estación del Distrito Federal"; XERH era "Radio Tricolor" y tocaba música instrumental; la XESM, que era "Radio Fiesta" y tocaba música tropical; La RH, que emitía música ranchera y tiempo después se convirtió en "Radio AI", la cual transmitía música tropical.

Las instalaciones de "Grupo Oro" se localizaban en Doctor Río de la Loza N° 212. En el año de 1972 se cambiaron al número 300, ocupaban los pisos 5° y 6°. Por las necesidades de la empresa cambiaron de domicilio dos estaciones, la XERPM que tocaba música clásica y XEDF-FM, "Jazz FM". Estas estaciones fueron trasladadas a la Torre Latinoamericana, pues para entonces la empresa ya contaba con un gran personal entre operadores, locutores, programadores, continuistas y técnicos.

A finales de los 70's, hubo cambios en la administración, los lemas de las estaciones desaparecieron y se les empezó a llamar por número, éste fue asignado por la posición en la frecuencia, así, que la primera que se encontraba en el cuadrante sería la que llevaría el número uno, o sea, 970 fue la número uno, la dos 1470 y así consecutivamente, pero esto no funcionó.

Por problemas administrativos, tres estaciones de ORF estuvieron intervenidas, por el conflicto que vivió México el 2 de octubre de 1968; ORF transmitió información sobre este movimiento, hecho que molestó mucho a las autoridades de ese entonces y como un rumor, se dice que cuando estaba como secretario de Gobernación Luis Echeverría, vino la represión, ¿Y cómo atacar al grupo?. Pues por lo fiscal, y así el señor Rogerio Azcárraga, pierde tres de sus ocho estaciones, "La B Grande", la XERPM-AM y la XEMP-FM. Pasaron casi dos años y para el público todavía seguían siendo del mismo grupo, hasta que se definió que esas tres estaciones serían las que el gobierno le quitaría a don Rogerio Azcárraga. Entonces ORF queda constituida con las cinco estaciones 970 XEDF-AM, 1500 XEAI-AM, 1470 XESM-AM, 104.1 XEDF-FM y 103.3 XERPM-FM.

El periódico "Excélsior", por ejemplo en febrero de 1979 dice, que en 1976 el grupo ORF atraviesa por problemas financieros y fiscales, gran parte de los cuales eran con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Para cubrir sus adeudos, decide vender tres de sus emisoras, XEB, XEMP y XERPM. El 8 de octubre de 1976 se crea el fideicomiso Corpomex, a cargo de Banca Somex, cuyo objetivo era la venta de los bienes, derechos y acciones de las empresas concesionarias de esas emisoras. El 21 de diciembre de 1978 las emisoras pasan a ser propiedad del Gobierno Federal en retribución al adeudo contraído con las dependencias antes mencionadas.

En febrero de 1979, se hace público que por acuerdo de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, y de Hacienda y Crédito Público, las tres emisoras serán adscritas a la Secretaría de Gobernación, donde la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía, se encargaría de su operación. ⁵

5 EXCÉLSIOR. RAMÍREZ, Roberto, Tres estaciones de DF pasaron a manos del estado. p.11-b.

Así, después de un año de negociaciones con diferentes dependencias y con radiodifusores privados, tres estaciones del distrito federal: XEB, XERPM y XEMP, que pertenecían a ORF, pasaron a poder del Estado, en virtud de no haberse podido cubrir el adeudo que ese grupo tenía con varias dependencias.

Un grupo de radiodifusores trató de obtener las mencionadas estaciones para operarlas, pero el Estado las utilizaría para difundir series y programas de verdadero contenido social, cultural y educativo. Según las radiodifusoras funcionarían también en forma comercial, con el propósito de que su operación resultara costeable.

De esta manera, el Estado se convierte en titular de las acciones de tres sociedades anónimas concesionarias de otras tantas radiodifusoras: Compañía Nacional de Radiodifusión S.A, de XEB; Vocero Mexicano S.A, de XERPM, y Radio Visión Mexicana S.A de XEMP.

Para operar las emisoras de manera coordinada, la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación decide crear RTC-Radio como grupo base de las emisoras con las que en 1983 se formaría el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

La situación jurídica de la mayor parte de las entidades que mediante el decreto constitutivo pasaron a formar parte del IMER era irregular, debido a que las empresas radiofónicas otorgadas para su administración, tenían concesiones asignadas a sociedades anónimas que no habían sido canceladas o transferidas. El fideicomiso constituido el 8 de octubre de 1977, para vender los bienes, derechos y acciones, se realizó el 2 de diciembre de 1978 a favor del Gobierno Federal.

Con todos estos cambios fue natural que existieran ajustes, de 1980 a 1985, se empezó de cero, no había imagen, entonces se propuso la idea de cambiar la imagen de la XEDF-AM, y así pasó a llamarse "Radio Fantástica". Ésta fue la época de la ola juvenil, grupos y solistas infantiles acaparaban la atención del público, sobre todo de la gente menuda.

"Radio Fantástica" se convirtió en una estación juvenil, al tiempo que empezó la época del llamado fenómeno de los 80's, encabezado por el grupo "Menudo". "Radio Fantástica" no podía quedarse atrás, así que también tenía un programa al cual titularon "La Hora Menuda"; los consagrados de la música también tenían su lugar. "Lupita D'alesio", "Juan Gabriel" y "José José" eran de los favoritos del público.

En la misma época, nace el concepto XESM "Radio Cañón", y como su nombre lo dice, pegó "cañón", era pura música juvenil, se enfocó a un mercado poco explotado además de la creatividad de los directores artísticos que supieron dar en el punto.

La estación siempre estaba a la vanguardia en la música moderna, tenía entrevistas con los artistas de moda y eso gustó mucho a la gente que seguía a "Luis Miguel", "Parchís", "Lucero" y "Menudo", era una estación que daba acceso a sus artistas favoritos, aunque en el pecado llevaran la penitencia, pues los grandes tumultos que se hacían afuera de las instalaciones de Doctor Río de la Loza, se repetían en varias ocasiones. Era imposible controlar a tantas muchachas que se reunían en la estación cuando por azares del destino se enteraban que el artista de su preferencia iba a estar en Radio Cañón. Viendo el éxito de esos grupos, ORF también crea su propio grupo, el cual se hace llamar "Los Chavos".

Por la misma época de los 80's, Don Rogerio Azcárraga dio la oportunidad a Cristian Castro, hijo de Verónica Castro, para tener su primer programa de radio al cual llamaron "La Hora del Gallito". En este programa cuenta Don Adán Montes de Oca, que tenían que amarrar al pequeño

conductor a la silla porque si no se paraba y no tomaba atención a las indicaciones del operador, y se hacían lagunas al aire.⁶

La XEAI, sigue siendo "La Catedral de la Música Tropical", la 104.1 es "Jazz FM" pero la 103.3 desaparece como clásica y se convierte en "Cosmos 103"; en ese entonces toca música disco y logra colocarse en primer lugar de popularidad.

Como cualquier empresa que trata de superarse, ORF empieza a crecer, se crea un departamento de promociones, otro de mercadotecnia, pero un acontecimiento que marcó a la Ciudad de México, no permite que ORF se desarrolle con la rapidez que pretendía.

1985 cambió la vida de México y la de sus pobladores, los sismos de ese año fueron fatales. Después de vivir un acontecimiento de tal magnitud, lo único que queda es ponerse de pie con el ánimo y la energía de quienes trabajan en ese momento en la empresa.

Corrían las 7:19 de la mañana del 19 de septiembre de 1985, México se sacude con un movimiento telúrico de 8.5 grados en la escala de Richter, el edificio de ORF se viene abajo. Adentro de las instalaciones, locutores, operadores, técnicos y comentaristas. La voz en la radio de muchos mexicanos se queda en silencio, un silencio que llegó a ser muy largo para quienes los escuchaban; no parecía raro, en un caso así es común que la señal se corte. Cuando las demás estaciones empiezan a salir al aire y ORF no, la gente se pregunta ¿qué pasó con ORF?. Muchos de los que trabajaban en la estación, empezaron a llegar a Doctor Río de la Loza número 300, las imágenes hablaban por sí solas.

Pero seguir intentando relatar una historia sin haberla vivido no tiene validez, así que dejemos que sea, Guillermo Jiménez Rojas, locutor de la XEDF-AM quien platique su historia del 19 de septiembre de 1985.

Todos los días llevo a mis hijos a la escuela y ese día no era la excepción. Después de la sacudida, intenté sintonizar la estación, pero no tuve éxito, me dirigí de inmediato a mi trabajo. Antes de llegar me encontré llorando a Tello, quien me dijo: don Memo, "Radio Fórmula" se cayó. Pensé que el muchacho estaba exagerando, pero al llegar a las instalaciones ya no estaban. En ese momento no sabía que hacer, a quién acudir, cómo quitar las grandes y pesadas lozas que sepultaron a mis compañeros. Los grandes milagros nos rodearon. Un empleado de limpieza se salvó por que había salido a comprar pan - para el desayuno- él fue quien me dijo que todos los que tenían turno estaban debajo de los escombros. Algunos tuvieron mucha suerte como Salvador Escobar, locutor en XEDF-AM quien para salvar su vida se descolgó por unas cortinas que daban al estacionamiento por la parte de atrás del edificio, en la caída, una de sus piernas fue atrapada por una varilla la que le ocasionó una gran lesión que tardó un año en sanar, pero la herida del recuerdo no se olvidará nunca.

La ayuda de los servicios de emergencia llegó, pero poco se podía hacer, las lozas eran grandes y muy pesadas. Otro que también tuvo mucha suerte fue el técnico Manuel Pérez Vivián, quien al sentir el temblor se metió abajo de un escritorio, eso le salvó la vida.

Pedro Ferriz de Con, que en ese momento conducía el noticiero matutino, salió con una desviación cervical, la columna se le partió en cuatro. Ferriz me contó que le tuvo mucho miedo a la muerte, que se acordó de la muerte de

Joaquín Pardavé, a quien enterraron vivo, el edificio que era de siete pisos se había comprimido en cinco, además cuenta que nunca se desmayó, siempre estuvo consciente. Cuando lo logramos sacar, lo tuvimos que parar y decirle que se fuera como pudiera, no había los medios para poderlo llevar al hospital. El productor del noticiero también logró salir con vida, pero hubo quien no tuvo tanta suerte, entre ellos el papá de nuestra reportera Mitzi Calderón, “El Conde Calderón”, Sergio Rot, Francisco Margarito Fernández, quien era operador de la XEDF, el vigilante Marcelino, Gustavo Calderón hijo, a él lo rescataron vivo, pero después del golpe que sufrió en la cabeza, quedó impedido para hablar, él, un comentarista de deportes y cronista de televisión con mucho futuro.

Y como se dice, la función debe continuar. Al día siguiente todos regresamos para ver en qué podíamos ayudar y cómo íbamos a transmitir, nos dividimos los trabajos: mientras unos rescataban lo que pudieron del departamento técnico para empezar a transmitir, otros por su parte ayudaban en las tareas de rescate.

El viernes 20 de septiembre, cerca de las 7 de la noche, se rescató el cuerpo de Francisco Margarito; A Marcelino el vigilante de la empresa, tardaron aproximadamente 13 días en encontrarlo, pues su área de trabajo estaba muy pegada a lo que era el elevador y en esa parte en dirección a la azotea, estaban el generador, las máquinas y los motores del elevador. Se presume que podría haber estado con vida, porque cuando lo encontraron no presentaba mayor descomposición. La circulación de vehículos y el ruido de las máquinas no dejaban oír si alguien pedía auxilio, además se necesitaba algo grande para mover los grandes bloques de concreto. Marcelino fue a la última persona que encontraron.

En total fueron nueve las pérdidas humanas que sufrió ORF.

1985 dio la pauta para que la organización se volviera a venir abajo, pero las ganas y el ánimo de todos los que trabajaban y, ¿por qué no?. También por la memoria de quienes habían muerto en el cumplimiento de su deber, fueron los alicientes para seguir adelante.

A partir de ese momento se tomó la decisión de que las estaciones XEDF-AM y XEAI-AM se fueran a las plantas transmisoras ubicadas en Apatlaco y la XESM-AM a la avenida Trigo. La gran solidaridad de los mexicanos no se hizo esperar, se empezó a transmitir con equipo prestado de otras estaciones.

Para el sábado 21 de septiembre ya estábamos al aire.

Las primeras palabras no se recuerdan, pero sí el sentimiento de volver a empezar, tristeza y alegría a la vez, muchos sentimientos encontrados, se perdieron muchas vidas y con ellas a los amigos. Pero seguíamos transmitiendo desde una bodega llena de ratas, cucarachas, arañas y con una sola consola, un par de tornamesas y algunas cosas más. Se empezó a rescatar la comercialización y la documentación. Se construyeron cuatro cabinas: dos para locutores y dos para operadores, un improvisado estudio de grabación, un departamento de noticias que contaba con una sola máquina de escribir; tiempo después se instaló un teletipo. No había más, pero había ganas de trabajar y dar lo mejor, para que la empresa resurgiera. Al año nos cambiamos a lo que hoy es nuestra casa.

El 18 de septiembre de 1987 ORF tenía un nuevo domicilio, Privada de Horacio número 10. Las oficinas ya estaban. La primera que transmitió desde ese lugar fue la XESM-AM pero se tuvieron que regresar a las instalaciones de Apatlaco, porque no se podía transmitir por fallas técnicas, tuvimos que pasar otra Navidad en ese lugar que parecía todo menos una estación de radio.

En febrero de 1987 nuevamente regresamos a las instalaciones de Privada de Horacio. Este año marca el nacimiento de XEDF-AM como estación hablada. Se convirtió en "Radio Espectáculo", donde se comentaba todo sobre el cine, radio, televisión, teatro y música, los programas eran conducidos por personalidades reconocidas, todos colaboradores y editores de diferentes periódicos que escribían sobre espectáculos. El maestro Alejandro Guzmán Mayen, con su programa de "Dimes y Diretes" se hacía acompañar de Alma Elena; "el Gordo" Barrera, que escribía para "Ovaciones"; y Vázquez Villalobos de "El Heraldo". Por cierto aquí empieza su carrera Gustavo Adolfo Infante.

Empezaron los cambios, se insertaron otros programas, entre ellos los noticieros, programas de polémica de contenido y de opinión.

Para 1990 la programación de la XEDF-AM ya había quedado conformada; el resto de las estaciones seguían con su misma programación: "Radio Cañón", con su música juvenil y el rock and roll; "Cosmos 103" y "Jazz FM", Radio XEAI-AM, siempre tocando música tropical, aunque en algún tiempo también se quiso hacer hablada, pero no funcionó así, regresó a ser netamente tropical.

La estación XEDF-AM cuenta con grandes personalidades para poder ser la primera en su género, entre ellos el estilista Alfredo Palacios, quien además de dar consejos de belleza, también orienta a las personas que llaman a su programa y piden un consejo sobre qué hacer con algún problema sentimental; la señora Maxime Woodside es la encargada de llevar, a su estilo muy particular, el mundo de los espectáculos con su programa "Todo para la mujer"; "Hablando Claro", con Don Fernando Marcos y Jacobo Moret, es uno de los programas pioneros, y la ya acostumbrada emisión del noticiero vespertino que han tenido muchos y grandes comentaristas, como Carlos Ramos Padilla, Pedro Ferriz Santacruz, Jorge Kellog, Jorge Zúñiga, Nino Canún, y últimamente José Cárdenas.

"Fórmula Deportiva" dio la pauta a programas de debate clásicos en ORF; participaban, Gerardo Mendoza, Ángel Fernández; Aldo Fernández, Jacobo Moret, Fernando Marcos. Una cosa chusca fue que ningún moderador aguantaba más de un mes, Eduardo Ruiz Healy y un servidor, Guillermo Jiménez, no pudimos con el griterio que se armaba en la mesa de la cabina de la XEDF-AM, como todo, el programa llegó a su fin.

El 1 de abril de 1992 cambia totalmente el concepto de "Cosmos 103" y nace "103.3 La música de ayer con el sonido de hoy". Se requiere que traigan a locutores de la "Vieja Guardia", como don Jorge Zúñiga, Eduardo Charpenel, León Michel, don Luis Cáseres, y yo, Guillermo Jiménez como voz institucional.

Por el mismo tiempo "Jazz-FM" también da un giro inesperado; se convierte en la primera estación de frecuencia modulada de música gruperá, todos los que

trabajábamos en ORF pensábamos que era una locura, que nunca iba a funcionar y así se crea “La 104.1, La Número Uno”, el 1 de septiembre de 1992, José Luis Moreno, fue la voz oficial que dio a conocer la nueva imagen de la estación durante el primer año de vida. Posteriormente otras personalidades del micrófono como Rubén García Castillo, Edgar Olivares y Juan Ramón Sáenz, pusieron lo mejor de su talento para edificar cimientos sólidos para perfilar a la estación como la más importante del cuadrante.

Las dos estaciones cambiaron y cambiaron para bien. En poco tiempo se colocaron en primer lugar y con esto muchos grupos de la radiodifusión, también se aventuraron a cambiar algunas estaciones de la frecuencia modulada, a musical y sobre todo con el género grupero. Un gran suceso, y al mismo tiempo otro fenómeno, la amplitud modulada cambia. La gente escucha más la radio en AM que en FM, el público cambió de frecuencia, podríamos aventurarnos a decir que este fenómeno fue provocado por el éxito de ORF.

Cuando llega la era de los 90’s ORF llega a una de las cinco etapas más importantes en su vida: Ser una Cadena Nacional Vía Satélite.

La primera etapa se inicia en 1992, cuando la XEDF-970, cambia su formato y pasa a ser “Noticias-Radio Hablada”, aumenta su potencia a 50.000 wats y alcanza una cobertura de más de 21 millones de habitantes de las ciudades de Puebla, Toluca, Pachuca, Cuernavaca, Tlaxcala y Distrito Federal.

La segunda etapa se inicia un año después en 1993, cuando se pone en operación via satélite, ciudades como Monterrey y Guadalajara que retransmiten la programación original de XEDF, para entonces ya contaba con una cobertura del 70 por ciento del mercado urbano, esto sólo con las 3 ciudades más importantes de México.

La tercera etapa en 1994 marca la expansión a más plazas de la República Mexicana, hasta alcanzar el 92 por ciento de la cobertura de la población en 45 ciudades de más importancia.

La cuarta etapa, en 1995 marca el intercambio comercial con la Mexicana American Border Rim, la zona de intercambio comercial más importante del mundo, superado únicamente con el de Canadá, en cuanto a comercio con los Estados Unidos de Norteamérica.

1997 marca su quinta etapa: siempre está a la vanguardia. Lanza su segunda estación como nacional, la que era XESM-AM 1470, pasó a ser XEDF-AM 1500 AM con programas como "LINEA DIRECTA", con Eduardo Ruiz Healy; "PAREJAS", con Patricia Kelly y el Doctor Ernesto Lammoglia, "HABLANDO DE CINE", con Joaquín Cordero, "HABLAR POR HABLAR", con Juan José Origel, "LO QUE EL VIENTO NO SE LLEVÓ", bajo la conducción de Jorge Zúñiga.

Con esta programación trata de cautivar a la audiencia que los escucha en algunas partes de la República como Chihuahua, Ciudad Juárez, Tampico, León, Guanajuato y Veracruz.

La XEDF-AM 970 pasó a ser XERFR-AM 970 con sus programas estelares: "SALUD Y BELLEZA", con Alfredo Palacios; "TODO PARA LA MUJER", con Maxime Woodside; "LÓPEZ DÓRIGA", con Joaquín López Dóriga; "JOSÉ CÁRDENAS INFORMA" con José Cárdenas; y "BIONATURA" con Abel Cruz.

La XEAI-AM 1470 AM cambió su imagen en 1999 se convirtió en "Radio Metrópoli", la cual tiene el objetivo de ser una competencia para las estaciones hermanas de 970 y 1500 con su programación hablada y teniendo a gente muy importante como Janet Arceo, Cristina Pacheco, Enrique Castillo Pesado, sin descuidar los noticieros como el del señor Héctor Lechuga, "Ensalada de Lechuga", el cual ha tenido todos los horarios posibles. De esta manera dejan atrás programas como: "La Hora de la Santanera"; "La Hora de los Sonideros" y "Los Gigantes de la Salsa".

"La 104.1, Radio Uno", desde que cambió de giro ha mantenido a la música grupera en sus programas: "La Hora del Tremendo Alex" con el locutor Alejandro López; "Los Grandes De La Salsa" y "Somos Novios" con el locutor Juan Ramón Sáenz; "Línea Directa", con Eduardo Ruiz-Healy.

La 103.3 cambia de siglas y queda como XERFR-FM y sigue retransmitiendo los mejores programas de la 970 para el Valle de México y en algunas horas pasando la música del recuerdo; su noticiero estelar "Cúpula Empresarial", con Oscar Mario Beteta, y últimamente los fines de semana hacen una recopilación de los mejores programas para que la estación poco a poco se haga hablada como las demás. De esta manera las cinco

**estaciones de ORF cumplirán con el objetivo del dueño:
Tener los primeros cinco lugares en el *rating*. (7)**

Así es la historia de una estación de radio que todavía tiene mucho que dar a la comunicación.

(7) JIMENEZ Rojas, Guillermo, Locutor ORF. Entrevista

CAPÍTULO DOS

NOTA E INFORMACIÓN

Para saber redactar bien se necesita además de tener las bases (como reglas ortográficas), saber de lo que se escribe, o sea, antecedentes de la nota, la cual se está redactando y que posteriormente será transmitida al aire

Así que, además de tener siempre muy presente lo anterior, se debe tener práctica. No cabe duda que esto es lo que hace a un buen redactor.

La experiencia en el campo de la redacción y estar bien informado, da la seguridad para saber qué nota es la principal, cuál va después, cómo se debe entrar, cuáles son los datos más importantes para que el público se interese en el noticiero y así obtener el mayor auditorio posible.

La redacción no es una receta de cocina de la cual deben seguirse los pasos al pie de la letra, es un poco más flexible, se puede jugar con ella y enriquecer la nota al fin y al cabo el que se verá más beneficiado será el público y el noticiero lucirá como una fuente fidedigna.

De una nota bien redactada depende la cultura informativa de una sociedad, pues la radio es un medio de comunicación masivo, que llega a cualquier rincón del mundo y como tal influye en las personas que la están escuchando y es responsable de lo que transmite.

Con esto se trata de dar un poco de confianza y ayuda a los periodistas que empiezan a redactar sus primeras notas, lean, escuchen y aprendan que de todo esto sacarán sus bases.

2.1 PASOS EN LA INFORMACIÓN

Redactar bien, significa poner en orden, con un sentido preciso. Esto consiste en poner por escrito los pensamientos o conocimientos ordenadamente. Implica tener las bases de las reglas de ortografía, para lo cual se darán algunas referencias de ellas.

Los puntos y comas. Son pequeños signos intercalados en la escritura, nos ayudan a seguir lo que se escribe.

La coma sirve para separar palabras, frases u oraciones. ⁸

El punto y coma sirve para separar oraciones cuyo sentido sea próximo, frases largas, semejantes y en serie, también sirve para separar períodos relacionados entre sí, pero no enlazados por una preposición o conjunción. ⁹

El punto separa oraciones cuando los pensamientos que contienen, se relacionan aunque no sea de manera inmediata y para separar párrafos. ¹⁰

Los dos puntos indican que tras de ellos viene una enumeración de elementos incluidos en la frase anterior. ¹¹

Los puntos suspensivos ayudan al redactor a completar la frase o el pensamiento que se escribe, es de alguna manera expresar lo que no se debe ver. También indican interrupciones y otras veces sustituyen al etcétera. ¹²

⁸ MARTIN VIVALDI, Gonzalo, Curso de redacción, p. 19

⁹ ibid, p.22

¹⁰ ibid, p. 24

¹¹ ibid, p. 25

¹² ibid, p. 26

El guión menor es para indicar, al final de un renglón, que una palabra no ha terminado y continúa en el siguiente. Por su parte el guión mayor o también llamada raya, sirve para separar los elementos intercalados en una oración; representa un grado mayor de separación que las dos comas encierran. ¹³

Los paréntesis sirven para separar, dentro de una oración, con mayor grado de separación que los guiones. ¹⁴

Las comillas son otro signo ortográfico que bien empleado, sirve en ocasiones para destacar una palabra o una frase, pero no conviene abusar, ante todo por razones de estética tipográfica. Las comillas sirven también para destacar una cita, una frase reproducida textualmente. ¹⁵

Para alcanzar una buena redacción es fundamental conocer la estructura de la oración, pues es necesario para la buena construcción de la nota.

El verbo es la parte de la oración que expresa acción, esencia o estado del ser. Su función principal es la de afirmar algo acerca del sujeto. ¹⁶

Los adjetivos son palabras que modifican a los nombres sustantivos, determinándolos o calificándolos, por lo tanto nota esencial del adjetivo la de acompañar y modificar el sustantivo. ¹⁷

Los adverbios son palabras que modifican a los verbos, a los adjetivos o a otros adverbios. ¹⁸

13 *ibid* p. 28

14 *idem*

15 *idem*

16 *ibid*, p. 32

17 *ibid* p. 38

18 *idem*

La preposición es una partícula invariable que sirve para enlazar una palabra principal. Va siempre unida a un término y forma con él una unidad sintáctica y fonética.

Lo normal es que la preposición, por su propio significado etimológico se coloque antes. ¹⁹

Frecuentemente se va a encontrar con cuatro posibilidades ortográficas que son: **POR QUE**, **PORQUE**, **POR QUÉ** y **PORQUÉ**.

Explicaremos cada una de estas palabras

PORQUE: Equivale a ya que o a pues, y sirve de conexión entre dos oraciones integrantes de un breve periodo.

POR QUE: Es un compuesto de la preposición por y del relativo que (que equivale al cual, la cual). Luego si hay un relativo, ha de haber un antecedente de ese pronombre al cual se refiere que.

¿PORQUÉ? : Es interrogativo, lleve o no lleve el signo de interrogación.

PORQUÉ: Como sustantivo irá siempre presidido de un determinante, puede sustituirse por un sinónimo: motivo, causa, razón. ²⁰

¹⁹ ibid, p. 46

²⁰ ibid, p. 61

Las "siglas" son las letras iniciales de una palabra empleada como abreviatura y también el rótulo o denominación que se forma con las letras iniciales. Así, N es la sigla de Norte y ONU, las siglas de la Organización de las Naciones Unidas.

A la hora de escribir, hay que valorar su popularidad, es decir, pensar si la sigla necesita o no de su explicación para que sea comprendida. Hay siglas que no necesitan ser traducidas porque son de dominio público. 21

La oración o frase, por su forma o estructura básica, consta de dos miembros: sujetos y predicado. 22

"El predicado" es lo que se dice en la oración, "sujeto" es aquello de que se dice algo.

El predicado puede ser verbal y nominal. El primero consta de un verbo en forma temporal y personal, con o sin complementos. 23

La construcción sintáctica es la que ordena los elementos de la frase, según su función gramatical 1° el sujeto, 2° el verbo. 3° el atributo o los complementos a) directo, b) indirecto y c) circunstancial, es decir 1° el sujeto y 2° el predicado. 24

Primero hay que ordenar las ideas y para esto se requiere de estos pasos:

- a) conviene ligar las ideas entre dos o más frases.
- b) deben presentarse tales ideas según su importancia.
- c) es necesario evitar las faltas de sentido que resultan de no respetar el orden "Lógico-psicológico" del pensamiento.

Para la debida claridad de la frase, conviene que el orden de las palabras se someta al orden de ideas. 25

21 ibid, p. 62

22 ibid, p. 77

23 idem.

24 ibid, p. 85

25 ibid, p. 88

LA COHESIÓN: Es donde verdaderamente tiene importancia el orden lógico, no es en la frase unitaria, sino en el párrafo o periodo. Para conseguir la debida cohesión en un párrafo o periodo. Debe procurarse ligar la idea inicial de una frase procedente o a la idea final de la frase procedente o la idea general de dicho párrafo. 26

FRASES DESORDENADAS: El problema que nos plantean las frases desordenadas, es porque no se tuvo en cuenta la importancia de los elementos que entran en su composición, además, porque el orden de las palabras no se sometió al orden de las ideas. 27

LAS PARTÍCULAS o elementos de transición entre las frases a las preposiciones conjunciones y adverbios, su falta en ocasiones da lugar a un estilo incoherente e inacabado. Las partículas que suelen presentar frecuentes problemas de redacción son las siguientes: además de, por otra parte, asimismo, sin embargo, en efecto, pues, por ejemplo, por consiguiente, puesto que.

Conviene advertir que no resulta elegante abusar de tales partículas, hay que emplearlas con precaución para que no degeneren en "muletillas", o puntos de apoyo muy repetidos con el peligro de monotonía. 28

26 ibid, p. 91

27 ibid, p. 92

28 ibid, p. 109

Uso y abuso de lo relativo: Los pronombres relativos (que, cual, quien), cuya nota es preciso tener en cuenta, para evitar esas frases sobrecargadas de "que", tormento del escritor y martirio para el lector.

El relativo, se llama así porque relaciona algo en la frase: sustituye a un antecedente y se une a una frase de la que el propio relativo forma parte, QUE Y CUAL se refiere a personas y puede ir sin antecedente.

Como relativo, "que" se usa para reproducir un concepto anterior, relacionado éste con otra oración de la que el pronombre forma parte. A veces puede sustituirse por "el cual", "los cuales".

QUE, como partícula, es invariable. su única misión es la de servir de enlace entre palabras o frases. El abuso del pronombre relativo nos puede hacer caer en el equivoco, en las incorrecciones, y es causa de pesadez en la lectura. ²⁹

²⁹ *ibid*, pp. 133-134

REPETIR IDEAS Y PALABRAS: Cuando al escribir se repite mucho una palabra o una idea, da la impresión de pobreza de vocabulario, de inexperiencia. Lo cual no quiere decir que sea preciso evitar la repetición a todo trance. Lo que se recomienda es repetir bien, con mesura, evitando la cacofonía.

Hay que evitar repetición de las ideas porque debilita el estilo. Sólo se justifica cuando la segunda expresión sirve para modificar la primera, alterándola o corrigiéndola.

ALGUNOS MÉTODOS PARA NO REPETIR PALABRAS:

1ª. Póngase en orden las ideas antes de escribir.- Muchas repeticiones se deben a incoherencia en la ordenación, en la disposición previa

2ª. Evítese los detalles insignificantes.- Causa del estilo difuso

3ª. Para evitar la repetición de una palabra, se puede seguir el procedimiento siguiente:

- a) suprimir el vocablo.
- b) remplazarlo, sin dar otro giro a la frase.
- c) variar lo escrito, dando otro giro a la frase.
- d) acudir a los sinónimos. ³⁰

³⁰ *ibid*, pp.155-159

2.2 EL MANEJO DE LA REDACCIÓN EN LA NOTA

Para redactar una nota hay que tomar en cuenta:

Que debe ser veraz, porque transmite la realidad periodística sin mentir y sin deformar.

También debe ser oportuna, pues se refiere a la actualidad, a los sucesos de hoy. Por eso ocupa el primer lugar en diarios y noticieros.

Objetiva, porque no admite las opiniones ni juicios del reportero, por más atinados que pudieran parecer.

La afirmación o negación de un hecho no debe confundirse con la valoración del mismo, una noticia afirmativa no necesariamente es positiva.

Por regla general, la noticia afirmativa tiene mayor impacto en los receptores.

La noticia negativa, es la que da cuenta de lo que no se hizo o dijo, tiene un tono aclaratorio del desmentido y rara vez despierta el interés periodístico.

Es muy importante distinguir los diferentes tipos de noticias para facilitar su redacción:

La noticia oficial por regla general carece de un declarante, al menos en el primer párrafo o entrada del texto informativo. Lo importante es el carácter institucional de la información.

Tanto el informante como el comunicado pasan a segundo término cuando el contenido de la noticia involucra a toda una institución.

La noticia extraoficial suele ser menos relevante que las oficiales, en este caso se debe tener cuidado en confirmar la información y al redactarla se debe resaltar la magnitud del hecho, si no, podrían generarse aclaraciones o desmentidos.

En la noticia de observación directa pueden agruparse todas las demás noticias que el reportero atestigua de manera personal.

La noticia de ambiente es la más próxima al reportaje. Este es el caso de la información que tiene que ver con diferentes rubros como fiestas tradicionales, crisis económicas, de desempleo o de seguridad pública etc.

Para poder tener un estilo hay que tomar en cuenta algunos puntos como son:

1- La función informativa es dar a conocer los acontecimientos que el público desconoce, de una manera sencilla. Así se puede conseguir la objetividad, la ausencia de juicios, de opiniones, de apreciaciones personales sobre los hechos.

- No se escribe en primera persona
- Debe tenerse cuidado con el empleo de adjetivos y adverbios

2- El nivel cultural de los receptores. Por eso hay que escribir lo más sencillo posible.

- Deben evitarse las oraciones complicadas.
- La claridad significa que todos entiendan lo que escuchan.
- Deben escribirse párrafos breves, sencillos y directos.

Las respuestas a las preguntas que nunca deben faltar en la nota o por lo menos las más importantes son:

QUÉ, QUIÉN, CUÁNDO, DÓNDE, POR QUÉ, CÓMO.

La entrada es el primer párrafo, por lo regular es de seis líneas, donde idealmente se da a conocer lo más importante de la noticia, y también la más difícil de redactar. Por eso debe ser clara, directa, sencilla. Por lo que desde la primera palabra el receptor debe quedar enganchado.

EI QUÉ se utiliza como ventana (se le nombra ventana a las primeras palabras de la nota), en información sobre acontecimientos de trascendencia, donde lo que pasó es más relevante que cualquier otro elemento.

EI QUIÉN es muy utilizado pues la persona o institución nunca deben faltar en la redacción de la nota.

EI CUÁNDO es para saber en qué momento sucedieron los hechos, es tan importante que si no se pone, no se sabrá cuándo ocurrieron los acontecimientos.

EI DÓNDE se usa únicamente cuando el lugar donde ocurre la noticia es muy importante

El POR QUÉ se utiliza cuando los hechos requieren de una explicación para el público a fin de que pueda entender los acontecimientos.

La entrada requiere de una acertada elección de las preguntas fundamentales.

No se debe escribir con lenguaje de cable o telegrama.

Hay que cuidar que las ventanas tengan términos que provoquen interés por parte del receptor.

Al entrar con el nombre de algún personaje debe aparecer con apellidos, actividad o profesión y cargo que desempeña, esto, en relación con la noticia. Lo mismo aplica para una institución, organización social o partido político, por muy conocida que parezca la primera mención debe hacerse completa, sin abreviaturas ni siglas.

De preferencia deben usarse los verbos en pasado, así como no utilizar los verbos compuestos porque restan importancia a la entrada.

Los tiempos de los verbos no se deben de cambiar a menos que la entrada la requiera. ³¹

31 LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos, Manual de periodismo, pp. 47-89

CAPÍTULO
TRES

ARMADO DE
GUIÓN

Para realizar una producción radiofónica se necesita tener imaginación y gran creatividad.

La producción del noticiero es tan importante como el vestido a los seres humanos. Así como cada persona tiene su propia ropa para distinguirse de los demás, los noticieros tienen su producción con la que se caracterizan.

Hay que agradecerle al público y esto se consigue mediante la música y las frases, dando respaldo a lo que continuará.

De este modo el público reconocerá el noticiero aún cuando no lo escuche desde el inicio; sabrá si escucha la música o algunas cortinillas que está en el noticiero exacto.

La voz del conductor y el locutor son muy importantes pues, si al público le agrada su tono de voz éste será aceptado. De otro modo si a la audiencia no le agrada la voz simplemente le cambia de estación.

Lo que se diga y cómo se diga, juega un papel muy importante en el conjunto de notas redactadas, así como la información de los reporteros y la veracidad que se tenga en la información.

El vestido del noticiero es algo a lo que se le debe de tener mucho cuidado. Hay que pensar en frases, cortinillas, pases a corte y muchos pequeños detalles que a veces para la gente que lo escucha no son importantes o simplemente no les ponen atención.

Para poder obtener la información de este capítulo se consideraron la experiencia de la autora y una entrevista a Germán Silva, productor general de ORF.

3.1 CRITERIO PARA JERARQUIZAR LAS NOTAS

La jerarquización de la información en un noticiero es el trabajo más importante que realiza un productor de contenido al aire y tendrá al radioescucha pendiente y atento a lo que se está informando.

Todos los noticieros de la radio serían iguales si no existiera la jerarquización y el criterio de un productor de contenido, ya que el objetivo principal es informar los hechos que vivimos día a día. La jerarquización es aquello que los hace diferentes. Como en un juego de ajedrez, lo importante es acomodar las piezas de diferente forma para lograr el triunfo...

CLASES DE JERARQUIZACIÓN: La jerarquización de la información no puede ser la misma para todos los noticieros. Para lograr una jerarquización óptima debemos tomar en cuenta varios factores:

- a) Horario del noticiero
- b) Tipo de público al que va dirigido
- c) Estación de radio en la que será transmitido

Tomando en cuenta estos tres factores se logrará la ubicación idónea de la nota para el noticiero.

HORARIO DEL NOTICIERO: debemos saber exactamente la hora de transmisión ya que de esta manera se podrá escoger la información correcta, si es a primera hora, por ejemplo a las 5 de la mañana la información podría ser financiera, o sea, cómo quedó la bolsa de valores, el dólar, y las notas de ocho columnas.

En caso de que sea por la tarde, la cosa cambia, pues la primera nota tendrá que ser muy bien escogida porque será la que abra y lleve el peso del noticiero, y muy probablemente será la de ocho columnas del día siguiente.

TIPO DE PÚBLICO AL QUE VA DIRIGIDO: Este punto es muy importante y por lo regular los productores no toman en cuenta ya que el producto se debería dirigir exactamente a un determinado público ya sea tipo A, B o C.

PÚBLICO A: NIVEL ECONÓMICO ALTO
PÚBLICO B: NIVEL ECONÓMICO MEDIO
PÚBLICO C: NIVEL ECONÓMICO BAJO

Por su parte, Alma Rosa de la Selva dice que utilizando el método de "clasificación socioeconómico, esto por considerarse de mayor utilidad en los estudios de inversión publicitaria, el auditorio radiofónico se divide en "clase alta" (A-B), "clase media" (C), y "clase popular" (D).³²

Para conjuntar los anteriores puntos es necesario tener la estación ideal para transmitir. Si el noticiero es ejecutivo lo mejor será transmitirlo en una estación de frecuencia modulada y viceversa; si el noticiero es de interés social lo ideal sería transmitirlo en una estación de amplitud modulada, aunque en estos tiempos de cambios se están creando noticieros continuamente que a la larga pueden lograr su objetivo de captar a todo tipo de público.

(32) ALVA de la Selva, Alma Rosa, Radio e Ideología, p. 75

También se debe considerar al público desde el punto de vista radiofónico en dos tipos:

- 1- El público potencialmente consumidor (público al que se le vende).

- 2- El público potencialmente radioescucha (público que hace que suba el *rating* pero que no compra).

3.2 REALIZACIÓN DEL RESUMEN.

Para realizar un resumen se necesita conocer la información del día. Es importante saber cual de las notas redactada, en cable o por reportero será la de más impacto.

Nunca hay que olvidar el cargo de cualquier funcionario, así como citar el lugar exacto de donde ocurren los hechos, esto para situar al radioescucha.

Si al resumen se le agrega un poco de ingenio y creatividad cada cabeza que lo integra deberá tener un gancho, esto quiere decir que debe ser atractiva al oído.

Para algunos comentaristas como Joaquín López Dóriga, y redactores de ORF los verbos de las cabezas deben ir en pasado, pues por lo regular los hechos que se dan en el resumen ya pasaron, por eso se dice: dijo, aseguró, manifestó, etc.

Existen diferentes formas de empezar un resumen, dependiendo el noticiero, sus necesidades y al público que va dirigido. Esto quiere decir que no siempre se empezará con la misma nota, un noticiero financiero no empezará con la misma nota que un noticiero que abarca información general.

Así pues un noticiero que da noticias en general tendrá que dar la nota más importante aunque ésta sea financiera o internacional,

Algunas formas de realizar un resumen son:

1. -Ver cuál es la nota más importante y de ahí desprender las demás esto quiere decir que si la nota es del presidente de la República, deberá seguir una nota con alguna reacción o alguna noticia del gabinete presidencial. Con este tipo de información se debe de tener cuidado porque si no el noticiero pudiese parecer muy oficialista. Lo importante es tener la intuición, para poder tener la noticia de ocho columnas.

2. - Hacerlo por temas es también muy interesante, ya que se tendrá que elegir la nota más importante sobre cada tema, finanzas, país, mundo o internacional, estados, metrópoli, deportes, etc. Y deberán desprenderse las notas por orden de importancia, así el resumen tendrá un ritmo, cuyo objetivo será dar al radioescucha un noticiero muy ágil.

De cualquier forma que se haga, deberá tener un orden descendente, la nota más importante primero y luego todas las demás, de esta manera se tendrá al público cautivado y escuchará la emisión con más atención.

3.3 REALIZACIÓN DEL *TEASSER*

El *teasser* se realiza para que lo utilice el locutor o conductor, es una guía para saber lo que sucederá en el programa.

Se realiza de manera corta, aunque algunos productores de ORF, le llaman *teasser* al informativo que puede pasar cada media hora como resumen, es importante destacar que lo utilizan a mitad del noticiero y se da la información que seguirá en el informativo.

En este caso también sirve como guía para el radioescucha porque así sabrá qué es lo que continúa y de igual manera se redacta corto con la información que contendrá el noticiero, de la más importante a la menos importante.

En él puede adelantarse sobre alguna entrevista importante o algún reportaje que contendrá el noticiero, de esta manera el público sabrá si se queda o no con la emisión.

3.4 UTILIZACIÓN DEL RESUMEN Y *TEASSER*

El saber cómo utilizar estos dos elementos para un noticiero depende de cada productor, a continuación se darán algunas opciones de como se pueden utilizar.

En algunos casos el resumen se utiliza al principio del noticiero y al final sólo para recordar de qué se trató el noticiero.

También se puede utilizar a la mitad como previo de lo que va a venir.

De igual forma el *teasser* algunos productores de ORF lo utilizan como resumen pues lo utilizan a la entrada y a la salida.

O también cada media hora y aprovechan para hacen el corte de la media.

En algunas ocasiones los productores utilizar al *teasser* para dividir una hora de otra, cuando el noticiero dura más de una hora.

Al resumen se le da esta utilidad, sólo que a éste se le agregan las noticias que hayan llegado a última hora.

Este trabajo tiene su opinión y división, la cual consiste en lo siguiente.

El resumen se puede utilizar al principio o al final de la emisión con la información más importante que se va a dar o que ya se dio, dando la ampliación más adelante con las notas ya redactadas.

El resumen se redacta con la información más importante al igual que el *teasser*, sólo que este último debe funcionar para el conductor o locutor y el productor, o sea de modo interno, pero al fin y al cabo ésta es una utilización más.

CAPÍTULO

CUATRO

PRODUCCIÓN

DE

NOTICIEROS

El tiempo de la producción radiofónica está ocupado por la música y la palabra, a estos dos elementos, la radio añade los efectos, que imitan ruidos.

Así pues, el proceso de producción radiofónica se inicia con el conocimiento y manejo de su materia prima, EL SONIDO.

El sonido se presenta en tres actos: el sonido voz, el sonido música y el sonido ruido o efecto, los cuales en una interrelación directa presentan el lenguaje radiofónico. Y se podría añadir otro elemento el silencio.

Producir un noticiero lleva mucha, responsabilidad, ya que de esto depende que la población esté bien informada.

El noticiero debe tener coherencia, sincronía, debe obedecer a un orden para tener la atención del auditorio siempre presente.

Es importante conocer cada paso de la producción, para así poder llevarlas a acabo lo mejor posible, y el resultado final será un producto que a todo mundo le gustará.

Cada persona es importante en la realización del noticiero, pero el productor lleva el peso más grande, es el encargado de poner toda la creatividad, la imaginación.

En esta parte del noticiero se ponen en juego elementos como la música y la palabra, ya que son las principales herramientas. Después tener una producción en especial para un solo noticiero basado en el tipo de público, un conductor, buscar a los comentaristas, ubicar a los reporteros en sus fuentes, y por último tener las notas redactadas que lleguen de las agencias.

4. 1 ENTRADA Y SALIDA

Al presentar un noticiero es importante hacerlo con mucho impacto, con mucho peso, porque ese debe ser el gancho para que el público se interese y escuche.

La entrada deberá ser atractiva, bien musicalizada, contando con elementos para dar una idea de lo que es el noticiero.

Las características o elementos para la realización de una entrada son:

1- NOMBRE DEL NOTICIERO.

2- UNA FRASE QUE IDENTIFIQUE AL NOTICIERO (LEMA).

3- RÚBRICA.

Es importante identificar en la entrada del programa a la estación, ya que se le quedará grabado al público y seguirá escuchando la estación. Además que se estará dando la importancia que merece al lugar donde se trabaja.

El nombre del noticiero es como el nombre de cualquier persona, es la presentación, por lo cual debe ser muy acertado, llamativo y fácil de memorizar.

Después de tener el nombre ideal para el noticiero, debe seguir una frase que lo describe más a fondo, una frase que invite a continuar escuchando, la cuál será su frase oficial.

Tener a los locutores es importante, pero muchas veces el atractivo del noticiero es el conductor, porque lleva el peso de la emisión, ya que da su punto de vista y a veces editorializa.

Se puede hacer una entrada corta con los elementos antes dados, pero también puede ser muy larga, esto dependerá del productor, sin embargo existe un gran "pero": el tiempo, ya que si lo que se quiere es que el noticiero tenga el mayor tiempo para poder informar, la entrada ocupará mucho de éste, entonces se hace una entrada rápida y bien hecha.

Al igual que la entrada del noticiero, la salida es importante, ya que ésta quedará en el recuerdo del radioescucha y así el día siguiente volverán a escuchar el noticiero, por lo que deberá ser impactante.

La salida también cuenta con los elementos de la entrada y algunos otros como:

- 1- RÚBRICA.
- 2- FRASE QUE IDENTIFICA AL NOTICIERO.
- 3- NOMBRE DEL NOTICIERO.
- 4- PERIODICIDAD.
- 5- HORARIO.
- 6- NOMBRE DE LOS COLABORADORES Y TÉCNICOS.

En este último se toma en cuenta a los que trabajan para que el noticiero se realice, la salida puede ser un poco más larga que la entrada, pues el tiempo ya está un poco controlado, además que se pueden tener dos salidas, una para cuando el tiempo es muy justo y otra para cuando el tiempo esté a favor y dar los agradecimientos correspondientes.

Un elemento fundamental es la música, pues ella es la que da el ambiente, la que puede transportar al público a algún lugar, estado de ánimo o alguna situación determinada.

Se debe utilizar música especial que identifique al noticiero, debe ser un tema atractivo que llame la atención, que en cuanto se escuche se sepa que corresponde al noticiero. Algunas veces los productores se ponen a buscar un tema musical que vaya de acuerdo con su conductor, esto se puede decir que ha sido un gran acierto de parte del productor.

También se usarán algunos efectos o remates musicales para hacer resaltar algunos elementos como el nombre de la estación o el nombre del conductor, esto debe ser a criterio del productor.

4.2 VESTIDO DEL NOTICIERO

El vestido es lo que hace más atractivos hacia la atención de la gente, además los hará diferentes para que los identifiquen. También para el vestido del noticiero debemos buscar música, efectos, remates, separadores, etc. todo tipo de sonidos que lo hagan más atractivo para los radioescuchas.

Algo importante que no se debe olvidar al vestir un noticiero, es la armonía para que todos los elementos combinen con el contenido del noticiero.

La música como elemento de lenguaje radiofónico y auxiliar en la producción tiene tres funciones:

1- La música sirve como signo de puntuación, con ella se puede señalar una coma, un punto o puntos suspensivos y hasta los dos puntos, interpretados por la expresión de la música, el volumen, el ritmo y sobre todo el tiempo de sonoridad.

2- Narra escenas dramáticas, tristes, de soledad o de alegría. Nunca se puede tocar una música festiva para narrar una noticia triste.

3- La última es la función descriptiva, esto es, que a través de sus compases, nos describe un lugar un espacio o un tiempo cualquiera.

Además de estas funciones, la música se utiliza en la entrada, el resumen, pases a corte, salida a corte, algunos comentarios, etc.

Los efectos se utilizarán según sea necesario, se debe tener mucho cuidado con los efectos pues si el programa se satura de ellos pueden ocasionar malestar a los radioescuchas.

Los remates se utilizan al finalizar las cortinillas, en la entrada, en la salida y también al final de las notas.

Los golpes musicales son para dividir una nota de otra, pero también para separar una sección de otra dentro del noticiero.

La cortinilla, como su nombre lo indica, sirve para separar bloques de información o comentar lo escuchado.

El puente sirve para unir dos ideas: cambio de lugar y el tiempo.

La ráfaga, que debe ser un fragmento musical breve, movido y ágil, nos permite acentuar actos y actitudes, así como hechos.

El golpe, que no es más que un acento o subrayado musical, generalmente se utiliza una percusión.

Las salidas y regresos de cortes. Aquí el productor echa a volar su imaginación en el texto, pues puede dar lo que continúa, los teléfonos o alguna frase que vaya con el noticiero. ³³

Existe una gran combinación de los elementos antes mencionados, con la creatividad del productor se pueden lograr maravillas: de aquí se pueden obtener diferentes recursos que ayuden a sacar al noticiero adelante, y dejar muy claro que el productor echó a volar su imaginación creando sus propios recursos y demostrando su creatividad.

³³ SILVA Flores, Germán, productor de noticieros en ORF. Entrevista

4.3 CREATIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN EN GENERAL

La creatividad es lo más importante para lograr buenos resultados en el noticiero.

La creatividad no puede estar presa o dormida: el productor debe explayarse, debe echar a volar su imaginación y materializar toda esa creatividad en la realización de su producto.

Un productor debe tener la capacidad para elegir la música exacta para la nota o el momento que quiere resaltar, deberá estar preparado para saber improvisar, saber dónde meter el efecto idóneo o la música correcta.

El vestido del noticiero se deberá hacer lo mejor posible ya que de eso depende el éxito del programa y trabajo.

EL TEXTO debe ser claro, sencillo, para que al público le interese.

Mario Alberto Pérez, en su libro "Prácticas radiofónicas" dice que:

El principal elemento dentro del lenguaje radiofónico, es la palabra. Para escribir se debe tomar muy en cuenta al auditorio, saber como principio que éste es heterogéneo y que si utilizamos términos muy técnicos o rebuscados en el momento de redactar cualquier texto, no todos lo podrán entender. Por lo tanto el lenguaje a usar deberá ser el de la vida cotidiana, un lenguaje coloquial, entendido por todos, el texto deberá ser redactado sin olvidar que va a ser escuchado y no leído. El texto puede ser fugaz cuando esté rebuscado e incomprensible. Para escribir un texto que se va a oír hay que

recurrir al menor número de palabras posibles debemos lograr con ella una construcción gramatical ordenada (sujeto, verbo y complemento) y evitar el uso de palabras raras. ³⁴

LA VOZ, en el mejor de los casos debe ser clara, con buena dicción que sea de una persona culta y tenga muy claro el valor de cada palabra que exprese en radio. Deberá proyectar a través del micrófono una seguridad del mismo. Una voz que proyecte es mejor que una que sea simplemente agradable, aunque la combinación sería lo mejor.

Para Mario Alberto Pérez: **LA VOZ** es pensar inmediatamente en un locutor o actor. Pero también se tiene que pensar en el conductor. La voz es una pieza de notable importancia para que el mensaje llegue con certeza, porque de ella depende que cumpla su función final. Si la noticia no es leída con la atención requerida por el guionista o productor, no va a tener el éxito previsto al momento de escribir. Si el guión fue bien redactado, es decir, fácil redacción, lenguaje coloquial, pero no es bien leído por el locutor, el texto puede ser un fracaso. De ahí la trascendencia de la voz. Por ello los productores debemos elegir correctamente la voz y escribir para ella. ³⁵

LA MÚSICA debe ser la ideal para el noticiero, si se puede, en algunos casos moderna; Cuando se requiera, dinámica, estos puntos se deben tomar en cuenta para no hacer tedioso el producto.

³⁴ PÉREZ H. Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas*, p. 23 - 24

³⁵ *ibid.*, p. 26

La música para Mario Alberto Pérez: tiene tres funciones: La función gramatical, esto es, que la música nos sirve como signo de puntuación, con ella podemos señalar una coma, un punto o puntos suspensivos y hasta los dos puntos, interpretados por la expresión de la música, el volumen, el ritmo y sobre todo el tiempo de sonoridad.³⁶

LOS SILENCIOS se tienen que manejar muy cuidadosamente, porque en la radio comercial se pueden tomar como descuidos de los productores o los operadores.

Fernando Curiel, define al silencio así:

La Real Academia Española: "(Del Lat Silentum) m. Abstinencia de hablar //2. Falta de ruido...// Mús. Pausa". Y yo digo que el silencio no es únicamente, la falta momentánea de palabra, ruido o música, sino un elemento de gran elocuencia dentro del habla radial. ³⁷

Y para Mario Alberto Pérez: los efectos nos ayudan a ubicar a los radioescuchas en un momento o lugar determinado. Ayudan a visualizar y sentir algo que ha sucedido. Los efectos tienen como función describir o bien reforzar una escena. Los silencios por su lado marcan suspenso, duda o drama. Pero se debe cuidar que este silencio no se convierta en una laguna. Hay que recordar que un efecto o un silencio convence más que mil palabras. ³⁸

³⁶ Idem

³⁷ CURIEL, Fernando, *La telarafia magnética y otros estudios* p. 93

³⁸ PÉREZ H. Mario Alberto, *Prácticas radiofónicas*, p. 26

El productor no debe reprimirse para realizar su trabajo, deberá valerse de su experiencia y profesionalismo para expresar toda su preparación en este campo, así como su creatividad en la producción.

4.4 UTILIZACIÓN DE LOS ANUNCIOS

Los comerciales, *spots*, anuncios o como se les quiera llamar, son los que mantienen a una estación de radio; sin publicidad no podrían estar al aire muchos programas.

Es difícil que alguna radiodifusora privada pueda mantener un programa aunque éste sea muy bueno.

Toda empresa radiofónica cuenta con un departamento de ventas y otro de continuidad. El primero, se dedica a vender espacios, a convencer a las grandes empresas para que se anuncien en la estación y así patrocinen un espacio; cuando un vendedor logra tener un patrocinador, es porque el programa tiene mucho auditorio, tiene buen conductor o su contenido es muy interesante. En el mejor de los casos el programa contiene todo lo anterior.

Cuando la venta "amarra" el vendedor se dedica a crear toda una campaña de publicidad, hace desplegados en el periódico anunciando el programa y al patrocinador; luego, se encarga de hacer la publicidad en la radio, aquí entran los comerciales.

Cuando llegan los comerciales al departamento de continuidad, son clasificados y puestos en una bitácora para poder llevar un orden dependiendo del paquete que el cliente adquirió, es decir, por el tipo de costo, forma o mecánica que fue contratado, así se designa el número de veces que se pasará en la radio, el programa pagado o la hora acordada.

Después de estos pasos, los comerciales se llevan a cada estación, por los continuistas y son entregados al operador con una bitácora que contiene el día, hora y programa donde deben ser pasados.

El productor debe respetar los cortes comerciales aunque esto rompa un poco con el ritmo del programa. Lo primero que tiene que revisar el productor es cuántos cortes tiene, dependiendo de estos es como puede dividir su programa, si el noticiero es de una hora, lo más probable es que tenga cortes cada 10 minutos, suficiente tiempo para tener cinco secciones. En un noticiero es importante dividirlo en secciones y éste es el momento para ello.

Así el productor podrá aprovecharlo y meter cortes del noticiero anunciando que cuando regresen estará la siguiente sección, o puede anunciar los teléfonos para que el público llame y dé su opinión.

Los cortes se pueden utilizar de mil formas, no se deben ver como obstáculos, al contrario, gracias a los patrocinadores el programa sale al aire, y por tal motivo se deben lucir también. ³⁹

39 SILVA Flores, Germán, productor noticieros ORF. Entrevista

Para Alma Rosa Alva de la Selva, El funcionamiento de los medios masivos y su producto se desenvuelve de acuerdo a los cánones de la relación social dominante. En un medio en que la música grabada y los anuncios comerciales son los elementos básicos, la presencia de los noticieros parece, además, responder a dos razones. La primera sería la de satisfacer la necesidad del grupo de concesionarios de legitimar o justificar su manejo de la radio al mantener "informado" al auditorio, la radio comercial esta prestando un servicio público. Por otro lado la abundancia de los noticieros en las emisoras comerciales obedece a la inclusión de anuncios que en este tipo de programas, tienen un costo adicional del 30 por ciento para el anunciante.⁴⁰

El productor debe sacarle provecho a cada corte para darle ritmo al noticiero, pero esto depende de cada equipo de trabajo como quiere y puede utilizar los comerciales.

⁴⁰ ALVA de la Selva, Alma Rosa, Radio e Ideología, p. 87 - 88

CAPÍTULO

CINCO

ANÁLISIS DE

LOS

NOTICIEROS

En este capítulo se realizó la grabación de los noticieros en estudio para poderlos comparar en su estructura.

Para poder entender el significado práctico de los anteriores capítulos se transcribieron tal cual salieron al aire, para descubrir la producción de cada uno y cómo se forma su estructura.

Es importante que se tenga este antecedente, pues es la fiel prueba de que los noticieros, a pesar de que quienes los conducen digan que no tienen un guión preparado, sí tienen una estructura; aunque en algunos casos se cambie y se improvise.

Algunos de los conductores de noticieros dicen que no quieren llevar un orden, o sea, un guión, pero con este análisis se pretende demostrar lo contrario: si se conjuntan las dos cosas importantes, un buen comentarista y un buen guión, seguro tendrán éxito.

5.1 ENSALADA DE LECHUGA

Es un noticiero muy descansado, una opción para escucharlo por la mañana. El señor Héctor Lechuga, basa su noticiero en un 90 por ciento en la improvisación y el 10 por ciento restante en sketches cómico-políticos que se graban con anterioridad y que sí se basan en guiones.

Para el desarrollo del programa únicamente se usaba como referencia un guión básico creado por Marco Antonio Flota. También se usa como referencia la bitácora comercial, para respetar los tiempos de la comercialización.

Este noticiero es "cómico-político", también toca temas sociales y económicos, pero en un sentido cómico y picaresco, la idea no es deformar la información, pero sí presentarla al público de una forma diferente, según reza su lema: "De broma en broma, la verdad asoma".

Para el programa y para don Héctor es importante tener una guía para jerarquizar las ideas más importantes así como las entrevistas para poder planear la duración que podrían tener. Esto permite planificar mejor los tiempos y el desarrollo del programa. Además se preparan con anticipación audios, fondos musicales, efectos de sonido, etc.

La diferencia con los demás noticieros de ORF es precisamente la capacidad de improvisar y de encontrar el lado chusco de las noticias más importantes del día, es la principal cualidad de éste programa.

Otra diferencia es que en las entrevistas don Héctor trata de humanizar al entrevistado. No sólo es la declaración del personaje público, sino que se trata de conocer quién es, qué hace, cómo lo hace o a qué equipo de fútbol le va. Incluso en secciones como la de deportes se busca el

lado cómico o divertido de la información. No sólo las cifras sino también las anécdotas.

Por supuesto que todo sale muy bien porque también tiene un gran equipo de colaboradores que saben cómo adornar el programa, comenzando por el productor, que es quien debe mantener el ritmo del programa; saber cuando hay que poner más ritmo, y para estos casos él tiene la solución: poner las canciones que más le gustan a don Héctor.

Cuenta con secciones fijas, éstas han variado dependiendo de las necesidades del noticiero, ya que la publicidad vendida es pauta para que un bloque desaparezca o se incluya otro.

Por políticas de la empresa, que dicho sea de paso, cambian continuamente, "Ensalada de Lechuga" salió de ORF el 9 de julio del 2000, luego de durar mas de 10 años al aire.

A continuación, la transcripción del programa:

ENSALADA DE LECHUGA

CONDUCTOR: HÉCTOR LECHUGA

Fecha de transmisión: 19 de junio de 1997

Horario: de 07:00 a 10:00 AM de lunes a viernes

Emisora: XEAI-AM

ENTRA CON UN CHISTE

1'22"

ENTRADA

1'17"

ENTRA CANTANDO

SALUDO

RESUMEN CON MARCO ANTONIO FLOTA VÍA TELEFÓNICA

COMENTARIOS PARA CADA NOTICIA

ONOMÁSTICO

EFEMÉRIDES

COMENTARIOS

17' 31"

RIMA CON TACHO

PASE A CORTE

PRI

PARCHE PARA ADELGAZAR

PARTIDO CARDENISTA

CORTINILLA TELÉFONOS

PAN

IDENTIFICACIÓN

2'02"

MÚSICA
DEPORTES
PASE A CORTE
21'29"

COMERCIALES
PRI
IDENTIFICACIÓN ESTACIÓN
PPS
CORTINILLA TELÉFONOS
PT
CORTINILLA PROGRAMA
2'18"

MÚSICA
REPORTERO CON INFORMACIÓN Y OPINIÓN VÍA TELÉFONO
SONIDO DE REPORTERO
RIMA TACHO
CORTE
7'59"

PATROCINIO
PALCO DEPORTIVO
COMERCIAL
COMENTARIO
PRD
COMERCIAL MEXICANA
PATROCINIO, FIN.
3'12"

IDENTIFICACIÓN

MÚSICA

REPORTERO CON INFORMACIÓN Y OPINIÓN VÍA TELÉFONICA

SONIDO

RIMA TACHO

CORTE

IDENTIFICACIÓN

6'07"

PRI

PARCHE PARA ADELGAZAR

PRD

TELECOM

PRI

IDENTIFICACIÓN ESTACIÓN

2'17"

PATROCINIO

MÚSICA

SECCIÓN DESDE PARÍS CON JORGE SALDAÑA

PATROCINIO

IDENTIFICACIÓN

13'17"

COMERCIAL MEXICANA

PRI

PARCHE PARA ADELGAZAR

PPS

1'39"

CORTINILLA
LLAMADAS DEL PÚBLICO
SECCIÓN ÁNGEL FERNÁNDEZ
MÚSICA
8'29"

MÚSICA
IDENTIFICACIÓN
PALCO DEPORTIVO
PATROCINIO
COMERCIAL
CERVEZA
COMENTARIO
COMERCIAL
2'26"

NOTA SOBRE ELECCIONES
CORTE
4'14"

IDENTIFICACIÓN
PRD
CORTINILLA TELÉFONOS
PRI
TELECOM
PAN
CORTINILLA
2'08"

ENTREVISTA A CANDIDATO
CORTE
10'58"

IDENTIFICACIÓN

PRI
PARCHE PARA ADELGAZAR
PAN
CORTINILLA TELÉFONO
PT
2'02"

PATROCINIO NISSÁN
COMERCIAL
SECCIÓN
PROMOCIÓN CARROS
LLAMADAS PÚBLICO
NOTA INFORMATIVA
COMERCIAL NISSÁN
PATROCINIO NISSÁN
CORTE
12' 32"

PRI
COMERCIAL MEXICANA
PC
CORTINILLA
PRD
IDENTIFICACIÓN
CORTINILLA
2'59"

MÚSICA
SECCIÓN MARCO ANTONIO FLOTA
COMENTARIOS NOTICIAS
RIMA TACHO
CORTE
9'54"

CORTE
PRI
CORTINILLA TELÉFONOS
PAN
1'27"

JORGE SALDAÑA SECCIÓN PATROCINADA
CORTE
7'43"

CORTINILLA
PRI
IDENTIFICACIÓN
PC
TELECOM
PPS
CORTINILLA TELÉFONOS
1'51"
ENTREVISTA AL CANDIDATO PPS MANUEL FERNÁNDEZ FLORES
CORTE
12'25"

IDENTIFICACIÓN
PRI
IFE
PC
CORTINILLA
1'28"

ENTREVISTA A CARLOS PÉREZ, CANDIDATO A DIPUTADO
CORTE
7'02"

PRI
TELECOM
PT
SEGURO SOCIAL
PRI
IDENTIFICACIÓN
2'24"

LLAMADAS PÚBLICO
DESPEDIDA 1'45"

5.2 JOSÉ CÁRDENAS INFORMA

En este noticiero se encontrará una gran similitud con el de Nino Canún , ya que fue José Cárdenas quien lo sustituyó cuando el primero salió de ORF.

Por necesidades de la empresa y porque el formato de tres horas tiene mucho éxito, José Cárdenas continuó con él.

Se puede pensar que son muchas horas al aire, pero a veces falta tiempo, porque en primer lugar pasa en un horario que se presta a que casi toda la información ya se generó; la gente por lo regular es en ese tiempo, de las 18 a las 21 horas, sale de su trabajo o ya está en casa y lo que quiere es informarse.

Abre con un resumen bastante completo donde se le da mucho juego a los reporteros, después da paso a las entrevistas que son con personajes que están protagonizando los hechos del momento.

La opinión de José Cárdenas sobre el guión es que quita un poco de flexibilidad al manejo de los contenidos, y que corta la libertad, pero no deja de reconocer que es indispensable.

Lo que el noticiero utiliza es una orden de edición para marcar los tiempos de cada tema, aunque a veces no se respeta al pie de la letra.

Para Cárdenas la radio necesita que los líderes de opinión sean capaces de llevar la información por distintos caminos

Este noticiero se preocupa por la oportunidad de la noticia, pero también por llegar al fondo de los temas a través de sus principales actores y por medio del equipo de colaboradores de este noticiero.

José Cárdenas cursó la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana. Uno de sus primeros trabajos fue como reportero en Televisa, en el año de 1968; después fue jefe de corresponsales, conductor del noticiero "Siete Días" en Imevisión. En radio ha conducido espacios informativos en Grupo Acir y Radio Trece.

En ORF llegó a la estación XEDF AM 1500, al frente de la conducción del programa "José Cardenas" a las 19 horas el 5 de enero de 1998, para después pasar a sustituir a Nino Canún el 18 de febrero de 1998.

Adelante la transcripción del programa de José Cárdenas:

JOSÉ CÁRDENAS INFORMA CONDUCTOR: JOSÉ CÁRDENAS

Fecha de transmisión: 28 de agosto de 1998

Horario: de 18:00 a 21:00 horas de lunes a viernes

Emisora: XERFR-AM

**MÚSICA
ENTRADA
54"**

**SALUDO RESUMEN
CHIAPAS, HIDALGO, HURACÁN, REDUCCIÓN IVA, ENCUESTAS
ELECCIONES, EXPLOSIÓN EN TULTEPEC, PINOCHET
2'45"**

**SALUDO A SU EQUIPO
18"**

**ENTRA DE LLENO A LA INFORMACIÓN
REPORTERO
CORRESPONSAL
REPORTERO
CHIAPAS
6'01"**

**HURACÁN MITCH
PERIODISTA HONDURAS COLABORACIÓN
PERIODISTA NICARAGUA COLABORACIÓN
SONIDO DEL GOBERNADOR DE QUINTANA ROO MARIO VILLANUEVA,
OBTENIDO DE LA TELEVISIÓN
ENTREVISTA METEORÓLOGO
13'25"**

PIDIÓ LICENCIA EL GOBERNADOR DE HIDALGO, JOSÉ MURILLO
KARAM
1'30"

NOTA SOBRE ZEDILLO CON REPORTERO
1'55"

REDUCCIÓN DEL IVA CON REPORTERO
1'20"

ACTIVIDAD VICENTE FOX, SONIDO DE LA TELEVISIÓN
47"

HUELGA EN LA UNAM CON REPORTERO
23"

PERITAJE EN TULTEPEC, LEOPOLDO ESPEJEL CON COMENTARIO
REGLAMENTO DE SEGURIDAD PRIVADA REPORTERO
2'

RECLUSORIOS
22"

INFORMACIÓN FINANCIERA CON ENRIQUE CAMPOS
2'20"

RESUMEN CON GUILLERMO JIMENEZ, TODO EL TIEMPO CON MÚSICA
HORA
PASE A CORTE
1'41"

CORTINILLA PROGRAMA
MELATE
SEGURO BANCOMER
COSMOCOLOR
TEQUILA REVOLUCIÓN
CORTINILLA ESTACIÓN
CORTINILLA PROGRAMA
2'14"

ENTRA MÚSICA
LOCUTOR HORA
DEPORTES CON HERIBERTO MURRIETA
2'

LO INSÓLITO; UN RAYO MATÓ A UN EQUIPO DE FUTBOL
2'52"

PINOCHET
COLABORACIÓN TV ESPAÑOLA
CORRESPONSAL EN CHILE
ANÁLISIS COMENTARISTA
11'24"

PRIMER HOMBRE QUE REGRESA AL ESPACIO
CORRESPONSAL SONIDO
COMENTARIO
HORA
MÚSICA
3'27"

CORTINILLA PROGRAMA

CHÉVROLET

FIESTAS DE OCTUBRE

IFE

AFORE

IDENTIFICACIÓN

MÚSICA

2'52"

HORA, ENTREVISTA A CARLOS MEDINA PLASENCIA, PAN

COMENTARIO

ENCUESTA

HORA

16'02"

MÚSICA

CORTINILLA PROGRAMA

MELATE

SECOFI

CRUCEROS

HOTELES MISIÓN

CORTINILLA ESTACIÓN

CORTINILLA PROGRAMA

2'21"

MÚSICA

HORA

TELÉFONOS

CRÉDITOS

PÁGINA DE INTERNET

ENCUESTA SOBRE ZEDILLO

8'25"

CHIAPAS
CORRESPONSAL
COMUNICADO
MENSAJES
HORA
MÚSICA
7'47"

CORTINILLA
CHEVROLET
SECOFI
IFE
MELATE
CORTINILLA ESTACIÓN
CORTINILLA PROGRAMA
2'46

MÚSICA
HORA
NOTA SOBRE CHIAPAS
REPORTERO CON LA COCOPA-SONIDO
REPORTERO CON COMUNICADO
MENSAJES
HORA MÚSICA
7'48"

CORTINILLA
SEP
SEGUROS BANCOMER
COSMOCOLOR
CORTINILLA
2'07"

CORTINILLA PROGRAMA
PATROCINIO LOTERÍA NACIONAL
COMERCIAL
COMENTARIO SOBRE ZEDILLO
HÉCTOR HERRERA REPORTERO-SONIDO
INFORMACIÓN SOBRE CUERNAVACA CORRESPONSAL
COMERCIAL
PATROCINIO
8'32"

FIESTAS DE OCTUBRE
COMUNICACIÓN DIGITAL
IFE
CORTINILLA
CORTINILLA PROGRAMA
2'06"

MÚSICA
HORA
INTRODUCCIÓN SOBRE FOX
ENTREVISTA CON EL DIPUTADO DEL PAN
18'04"

EL GOBERNADOR DE HIDALGO PIDIÓ LICENCIA
CORRESPONSAL
HORA. MÚSICA
3'45"

IDENTIFICACIÓN

MELATE

CHÉVROLET

SECOFI

SEGUROS BANCOMER

COSMOCOLOR

CORTINILLA PROGRAMA

2'51"

MÚSICA

HORA

INTRODUCCIÓN AL ASALTO BANCARIO DEL DÍA

COMENTARIO

SECCIÓN "LA CRÓNICA NUESTRA DE CADA DÍA"

5'29"

INFORMACIÓN DE GOBERNACIÓN CON REPORTERO

SALIDA.

5.3 CÚPULA EMPRESARIAL

“Cúpula Empresarial” es un noticiero casi exclusivamente de finanzas, da a conocer cómo se maneja el dinero en el país.

Pero tampoco puede dejar a un lado cualquier nota importante. A diferencia de otros noticieros de ORF, este noticiero pasa a las 6:00 AM, y va dirigido a los empresarios y gente que le interesan las finanzas.

Tiene una guía que permite organizar los tiempos de su programa con las secciones patrocinadas y las de los comentaristas.

Para Oscar Mario Beteta, el guión no es recomendable porque no da oportunidad de opinar, lo que muchas veces es lo que hace que el noticiero sea menos atractivo.

Cúpula Empresarial es un noticiero informativo y de análisis, en pocas ocasiones se hace uso de los reporteros. Lo que más sobresale son las entrevistas y la participación de comentaristas y analistas.

Además, sólo se lee un *teasser* y de vez en cuando se va dando información adicional. A diferencia de éste, los demás noticieros de ORF le dan más peso a la información que llega por medio de los reporteros o a la información de las agencias.

El 4 de julio del 2001 Oscar Mario Beteta va a cumplir ocho años en ORF.

Ahora la transcripción del programa:

CÚPULA EMPRESARIAL

CONDUCTOR: OSCAR MARIO BETETA

Fecha de transmisión: 11 de junio de 1997

Horario: de 6:00 a 10:00 AM de lunes a viernes

Emisora: XERFR- FM

ENTRADA

MÚSICA

RESUMEN

ROQUE VILLANUEVA - SONIDO (MÚSICA COMO SEPARADOR)

EXPEDIENTE SALINAS

COMISIÓN 6 DE JULIO - SONIDO

PRD - SONIDO

CETES

BANCO DE MÉXICO

HACIENDA

RESERVAS

INVERSIÓN ExTRANJERA

ANIT

BANCO INTERAMERICANO

AFORES

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR - SONIDO

RENUNCIA DE DIPUTADOS - SONIDO

PAN- SONIDO

ALFREDO DEL MAZO - SONIDO

CÓRDOVA MONTOYA

PREFERENCIAS ELECORALES, METODOLOGÍA

CÓRDOVA MONTOYA

SECTOR PATRONAL

ZEDILLO SONIDO-COMENTARIO

LEY BURTON - SONIDO

FERROCARRILES AUMENTÓ

DETENCIÓN EPR

DETENIDO RAMIRO AGUILAR LUCERO

TRANSLADO DE PENAL

MARCHA-SONIDO
EDUCACIÓN
HACIENDA EALY ORTIZ
25' 10"

CORTINILLA PASE A CORTE
MÚSICA
1'11"

NOTA DE ROQUE VILLANUEVA
1'34"

NOTA DE CARLOS SALINAS
12"

CETES, DÓLAR, BOLSAS
1'20"

INFORMACIÓN INTERNACIONAL
MÚSICA
57"

CAMPAÑA ELECTORAL
53"

EDUCACIÓN TRABAJADORES SANCIONES
22"

PACTO DE BRUSELAS
20"

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

SECCIÓN DEPORTES

4'05"

COMENTARISTA CULTURAL GRABADO

2'03"

MÚSICA

PARTIDOS POLÍTICOS

CHRYSLER

PATROCINIO COPA FÚTBOL

COMERCIAL

COMENTARIO DOMINGUEZ MURO

COMERCIAL

PATROCINIO

SEGUROS INBURSA.

3'52"

CORTINILLA

NOTA SOBRE EL ASESINATO DE ABRAHAM POLO USCANGA

29"

NOTA JOSÉ CÓRDOVA MONTOYA

40"

NOTA FIDEL VELÁZQUEZ

1'01"

CIFRAS DEL SEGURO SOCIAL

53"

BANCO MUNDIAL

1'05"

COMENTARISTA DE FINANAZAS GRABADO
2'17"

HORA
SEGUROS
PAN
BANAMEX
CORTINILLA
1'22"

ENCABEZADOS DEL DÍA
5'47"

MÚSICA
HORA, COMERCIALES
SEGUROS AMÉRICA
PARTIDOS POLÍTICOS
SEGUROS IMBURSA
PAN
CORTINILLA
1'50"

NOTA SOBRE EL PRI
1'04"

NOTA SOBRE CUENTA PÚBLICA, LEE CABLES
9'12"

PARO INDEFINIDO DE LA DISIDENCIA MAGISTERIAL
2'52"

FRAUDE CONASUPO
COMERCIALES
1'55"

PARTIDO DEL TRABAJO
AFORE
CUAUHTEMOC CÁRDENAS
CHRYSLER
CORTINILLA
1'34"

ENTREVISTA PAGADA PARA TOMAR UNOS SEMINARIOS DE
FINANZAS
5'41"

HORA
SEGUROS IMBURSA
CORTINILLA, SALEN DE LA CADENA NACIONAL
PAN
SEGUROS ÁGUILA PATROCINIO
COMERCIAL
COMENTARIO ACOMPAÑADO DE MÚSICA
3'49"

SEGUROS ÁGUILA
HORA
COMERCIAL MEXICANA
PRD
COMERCIAL MEXICANA
BANAMEX
PRD
COMERCIAL MEXICANA
PRI
CORTINILLA
3'41"

ENTREVISTA A SAMUEL DEL VILLAR
17'52"

ANÁLISIS DE LAS COLUMNAS FINANCIERAS DE PERIÓDICOS
22'24"

COMERCIALES
PRD
COMERCIAL MEXICANA
SECCIÓN PATROCINADA "NEGOCIOS"
MAXICUENTA SERFÍN
COMENTARIO
4'52"

MAXICUENTA
PATROCINIO
PRI
SEGURO
PATROCINIO SECCIÓN "EXPORTA"
COMERCIAL
COMENTARIO
6'31"

MÚSICA
COMERCIAL BANCOMER
SALIDA DE SECCIÓN "EXPORTA"
SEGURO
PAN
AFORE
BANAMEX
COMERCIAL MEXICANA
PRD
CORTINILLA
2'53"

ENTREVISTA PAGADA, SOBRE COMERCIO EXTERIOR
14'05"

COMERCIALES
HORA
SEGUROS COMERCIAL AMÉRICA
PT
COMERCIAL MEXICANA
PRI
SEGURO BANCOMER
COMENTARIO INTERNACIONAL
8'35"

NOTA SOBRE TASA
HORA
2'27"

COMERCIALES
PT
SEGURO SOCIAL
CORTINILLA
56"

ANÁLISIS DE COLUMNAS FINANCIERAS POR ENRIQUE CAMPOS,
TIENE SEPARADORES
12'50"

HORA

SEGUROS IMBURSA

SEGURO

PRI

PATROCINIO DE MAYONESA

COMENTARIO SOBRE RESTAURANTE COMERCIAL

CONTINÚA COMENTARIO

SALE CON MÚSICA

8'52"

COMERCIAL MEXICANA

CORTINILLA

MÚSICA

RESUMEN CON NOTICIAS DEL MOMENTO

INFORMACIÓN INTERNACIONAL

7'34"

MÚSICA

ENTREVISTA CON CANDIDATOS

FIN DEL PROGRAMA

7'03"

5.4 LÓPEZ DÓRIGA

Hablar de Joaquín López Dóriga es hablar de un pilar de la información en el país. Él creó su propio estilo de guión, donde utiliza, redacción, aunque no de notas que se toman de los cables, porque dice que se pueden ir los datos más importantes o los que él considera más importantes. Hay que recordar que no siempre existe el mismo criterio.

Joaquín López Dóriga tiene un equipo que le redacta un resumen, hace un archivo de las notas más importantes y, sobre todo, les da seguimiento, esto lo utiliza para tener información y antecedentes de la nota que se encuentre vigente.

Este noticiero es totalmente periodístico, toca todos los géneros. Es el espacio noticioso que más utiliza a los reporteros de ORF. A López Dóriga le gusta que den la información desde donde se genera, esto da mucha credibilidad a este informativo.

Para López Dóriga el guión es necesario porque es el soporte del noticiero, es como la partitura durante el concierto.

Joaquín López-Dóriga se inició como reportero desde los 18 años en el periódico "El Heraldo de México" en 1968. Fue pionero del equipo que inició el noticiero "24 Horas", de Jacobo Zabludovsky; en 1985 fue director de noticias de Imevisión (hoy T.V Azteca), muchos años después regresa a lo que habían sido sus inicios en Televisa conduciendo desde el 30 de mayo de 1998 y hasta el 6 de septiembre de 1999 el programa "Chapultepec 18": Ha recibido varios premios, entre los que destacan el Premio Nacional de Periodismo en varias ocasiones, 1997 por una entrevista a Fidel Castro, en 1981 por el reportaje "Entre dos fuegos" y en radio por el noticiero "López-Dóriga" en los años 1995, 1996, 1997, 1998 y 1999.

En ORF tiene seis años al aire cumpliendo su aniversario el 3 de mayo.

La transcripción del programa:

LÓPEZ-DÓRIGA
CONDUCTOR: JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA

Fecha de transmisión: 28 de agosto de 1998
Horario de 13:30 a 15:00 horas de lunes a viernes
Emisora: XERFR- AM

RÚBRICA DEL PROGRAMA
ENTRADA
59'

SALUDO
1'21"

RESUMEN
HURACÁN MITCH
YUCATÁN CON LLUVIAS
HONDURAS EN ESTADO DE ALERTA
ERNESTO ZEDILLO
EN LA FRONTERA DOS POLICÍAS FUERON EJECUTADOS
ASALTO BANCARIO
ARGENTINA MALVINAS
PINOCHET
LA REFORMA AGRARIA NO VA A DESAPARECER
POLICÍA, SEGURIDAD PRIVADA
AMALIA GARCÍA, RENUNCIA
CUBA
ANUNCIA LO QUE HABRÁ MÁS ADELANTE
7'15"

CORTINILLA DEL PROGRAMA

SEGUROS

CHÉVROLET

TELMEX

CANAL 22

CORTINILLA

CURSO EMPRESARIAL

CRUCEROS

CRUZ ROJA

TEQUILA

EFEMÉRIDES CON DON LUIS CÁCERES

4'

PATRIMONIO SEGURO SOCIAL

COMERCIAL

COMENTARIO

COMERCIAL

PATROCINIO FIN

SALIDA

3'40''

**INFORMACIÓN SOBRE EL HURACÁN MITCH
CON REPORTERO DESDE CHETUMAL**

2' 11''

**MÁS SOBRE MITCH DESDE CANCÚN CON REPORTERO
CORTE A COMERCIAL**

4'05''

CORTINILLA
ÓMNIBUS DE MÉXICO
SEGUROS BANCOMER
CHÉVROLET
VIAJES
CORTINILLA PROGRAMA
TURISMO
COCHES
AFORES
CORTINILLA PROGRAMA
3'31"

SITUACIÓN EN MÉRIDA, HURACÁN MITCH EL REPORTERO DESDE
ALLÁ
1'30"

CAMPECHE REPORTERO EN VIVO
52"

REPORTE DESDE MIAMI SOBRE MITCH
1'12"

INTRODUCCIÓN DE NOTA SOBRE MITCH EN QUINTANA ROO
CORTE COMERCIAL
36"

CORTINILLA
SEGUROS BANCOMER
COPIADORAS
CHÉVROLET
CAMAS
TEQUILA
CORTINILLA CORTE
PATROCINIO
COORPORATIVO
CORTINILLA
4'01"

ENTRA MÚSICA
ENTREVISTA CON MARÍA DE LOS ÁNGELES MORENO
COMENTARIO
LEE CARTAS DEL PÚBLICO
10'54"

CORTINILLA
COMERCIAL MEXICANA
CORPORATIVO
SEGUROS
CHEVROLET
TELMEX
CORTINILLA
TEATRO
MUEBLES
TEQUILA
CAMPAÑA "VIVE SEGURO"
CORTINILLA PROGRAMA
3'50"

ENTREVISTA A MARIO VILLANUEVA, GOBERNADOR DE QUINTANA
ROO
7'42"

COMENTARIO DEL COLABORADOR JOSÉ FONSECA

2'33"

NOTA SOBRE CONVENIO DE EDUCACIÓN

1'32"

LECTURA DE LAS PRIMERAS PLANAS DE LOS PERIÓDICOS DE LA
TARDE

COMERCIALES

AVANCES DE LO QUE VENDRÁ MÁS ADELANTE

2'37"

CORTINILLA

SEGUROS BANCOMER

CHÉVOLET

TELMEX

CANAL 22

TURISMO CRUCERO

CORTINILLA

TURISMO

HOTELES MISIÓN

TEQUILA

CORTINILLA

3'40"

PATROCINIO BANAMEX

COMERCIAL

COMENTARIO

COMERCIAL

SALIDA PATROCINIO

2'58"

REVISTA "SIEMPRE", COMENTARIO SOBRE EL CONTENIDO
51"

NOTA CON REPORTERO CUERPO DE SEGURIDAD PRIVADOS HUGO
DE LA ROSA Y ANA TORRES SOBRE EL MISMO TEMA
4'11"

ANA SÁNCHEZ NOTA CON SONIDO
2'15"

CORTINILLA DEL PROGRAMA
SEGUROS BANCOMER
TECNOLOGÍA ROCO COPIADORAS
CORTINILLA
TELMEX
CANAL 22
COCHE
CORTINILLA ESTACIÓN
3'

ROCÍO GALVÁN DESDE TIJUANA
1'07"

PIE SOBRE UN CRIMEN
COMENTARIO Y NOTA
30'

EMBARGO EN LA PAZ, BAJA CALIFORNIA
DESPEDIDA
MÚSICA
SALIDA
1'28"

5.5 FÓRMULA DOS MIL

Un ejemplo relevante para esta investigación es "Fórmula Dos Mil", ya que en este noticiero se ocupan todas las notas que la redacción genera a lo largo del día.

Se compone de secciones y se da juego a los reporteros que, claro está, pasan desde su casa, porque el noticiero es a las 5:00 AM.

Tiene la característica principal de retomar toda la información del día anterior para darla lo más conciso posible, las notas no se redactan con más de tres párrafos, de esta forma la noticia se da a conocer rápido y en pocos segundos se está informando a la gente.

Este noticiero tiene una preparación de 20 horas aproximadamente; hay que escoger las notas que llegan por cables y se redactan; para ello hay un jefe de redacción. Después el productor de contenido jerarquiza la información y arma el guión con las secciones correspondientes.

El guión de este noticiero se arma en la madrugada, así que no hay duda de que alguna nota importante se dejó fuera. Además se consultan las primeras planas de los periódicos para saber a qué nota le dieron más importancia.

Para Mauricio Hernández, conductor de la emisión, el guión es la mejor manera de llevar una jerarquización de la información, un ritmo y una buena estructura.

Con un buen guión se puede ver desde antes una posible transmisión buena al aire y no ser improvisado como en muchos otros noticieros que no tienen ni pies ni cabeza.

Fórmula Dos Mil es un noticiero informativo, pero en el que nunca se deja a un lado la opinión de comentaristas, reporteros, locutores y público.

Para Mauricio Hernández la diferencia de su noticiero es que ellos informan y dan las notas cortas, así en una sola hora el radioescucha conoce toda la información del día.

Fórmula Dos Mil dejó de salir al aire en diciembre de 1999. Para la empresa este noticiero no cumplía ya con sus expectativas, por lo cual decidieron que saliera de ORF.

Adelante con la transcripción del noticiero

FÓRMULA DOS MIL

CONDUCTOR: MAURICIO HERNÁNDEZ

Fecha de transmisión: 28 de agosto de 1998
Horario: de 5:30 a 7:30 AM de lunes a viernes
Emisora: XEAI- AM

ENTRADA
PURA MÚSICA
SALUDO MAURICIO HERNÁNDEZ
39"

RESUMEN
ACOMPAÑAMIENTO DE FONDO
MITCH SOBRE HONDURAS-ALERTA
HACIENDA TASA CERO
JUAN RAMÓN DE LA FUENTE SECRETARIO DE SALUD - SONIDO
CASO FOBRAPOA PANISTA
ANDRES MANUEL LÓPEZ OBRADOR
REUNIÓN CON EL EZLN
LEGISLADORES CONTRA FOX
DESMANTELAN EL CORRAL DE LA IGNOMINIA
EMERGENCIA POR FRIOS
ROBOS DE AUTOS
ASALTOS DE BANCOS
3'13"

CORTINILLA CON TELÉFONOS
1'13"

COMERCIALES PREESCOLARES SEP
PADRÓN ELECTORAL IFE
MARATÓN DE LOS TRABAJADORES
CENTRO CULTURAL UNIVERSITARIO
1'57"

IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN

CORTINILLA

SALUDO AL LOCUTOR CON TELÉFONOS

NOTA CON CAMACHO SOLÍS **NOTA CON REPORTERO**

CON SONIDO

COMENTARIO DE MAURICIO

2'22"

MITCHT PIE MAURICIO

LOCUTOR CON NOTA REDACTADA

33"

DESMANTELAN EL CORRAL DE LA IGNOMINIA

NOTA CON REPORTERO

SONIDO

COMENTARIO MAURICIO

MÚSICA RÚBRICA

2'03"

LA PGR DESINTEGRÓ UNA BANDA QUE VENDÍA DROGAS

NOTA CON REPORTERO

CON SONIDO

COMENTARIO MAURICIO

1'49"

DAN LA HORA

POLICÍAS EN CONFLICTO

COMENTARIO MAURICIO Y LOCUTOR

TELÉFONOS, QUÉ HAY DESPUÉS DE COMERCIALES

2'32"

CORTINILLA, TELÉFONOS
FERIA ALIMENTARIA
COMISIÓN DE DERECHOS HUMANOS
CHIAPAS SECRETARÍA DE TURISMO
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
2'17"

RÚBRICA
HORA
NOTA SOBRE IMPUESTOS O DEUDA
COMENTARIO LOCUTOR Y MAURICIO
1'37"

LA BOLSA CÓMO CERRÓ EL DÍA ANTERIOR
EL DOLAR CÓMO CERRÓ
COMENTARIO MAURICIO
1'08"

NOTA SOBRE EL FOBRAPROA
COMENTARIO
39"

FOTOGRAFÍA DE LA CRÓNICA, COMENTARIO Y DESCRIPCIÓN
HORA
54"

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR DICE QUE SÍ HAY ILÍCITOS EN EL
FOBRAPROA
NOTA CON REPORTERO CON SONIDO
MÚSICA PARA SEPARAR
TELÉFONOS EFECTO SONIDO
LLAMADAS DEL PÚBLICO
3'47"

NOTA SOBRE EL EZLN "PUROS PRETEXTOS PARA NO IR AL DIÁLOGO"

NOTA CON REPORTERO

SONIDO

MÚSICA

HORA

RESUMEN

COMENTARIO DE FIN DE AÑO

2'58"

NOTA Y COMENTARIO

EL GOBERNADOR DE CHIAPAS RENOVÓ SU GABINETE

42"

MÚSICA

RÚBRICA DE TELÉFONOS

JUEGOS SOBRE SILLAS DE RUEDAS

PROFECO

FIESTAS DE OCTUBRE

ALCOHÓLICOS ANÓNIMOS

ASAMBLEA DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN

32"

RESUMEN

MÚSICA

DEUDA PÚBLICA FOBRAPROA PAN Y PRI

CAMACHO SOLÍS NO TEME AL RECHAZO

HIDALGO SOBRE LA LICENCIA DE MURILLO

EZLN SÓLO PONE TRETTEXTOS

CAMBIO EN EL GABINETE DE CHIAPAS

HOMOSEXUALIDAD

RECUERDO A UN LEGISLADOR

DISMINUYÓ EL ASALTO

DESINTEGRARON BANDAS DE DROGAS

PINOCHET SE CAMBIÓ DE HOSPITAL

EL DISCOVERY FUE LOCALIZADO
MÚSICA
RÚBRICA TELÉFONOS
2'57"

JUEGOS INTERNACIONALES DE LOS TRABAJADORES
PASEO CICLISTA
IDENTIFICACIÓN
1'04"

MÚSICA
HORA
SEGURIDAD PÚBLICA
COMENTARIO MAURICIO
2'11"

EL OFICIAL MAYOR DE ÓSCAR ESPINOSA ES ACUSADO DE DESVÍO,
SEÑOR MERINO
1'59"

DECLARACIONES CONTRA FOX
NOTA CON REPORTERA CON SONIDO
COMENTARIO MAURICIO
2'35"

EL PRD, QUE CONCLUYA EL CONCEPTO DE HOMOSEXUALIDAD DEL
CÓDIGO PENAL.
NOTA CON REPORTERO
1'26"

DECESOS POR EL FRÍO
COMENTARIO MAURICIO
56''

FUE LANZADO EL DISCOVERY SIN CONTRATIEMPOS
1'04''

CARLOS MENÉN ESTÁ DE VISITA EN INGLATERRA POR LAS
MALVINAS
COMENTARIO MAURICIO
1'24''

NOCHE DE BRUJAS Y MÁSCARAS
HORA
1'21'

PEMEX SOLICITA A SUS EMPLEADOS EN CAMPECHE QUE SE
REPORTEN PARA RECIBIR INSTRUCCIONES
49''

ALDO FERNÁNDEZ CON LOS DEPORTES
SALIDA
DESPEDIDA
MÚSICA
3'47''

5.6 EDUARDO RUIZ-HEALY

En el noticiero de Eduardo Ruiz-Healy, si le gusta la información al conductor, pasa en su programa, de lo contrario no. Si le cae bien el funcionario de quien se habla da la nota para elogiarlo, pero si la información se presta para atacar a alguien, por supuesto que la dará y no dejará el tema hasta que él quiera.

Tiene un equipo que le redacta los resúmenes, le consigue las entrevistas y coordina a los invitados. Eduardo Ruiz-Healy, le pone mucho énfasis sólo al audio que los reporteros mandan con sus notas ya que le molesta que los mismos reporteros se escuchen durante su programa.

Eduardo Ruiz-Healy dice que los guiones no sirven para nada, dice que acartonan el contenido y lo que le gusta a él es dar su propia opinión.

Su noticiero lleva el ritmo que marca Ruiz-Healy, sólo se prepara para comentar la nota y debatirla, esta última actividad es su especialidad.

Así, este noticiero se define como agresivo, de confrontación y sin compromiso con los entrevistados ni con la misma información

A pesar de su opinión, el noticiero tiene una guía para llevar un orden, ya que incluye secciones fijas, como es la de deportes y algunos comentarios de sus colaboradores.

Eduardo Ruiz-Healy estudió Economía en las Universidades Nacional Autónoma de México y Anáhuac. Obtuvo la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Minesota. No es un periodista, pero sí puede comentar y dar su punto de vista.

Eduardo Ruiz-Healy inició sus transmisiones el 16 de enero de 1995, pero antes ya tenía una larga historia en esta organización con su primer programa llamado "Fuego Cruzado" en 1989.

Enseguida la transcripción de la emisión:

EDUARDO RUIZ-HEALY CONDUCE: EDUARDO RUIZ-HEALY

Fecha de transmisión: 28 de agosto de 1998
Horario: de 6:30 a 9:30 AM de lunes a viernes
Emisora: XEDF-AM

ENTRADA

SALUDO

NOTICIA SOBRE EL RECORTE DEL PRESUPUESTO EN BRASIL

**REACCIONES EN DIFERENTES BOLSAS DE VALORES DE DIFERENTES
PAISES**

1'54"

**ROBO DE GASOLINA EN EL ESTADO DE MÉXICO, 30 MIL LITROS DE
GASOLINA**

38"

EDUARDO CHARPENEL CON NOTICIAS LAS MÁS IMPORTANTES

PAÍS

PRD DEMANDA JUICIO POLÍTICO

SONIDO

1'06"

MITCH DISMINUYE SU INTENSIDAD

35"

DIRECTOR DE RECLUSORIOS DETECTAN DROGA EN LOS PENALES

SONIDO

30"

DESAPARECEN LA LLAMADA PARTIDA SECRETA DEL PRESIDENTE DE
LA REPÚBLICA

11'

37 PERSONAS INTOXICADAS EN NUEVO LEÓN

24"

TLAXCALA: 60 MUNICIPIOS DEUDAS DE LOS CAMPESINOS SEDESOL

10"

EL MUNDO

BARRY MCCAFFI, CONSUMO DE DROGAS COMO MEDICINA

10"

COLOMBIA

ASESINAN AL PILAR DE UNA SENADORA

8"

ECONOMÍA, FINANZAS Y NEGOCIOS

COMERCIO DESCARTA UN INCREMENTO EN LA TORTILLA

SONIDO

30"

LAVADO DE DINERO PRESENTAN QUERELLAS PROCURADURÍA
FISCAL DE LA FEDERACIÓN

9"

CÓMO CERRÓ LA BOLSA EN NUEVA YORK Y EL DÓLAR

24"

DEPORTES CON ALDO FERNÁNDEZ
NOTA CON SONIDO
39''

ENCUESTA SOBRE LA ELECCIÓN DEL ESTADO DE MÉXICO
MANDA A MENSAJES
22''

CORTINILLA
PROMOCIONAL DE LA ESTACIÓN
COMERCIAL MEXICANA
PREVENCIÓN CIUDADANA
COMISIÓN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS
VER BIEN
CORTINILLA DEL PROGRAMA
TELÉFONOS
2'48''

PATROCINIO DE NISSÁN
PRESENTACIÓN
COMERCIAL
COMERCIAL
CORTINILLA MÚSICA
ELECCIÓN PARA GOBERNADOR DEL ESTADO DE MÉXICO
COMENTARIO
OPINIÓN
16'02''

COMERCIALES
NISSÁN
PATROCINIO
CORTINILLA
TELÉFONOS
1'05''

COMENTARISTA INTERNACIONAL
ARTURO MUÑOZ LEDO
NOTICIAS INTERNACIONALES
6'07"

CORTINILLA
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
COMERCIAL CHIAPAS
BANCO INVERLAT
PADRÓN ELECTORAL
ALCOHÓLICOS ANÓNIMOS
CORTINILLA
TELÉFONOS
2'44"

RESUMEN DE LAS PLANAS DE "EL UNIVERSAL"
PAGADO
38"

CORTINILLA
GUILLERMO RUÍZ FERNÁNDEZ
ENTREVISTA MÓDULO DE ATENCIÓN CIUDADANA
CORTE
8'43"

CORTINILLA
IDENTIFICACIÓN
COMERCIAL MEXICANA
COMERCIAL
CORTINILLA TELÉFONOS
1'09"

ALFREDO DOMÍNGUEZ MURO
DEPORTES
COMERCIALES
COMENTARIO DOMÍNGUEZ MURO
6'40"

LLAMADAS DEL PÚBLICO
35"

CORTINILLA PROGRAMA
IDENTIFICACIÓN ESTACIÓN
CHÉVROLET
VITACILINA
AYUDA CHIAPAS
DONAR SANGRE
ADOPCIÓN
MÚSICA
3'

ENLACE CON LAS DEMÁS CADENAS
ENTRADA A LA CADENA
SALUDO
ADELANTO
NOTA SOBRE UTILIDADES
BANCO DE MÉXICO ACUSACIONES
SECCIÓN "MÁS OSCURO QUE EL AGUA"
2'46"

RESUMEN

RECHAZA EL GOBERNADOR PROTECCIÓN

JUICIO POLÍTICO

SONIDO

CÁMARA DE DIPUTADOS

SONIDO

ORTIZ MARTÍNEZ SE DEFIENDE

EL HURACÁN MITCH

PARTIDA SECRETA

APRUEBA LA LEY DE REPÚBLICA

ASESINADO

EN LA PAZ, EMBARGADO

EL MUNDO

BRASIL, AJUSTE

FINANZAS

TASA BAJAS

SONIDO

RESERVAS DEL PAÍS

LONDRES, PETRÓLEO

BMV

4'33"

DEPORTES

NOTAS CON SONIDO

55"

CORTINILLA PROGRAMA

CORTINILLA PROGRAMA

COMERCIAL MEXICANA

INVERLAT

JUEGOS PARAOLÍMPICOS

MENSAJERÍA OMNIBUS

2'32"

CORTINILLA, TELÉFONOS
ANÁLISIS BIG MAG CON ANALISTAS DEL PROGRAMA
8'21"

CORTINILLA PROGRAMAS
CORTINILLA, TELÉFONOS
1'05"

COMENTARIO DAVID PÁRAMO
DEMANDA DE GUILLERMO ORTIZ
12'40"

MENSAJES
CORTINILLA
CORTINILLA
COMERCIAL MEXICANA
CAMIONETAS
POPOTEL
2'16"

CORTINILLA
COMERCIAL CHÉVROLET
CRUZ ROJA MEXICANA
PROGRAMA PAISANO
OFTALMOLOGÍA
2'05"

CORTINILLA PROGRAMA
PATROCINIO LOTERÍA NACIONAL
CORTINILLA PROGRAMA
COMENTARISTAS
SOBRE SALINAS DE GORTARI
TERMINA PATROCINIO LOTERÍA NACIONAL

CORTINILLA
COMERCIAL
COMERCIAL MEXICANA
FUNDACIÓN SÍNDROME DE DOWN
INVERLAT
IFE
CORTINILLA
4'25"

ENTREVISTA CON JORGE TORRES
ENTREVISTA TELÉFONICA
5'29"

CORTINILLA PROGRAMA
COMERCIAL MEXICANA
TELETÓN
CORTINILLA
2'45"

COMENTARISTA SOBRE EL TEMA DEUDA EN GUADALAJARA DEUDA
CON LOS BANCOS EN GUADALAJARA
5' 45"

ECONOMÍA COMPARADA, OTRO COMENTARISTA DE FINANZAS
4'52"

CORTINILLAS
CORTINILLA PROGRAMA
CORTINILLA
1'08"

EMPRESARIOS DESDE CANCÚN, ENTREVISTA
CASA TURQUESA DUEÑO
DESPEDIDA
SALIDA 9'26"

5.7 ¿...Y USTED, QUÉ OPINA?

El noticiero de Nino Canún es el claro ejemplo de cómo se debe llevar un guión.

Su equipo trabaja toda la mañana y parte del día para que a las 6 de la tarde en punto, el señor entre al aire con un noticiero donde se sabe paso a paso qué seguirá.

El éxito de su programa y su disciplina lo debe a los años que estuvo en televisión, ahí los tiempos son muy estrictos y por ello quedó acostumbrado a ese ritmo de trabajo.

En el noticiero hay un gran resumen de noticias que ocupa casi una hora; es leído y comentado por él y sus hijos, quienes son sus colaboradores y se alternan en la lectura.

Tiene una persona especialmente dedicada a contactar con los entrevistados, otra que revisa las llamadas y, por supuesto, la gente de producción que está al pendiente de lo que pasa durante la transmisión.

Al contrario de los otros dos noticieros que, al igual que éste, salieron del aire (Ensalada de Lechuga y Fórmula Dos Mil) "¿...Y Usted Qué Opina?" dejó de emitirse por incumplimiento de contrato; algunas cláusulas no se habían cumplido y eso molestó a Nino, lo cual lo obligó a poner una demanda en contra del grupo radiofónico. Salió del aire el 17 de febrero de 1998.

A continuación la transcripción del programa:

¿...Y USTED, QUÉ OPINA? CONDUCE: "NINO CANÚN"

Fecha de transmisión: 2 de junio de 1997

Horario: de 18 a 21 horas de lunes a viernes

Emisora: XEDF-AM

ENTRA PATROCINIO DE BANAMEX Y PRESENTACIÓN COMERCIAL
RÚBRICA QUE IDENTIFICA AL PROGRAMA

SALUDO DE NINO CANÚN

COMENTARIO SOBRE EL FÚTBOL

SALUDO A NINO JR

SALUDO A SANDRO

COMENTARIO SOBRE LA ELECCIÓN DEL JEFE DE GOBIERNO

COMENTAN ENCUESTAS DE REVISTAS Y PERIÓDICOS

COMENTARIO DE LA REVISTA "ALTAVOZ"

6'30"

RESUMEN

NINO JR

CUAUHTÉMOC CÁRDENAS SOBRE AFORE

REPORTERO JORGE TENORIO

COMENTARIO SOBRE EL PROGRAMA DE RICARDO ROCHA SOBRE SU
PROGRAMA Y LAS AFORES

4'46"

SANDRO

INFORMACIÓN SOBRE EL PRD

ENTRA REPORTERO

2"

NINO JR

ESTAFADOR FUE DETENIDO EN CHILE

14"

SANDRO CANÚN
PABLO CHAPA TRASLADADO A UNA CÁRCEL
10"

NINO JR
OPERATIVO SORPRESA
REPORTERA
COMENTARIO
2'44"

SANDRO CANÚN
NUEVO RECORD EN LA BOLSA
LLAMADAS
CORTE
3'01"

TERMINA PATROCINIO
PROMO INSTITUCIONAL DE NINO
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
COMERCIAL DE PATROCINIO
COMERCIAL
COMERCIAL DE PARTIDO POLÍTICO
MELATE
PARTIDOS POLÍTICOS
BANCOMER
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
2'48"

RÚBRICA DEL PROGRAMA
INFORMACIÓN SOBRE UN PLANTÓN DE CAMPESINOS
MAESTROS AMENAZAN CON UN PARO
EN MICHOACÁN SE NORMALIZÓ LA SITUACIÓN DE LOS MAESTROS
NINO JR CON UNA BALACERA EN UN HOSPITAL
REPORTERO
2'16"

**COMENTARIO ENTRE NINO JR Y NINO CANÚN SOBRE EL CLIMA Y LA
CONTAMINACIÓN**

1'10"

SANDRO CANÚN, LAS LLUVIAS EN GUERRERO Y HUATULCO

15"

NINO JR, GIRA DEL PRESIDENTE POR HIDALGO

8"

SANDRO CANÚN, CASO CONASUPO, FUNCIONARIOS

10"

NINO JR, ACUERDO CON LA UNIÓN EUROPEA

10"

SANDRO CANÚN, LA COMISIÓN DE ARBITRAJE MÉDICO

12"

NINO JR, ATENTADO EN OKLAHOMA EN 1995

22"

**SANDRO CANÚN, JUICIO CONTRA UNA INDUSTRIA TABACALERA EN
MIAMI**

COMENTARIO, NINO CANÚN

1'46"

**NINO JR, RENUNCIA EN PARÍS DEL PRIMER MINISTRO
COMENTARIO**

57"

LLAMADAS DEL PÚBLICO

7'13"

IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN

COMERCIAL PARTIDO POLÍTICO

CHÉVROLET

PARTIDO POLÍTICO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN

CORTINILLA ¿... Y USTED QUÉ OPINA?

59"

RÚBRICA DEL PROGRAMA

COMENTARIO DE UNA LLAMADA

ASALTO DE TRAILERS

1'10"

ENTREVISTA A SERGIO ESTRADA RAMÍREZ PRESIDENTE MUNICIPAL
DE CUERNAVACA, MORELOS

7'30"

COMENTARIO SOBRE LA ENTREVISTA

LLAMADAS DEL PÚBLICO

4'36"

IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN

AFORE BANAMEX

MELATE

PARTIDOS POLÍTICOS

CHEVROLET

PARTIDOS POLÍTICOS

IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN

46"

RÚBRICA DE LA ESTACIÓN
CATALINA NORIEGA EN SU SECCIÓN
4'22"

EPIGRAMA DE ALONSO NUÑEZ
42"

IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
PARTIDOS POLÍTICOS
37"

SECCIÓN ¿... Y USTED, QUÉ OPINA?
1'01"

RÚBRICA DEL PROGRAMA
COMENTARIO NINO CANÚN
REPORTERO CON NOTA
SONIDO
2'21"

COMENTARISTA EDUARDO LÓPEZ BETANCOUR
8'50"

NINO LEÉ LLAMADAS DEL PÚBLICO
54"

PROGRAMA INSTITUCIONAL
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
COMERCIAL DE LA ESTACIÓN
COMERCIAL DE PARTIDOS POLÍTICOS

MELATE
COMERCIAL PARTIDOS POLÍTICOS
CHEVROLET
COMERCIAL PARTIDOS POLÍTICOS
CHEVROLET
COMERCIAL PARTIDOS POLÍTICOS
BANAMEX
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
3'26"

SECCIÓN ¿... Y USTED, QUÉ OPINA?
1'27"

RÚBRICA DEL PROGRAMA
LLAMADAS DEL PÚBLICO, NINO CANÚN
2'13"

ÓSCAR MOAHA, COMENTARISTA DE COLUMNAS
4'47"

UN CASO DE AMBULANTES ACARREADOS EN EL ESTUDIO
3'51"

IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
IFE
COMERCIAL PARTIDOS POLÍTICOS
37"

SECCIÓN ¿... Y USTED, QUÉ OPINA?
1'19"

NINO CANÚN LEÉ LLAMADAS DEL PÚBLICO
1'28"

ENTREVISTA CON FUTUROS CANDIDATOS DEL PRD
17'43"

IDENTIFICACIÓN PROGRAMA
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
COMERCIAL PARTIDOS POLÍTICOS
MELATE
COMERCIAL PARTIDO POLÍTICO
MELATE
COMERCIAL PARTIDOS POLÍTICOS
CHÉVROLET
AFORE BANAMEX
IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN
1'54"

SECCIÓN ¿... Y USTED, QUÉ OPINA?
49''

RÚBRICA DEL PROGRAMA
LLAMADAS DEL PÚBLICO
2'24'

DESPEDIDA DE LOS CANDIDATOS
CONCLUSIONES
DESPIDE NINO CANUN
RÚBRICA DEL PROGRAMA
SALIDA
8'36"

5.8 COMPARACIÓN

Dicen que las comparaciones no son buenas, pero para un medio de comunicación como lo es ORF, es importante porque de esta manera el público se puede dar cuenta de las opciones que tiene dentro de la organización.

Como se puede ver hay muchas maneras para poder informarse y muchos noticieros para lograrlo. Así, el auditorio radiofónico de ORF puede escoger cuál es el comentarista y noticiero que más se acerca a su gusto.

Algo que unifica a estos noticieros es que todos ocupan la información del momento, cada uno con su criterio, pero el hecho es uno, y eso no se puede cambiar. Su manera de manejar la información es lo que los hace diferentes a los demás, pero sin esta variedad, no habría diferentes tipos de noticieros

No se pueden comparar algunos noticieros de ORF, por ejemplo: "Cúpula Empresarial" dirigido por Oscar Mario Beteta, y "Ensalada de Lechuga", dirigido por Hector Lechuga; son noticieros de tipo muy diferente, ya que uno se maneja con noticias puramente financieras, y el otro es cómico-político.

Pero a las emisiones de Oscar Mario Beteta, Joaquín López-Dóriga, José Cárdenas y Mauricio Hernández, sí podemos compararlas. Debido a que todos ellos tienen estudios en comunicaciones, comparar sus noticieros y detectar el formato de sus guiones o guías, como algunos los llaman, nos permite ver que todos toman en cuenta la información más reciente, que después la editorializan o dan su opinión, eso es lo que hace a un noticiero diferente de los demás.

Entre el noticiero de Joaquín López Dóriga y el de Eduardo Ruiz-Healy, hay muy poco que comparar, tomando en cuenta que Eduardo no es periodista, es economista, sumado a que su tendencia es hacer "leña del árbol caído" y no tiene objetividad. Por otro lado, Joaquín López Dóriga tiene más experiencia y objetividad, además de que él ocupa los recursos que la estación proporciona al igual que Oscar Mario Beteta, José Cárdenas, y, en su momento, Mauricio Hernández y Nino Canún.

Los noticieros de José Cárdenas y Nino Canún, se pueden comparar porque son exactamente lo mismo, el segundo surgió por la falta del primero en ORF, pero cada comentarista tiene su estilo y muy personal punto de vista, eso es lo que marca la diferencia, además de que los criterios para jerarquizar y manejar la información no presentan el mismo enfoque.

"Fórmula Dos Mil" tiene similitud con los otros seis noticieros, porque trata de reunir las características más importantes de ellos: llegar al fondo de las noticias, darle una participación a los reporteros y redactores, además de presentar la opinión de los conductores, locutores y público.

Como consecuencia, podemos decir que los hechos que generan la noticia son los mismos para todos los noticieros, pero como cada uno de los comentaristas que conducen los programas radiofónicos tiene su particular punto de vista, es imposible que los criterios para comentarla y jerarquizarla sean los mismos y que por ende las transmisiones sean iguales (de ahí la importancia del guión); esto nos lleva consecuentemente a una variedad de opciones para que el público determine cuál prefiere.

CAPÍTULO
SEIS

RESULTADO
FINAL

Después de un análisis de los noticieros de ORF se obtuvo como resultado que son muy diferentes entre ellos por los criterios de los comentaristas que los llevan.

Lo anterior que quiere decir que cada producto tiene un sello muy personal, el cual ha tenido mucho que ver con el éxito de cada uno.

El público juega un papel muy importante pues es el que dice quién se queda y quién se va de una estación de radio, o a quién escucha y a quién no.

Esto se puede saber mediante agencias que se dedican a obtener los famosos *ratings* que son necesarios para conocer la aceptación de un medio de comunicación. De estas herramientas se dice que deben funcionar mediante un cuestionario donde se le pregunta al individuo sobre la estación que escucha casi siempre, en qué horario, qué programa le gusta más y por qué, y algunas preguntas de cuestiones personales que permitan conocer el nivel económico y tal vez qué estudios se tienen, así como la edad del entrevistado.

Después de hacer estos cuestionarios por varias áreas de la ciudad que esté en estudio, se pasa a ver qué estaciones pertenecen a qué grupo; se dividen en horarios, por horas y por las siglas entonces se calcula cual es su potencial.

Esto sirve mucho a los dueños o a los que manejan las estaciones porque de este modo saben qué lugar tienen con respecto a las demás que obviamente son la competencia.

El auditorio también se puede medir a través de llamadas telefónicas aunque hay gente que continuamente cambia de estación pero hay otras personas que son fieles a las estaciones o tal vez a los comentaristas; si

estos se van a otra estación, ese público cambia inmediatamente de frecuencia

Así pues, con base en los resultados de encuestas de diferente tipo, como las descritas anteriormente, se determinó que los noticieros de ORF tienen los primeros lugares en la preferencia del público.

6.1 TENDENCIAS DEL PÚBLICO

Hay un dicho en la radio y desde que se ingresa se repite constantemente "al público nunca se le puede engañar".

Cuando un programa no es bueno simplemente a la gente no le gusta, o al contrario, lo escucha para criticarlo. En el caso de los noticieros la gente puede escoger qué quiere escuchar: opiniones sobre las noticias, saber simplemente lo que está pasando en su mundo, escuchar las noticias de una manera más amable o simplemente informarse.

La objetividad depende del radioescucha, dicen que "EN GUSTOS SE ROMPEN GÉNEROS". Para algunas personas el noticiero puede tener todo lo que busca, o hay otras que sólo buscan al comunicador que les gusta cómo da la información. Pero existe un público muy crítico que no se conforma con lo que escucha y éste constantemente cambia de frecuencia para saber cómo manejan las noticias en diferentes emisoras y así poder sacar sus conclusiones. Hay de todo tipo de público, para toda la gama de noticieros. ORF ofrece una cantidad de estos como lo que ya se dio a conocer.

6.2 TIPOS DE NOTICIEROS

Para esta parte del trabajo se hará mención de algunos tipos de noticieros que se tomaron como ejemplo los de Organización Fórmula:

Un noticiero ameno, como el del señor Héctor Lechuga, debe incluir un comediante que vaya encausado a la política, que lo avale, éste puede ser un género donde se maneja perfectamente la sátira pero hay que tener mucho cuidado, no cualquier persona que se crea cómico lo puede hacer, debe haber una persona que escriba con bases los chistes que se dirán de los políticos, porque hay que recordar que la censura todavía no se libera.

Un noticiero donde se editorializa, puede ser el de "Joaquín López Dóriga", ya que él no sólo se dedica a dar las noticias, él las editorializa; claro que deja mucho al público para que saque sus conclusiones y pueda dar su opinión, pero también para hacer esto es difícil pues no todos tienen esta capacidad, sobre todo para decir cosas sin atacar a la persona entrevistada y así poder sacar la información que desea, el objetivo de la entrevista. Para poder llegar a ese nivel, una buena opción es escuchar a López Dóriga.

En un noticiero financiero sólo hay que ver números, cómo camina los mercados del mundo. Este tema casi siempre le interesa a la gente de finanzas, por lo que los hacen menos atractivos para las personas comunes, sin embargo cuando hay una noticia fuerte sobre finanzas los expertos son ellos, casi siempre tiene noticias de suma importancia para todos; lo que pasa es que utilizan términos que poco entiende la gente.

Los noticieros convencionales son los que casi todos escuchan, pues son los que dan las noticias tal cual pasan o por lo menos eso es lo que nos hacen creer, dan la nota y nada más.

También hay noticieros en que se preocupan por ampliar la información de alguna manera; con reporteros o corresponsales a lo mejor con un poco de historia y lo pueden hacer porque tienen mucho tiempo, son los noticieros estelares de casi siempre tres horas.

CONCLUSIONES

Se puede decir que el gran comunicador todavía no existe, como consecuencia no existe el gran noticiero, pero de que hay de donde escoger eso no se puede discutir, además mientras más bases formativas y elementos de apoyo se tengan será mejor, esto quiere decir que el guión es muy importante para que el comunicador se sienta seguro y con todas las armas para dar lo mejor posible las noticias y ser el primero en darlas a conocer, después de confirmarla.

Aunque los noticieros "Ensalada de Lechuga", "Eduardo Ruiz-Healy" y "Cúpula Empresarial" de ORF digan que no utilizan un guión, es claro que para tener éxito y orden al aire, deberán tener algún tipo de guía para saber qué es lo que sigue a lo largo de la emisión, y a esto se le llama GUIÓN.

Algo que hay que combatir, es el estrellismo que tienen los comentaristas, eso afecta lo que es realmente la información, ya que en ocasiones por capricho no incluyen información relevante. Hay casos en los que ya sea por que el personaje o la situación no sean del agrado de los conductores, esto es suficiente para que no mencionen la nota, pero si lo hacen, lo hacen con desprecio o como si no tuviera ninguna importancia.

De cualquier manera, la información se debe dar tal cual es, de la mejor manera y lo más objetivamente posible, para eso se necesita que la gente esté inmersa en las noticias, tener gente que se dedique a ordenar las notas, a revisar la redacción y cómo sale el noticiero al aire.

De acuerdo con la investigación realizada, sería un poco difícil que un comentarista llegara dos minutos antes de empezar un noticiero y no hubiera un guión preparado para saber cómo iniciar la emisión. Aunque él estuviera muy al pendiente de lo que esté pasando en el mundo, siempre se necesita una nota redactada, recortes de periódicos, la nota en vivo o grabada del reportero, y todo lo que pueda aportar elementos al comentarista para ampliar la información.

Tener una buena producción no siempre es garantía, pero es necesaria, de otra manera el propio conductor se sentiría como desprotegido, además que a la audiencia se le haría muy cansado escuchar a un tipo hablar todo el tiempo sin pautas que hagan ágil el programa.

Y a todo esto, hay que agregar un punto muy importante que al parecer todos los noticieros lo tienen, que es el jerarquizar la información, porque en cualquier medio de comunicación es importante tener la nota "de ocho columnas", es decir la que al día siguiente va a salir en la primera plana de todos los diarios, esa de la que se hablará todo el día, toda la semana, al mes y que probablemente se recordará en su primer aniversario.

Teniendo en cuenta estos puntos se puede decir que de una u otra forma los noticieros de ORF, usan un guión, tienen un orden, y eso les ha dado la audiencia que tienen, claro, sin quitar el mérito que se merecen todos aquellos que trabajan antes y después de sus emisiones, como son los redactores, reporteros, productores, grabadores, técnicos, etc.

Para poder contar con un programa bien estructurado siempre es necesario tener en cuenta todos los pasos que se han dado en este trabajo para la realización del guión radiofónico. Además siempre será recomendable no dejar de escuchar la radio, de esta manera siempre se estará informado y actualizado sobre lo que está pasando en este medio tan importante y cómo se desarrolla.

GLOSARIO

“CÓDIGO”: La elaboración del mensaje no puede ser arbitraria en un proceso de comunicación, la simple emisión de sonidos o de imágenes no asegura que los mismos se conviertan en un mensaje.

La condición fundamental es que tales emisiones respondan a reglas sociales o de elaboración, llamadas códigos, las cuales fijan la forma de estructurar un signo y la forma de convertirlo con otro. Todo proceso de comunicación se hace dentro de un determinado lenguaje, el cual consiste en un código y en las inflexiones que en el uso concreto son posibles. ¹

“COMENTARISTA”: Es la voz autorizada en el noticiero. Es el punto de vista que interesa al público, es autónomo y podrá dar su punto de vista personal de las noticias transmitidas. El éxito del noticiero muchas veces depende del tipo e importancia del comentarista que participe en el noticiero muchas veces depende del tipo e importancia del comentarista que lleva el noticiero. ²

“CORTES COMERCIALES”: Aunque aparentemente esto rompe con el programa, un buen productor aprovecha estos cortes para lucir el producto metiendo promocionales, cortinillas, cápsulas informativas, no debe espantar o preocupar el número de cortes si se sabe aprovecharlos. ³

“EMISOR”: Es todo ser o máquina que elabora un mensaje. La elaboración de un mensaje es algo que se puede hacer individualmente o en grupo. El emisor es tanto un individuo como una empresa en la que seres humanos trabajan para producir un solo mensaje. ⁴

¹ PRIETO CASTILLO, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 20

² SILVA FLORES, Germán, productor noticieros en ORF.

³ Idem

⁴ PRIETO CASTILLO. Op. Cit., p. 20

“EL ECO”: Suele emplearse imitando lo que realmente sucede al hablar o vocear en lugares que lo producen, también es uno de los recursos que causan efectos más importantes, pero debe ser usado con mesura. ⁵

“EL MEDIO RADIOFÓNICO”: Posee características como la inmediatez, intensidad, la simultaneidad y la rapidez. Todas ellas contribuyen así a hacer de la radio el mejor y más eficaz medio de información. ⁶

Su tecnología y recursos económicos condicionan a la naturaleza de sus mensajes, también a la audiencia; su comportamiento y su respuesta ante el medio afectan al proceso productivo.

El emisor y receptor determinan, necesariamente, la forma y los contenidos de la comunicación radiofónica.

La radio es también otro arte, aquél que valiéndose tan sólo de los medios sonoros de conseguir que el oyente viva una acción y cree la imagen de la escena escuchada. ⁷

“EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN RADIO”: Lleva implícita la posibilidad de comunicar teniendo dos aspectos fundamentales: La utilización de un código conocido por el receptor y la elaboración de los mensajes teniendo en cuenta las características del medio (velocidad, brevedad y fugacidad).

Evidentemente, sin la primera condición es imposible la comunicación. Sin la segunda, puede producirse información pero con un alto porcentaje de ruido o elementos de distorsión en la información.

Para su comprensión real, lo primero es alejarse lo más posible del horizonte que lo enmarca para luego, por pasos sucesivos, volver a él y abarcarlo en su máxima concreción. ⁸

⁵ Ortíz y Marchamalo, Técnicas de comunicación en radio, p. 65

⁶ Ibid, p. 2

⁷ Idem

⁸ Ibid, p. 31

“ENTRADA Y SALIDA”: Aquí el productor tendrá la oportunidad de derrochar toda su creatividad para conjugar voz, música y texto, para iniciar arriba el programa. El punto más importante es una producción en usar los elementos, el sentimiento que tengas y el amor que pueda reflejar al momento de la realización de éste, siempre cuidando la continuidad y ritmo al aire. ⁹

“LA AUDIENCIA”: Se define como el conjunto de personas que están escuchando una emisora en un día y una hora determinada. ¹⁰

“LA COMUNICACIÓN EN RADIO”: Tiene que ser real y posible, debe ofrecer al oyente una menor capacidad de selección que otros medios de comunicación. ¹¹

“LA NOTA”: No debe comenzar con un nombre que no sea bien conocido del radioescucha, en caso de empezar con nombre debe ser el del presidente, o de una persona bien conocida. Hay que recordar que la información en radio debe ser breve. ¹²

⁹ PRIETO CASTILLO, Daniel. Op.Cit, p. 20

¹⁰ Ortiz y Marchamalo. Op. Cit., p. 19

¹¹ Idem

¹² SILVA FLORES, Germán. Productor noticieros en ORF

“LA RADIO”: Como medio de comunicación, presenta una serie de características expresivas diferentes respecto a otros medios. Estos rasgos específicos vienen determinados por tres elementos clásicos del proceso comunicativo:

El Emisor, El Mensaje, y El Receptor.

La radio fundamenta su capacidad de comunicar en cinco tipos de mensajes o lenguajes:

EL LENGUAJE HABLADO, LA PALABRA...
EL LENGUAJE DE LA MÚSICA, TAMBIÉN LLAMADO
LENGUAJE DE LAS SENSACIONES.
EL LENGUAJE DE LOS SONIDOS Y DE LOS RUIDOS
PROPIAMENTE DICHOS.
EL LENGUAJE DE LAS COSAS Y, FINALMENTE EL
LENGUAJE DEL SILENCIO. ¹³

“LA RADIO”: En la actualidad está considerada como un medio de información barato. Esta información es solamente una verdad a medias. ¹⁴

“LA RADIO”: Es un medio caliente desde el momento en que se requiere la participación del receptor: Éste deberá utilizar su imaginación para crear imágenes con los signos acústicos que el medio le envíe. ¹⁵

“LA VOZ”: Constituye el elemento básico en toda realización radiofónica. Se dividen en agudas, centrales o graves, y éstas se subdividen en masculinas clasificadas como tenores, barítonos o bajos, y las femeninas como de tiples o contraltos. ¹⁶

¹³ Ortíz y Marchámalo. Op. Cit., p. 17

¹⁴ *ibid.*, p. 27

¹⁵ *ibid.*, p. 23

¹⁶ *ibid.*, p. 27

“LENGUAJE”: Este punto es importante, ya que entre más claro demos el mensaje a nuestro receptor más atención tomará. En el lenguaje que utilicemos en nuestro noticiario debemos situar tecnicismos, ya que sabemos que nuestro público no es especialista en algunos temas que tratamos. En resumen, entre más claro y más sencillo le hablemos a nuestro auditorio más radioescuchas tendremos. ¹⁷

“MANIPULACIÓN”: Etimológicamente, el término manipulación viene a significar una consciente intervención técnica en un material dado. Si esta intervención es de importancia social inmediata, la manipulación constituye un acto político.

Este es el caso de la industria de la conciencia. Así pues, toda utilización de los medios presupone una manipulación. Los más elementales procesos de la producción, desde la elección y la mezcla, hasta llegar a la distribución, no son más que intervención en el material existente. Por lo tanto, el escribir, firmar o emitir sin manipulación no existe; en consecuencia, la cuestión no es si los medios son manipulados o no, sino quién manipula los medios. ¹⁸

“MEDIOS Y RECURSOS”: Se entiende por medio el vehículo a través del cual se propaga un mensaje. Antes de las innovaciones técnicas que originó la revolución industrial, tales vehículos eran muy limitados y por lo mismo daban un lugar a una comunicación lenta.

El medio es solamente el vehículo del mensaje. La relación es siempre un emisor y un receptor, ya que la comunicación es un fenómeno entre personas y no entre cosas o mensajes. ¹⁹

¹⁷ Idem

¹⁸ PRIETO CASTILLO. Op. Cit., p. 65

¹⁹ ibid, p. 21

“MENSAJE”: El elemento objetivo del proceso, lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del perceptor, ese mensaje que como indicamos, sólo se produce si responde a un determinado código. Hay mensajes individuales y sociales, esto no sólo por la forma en que circulan sino por su poder de alcance.

Un mensaje individual es el que no va más allá de los límites de un ser o que, en todo caso, no va más allá del pequeño círculo de sus allegados.

En un proceso de comunicación humana, los mensajes fundamentales son los verbales y los audiovisuales en general.

El mensaje individual es por lo general, único, se conserva en todo caso en el recuerdo, en la memoria de quienes lo reciben. El mensaje social es prácticamente seriado, se lo guarda en los libros, se lo repiten en grabaciones, películas o revistas. ²⁰

“MÚSICA”: Puede situar al oyente en un lugar o tiempo determinado, ambientar la acción para mayor realismo, describir el estado de ánimo de los personajes, indicar con toda claridad los cambios de escena o ser fiel remate de los hechos narrados. ²¹

“NOTA”: Se le puede denominar a la noticia en sí cuando ya ha pasado por la redacción, esta nota se redactará de acuerdo al noticiario en el que se transmita, la nota debe ser concreta y clara, sin tanto adorno para mejor asimilación del público radioescucha, también la redacción de la nota se puede y debe realizar de una manera impactante. ²²

“NOTICIAS”: Las noticias deben presentarse con imparcialidad y exactitud, la estación emisora debe asegurarse de que las agencias o medios de información les sirvan noticias fidedignas. El prototipo fundamental de la divulgación de noticias es permitir al público que conozca cuanto está ocurriendo, y que comprenda el sentido de los acontecimientos para que pueda formarse una opinión propia, y por lo tanto podrá permitirse toda aclaración a toda tendencia. ²³

²⁰ idem

²¹ Ortiz y Marchamalo. Op. Cit., p. 30

²² idem

²³ ibid, p. 49

“REDACCIÓN”: Nunca se debe empezar con una abreviatura, a menos que sea común y la comprenda la mayoría de los radioescuchas.

Resulta difícil para el radioescucha comprender una lista larga de números. Cuando es indispensable usar un dato estadístico o una cifra, se debe emplear una aproximación. La excepción de esta regla es cuando la cifra exacta es necesaria. ²⁴

“PERCEPTOR”: Se entiende por perceptor todo ser que entra en relación con un mensaje: El perceptor, en un máximo límite de abstracción, es el punto terminal del proceso de comunicación.

El ser humano recibe el mensaje porque, en primer lugar, conoce el código en que viene cifrado, en segundo lugar esa recepción es pasiva: Implica un esfuerzo de decodificación que siempre en el caso del ser humano, es también un esfuerzo de interpretación. ²⁵

“PÚBLICO”: Es un grupo social con el suficiente poder como para difundir mensajes a grandes mayorías, lo que significa una clara inserción en las intencionalidades mercantiles y propagandísticas en concebir al público por estereotipos y un empleo creciente de coartadas que vienen a justificar, especialmente ante los demás, el cotidiano que hacer de informar. ²⁶

“PÚBLICO”: El público es fundamental para los comunicadores, ya que según el tipo de público radioescucha que se tenga es el perfil que se debe dar a nuestro noticiero o programa. El público es lo fundamental y para él trabajamos. ²⁷

“PRODUCCIÓN”: En términos generales la producción será la presentación del programa para lo cual tenemos varios elementos como son: La voz, la cual será seleccionada de acuerdo al perfil del programa o noticiero a realizar. La música será cuidadosamente seleccionada, ya que es fundamental para llevar un ritmo del noticiero en general. ²⁸

²⁴ PRIETO CASTILLO, Daniel. Op. Cit., p.36

²⁵ idem

²⁶ idem

²⁷ idem

²⁸ Ortiz y Marchámalo Op. Cit., p. 53

“SONIDOS AMBIENTALES”: Empleados casi siempre como fondo de las escenas, acompañando al diálogo; su característica principal ha de ser el dar la sensación de permanencia o presencia en un lugar o momento determinado. ²⁹

“TIEMPO Y ESPACIO”: Son otros elementos que afectan a la percepción e interpretación del mensaje radiofónico. ³⁰

29 *idem*

30 *idem*

ANEXOS

ANEXO "A"

PLAZAS EN LA EMISORA XERFR AM 970 PRIMERA CADENA NACIONAL.

1.- DISTRITO FEDERAL	XEDF-AM 970 KHZ
2.- B.C. MEXICALI	XEPM-AM 1150 KHZ
3.- B.C. TIJUANA	XEKA-AM 950 KHZ
4.- CHIH. CHIHUAHUA	XEV-AM 880 KHZ
5.- CHIH. CD. JUÁREZ EL PASO	XFNA-AM 10 KHZ
6.- DGO. DURANGO	XEE-AM 590 KHZ
7.- GRO. ACAPULCO	XEAGR-AM 590 XHAGR-FM 105.3 MHZ
8.- JAL. GUADALAJARA	XEGAJ-AM 790 KHZ
9.- N.L. MONTERREY	XEMON-AM 1370 KHZ
10.- Q.ROO CANCÚN	XECAQ-AM 740 KHZ XHCAQ-FM 92.3 MHZ
11.- S.L.P. SAN LUIS POTOSÍ	XESMR-AM 710 KHZ
12.- SIN. CULIACÁN	XEEX-AM 710 KHZ
13.- SON. HERMOSILLO	XEYF-AM 1200 KHZ
14.-SON. NOGALES	XEHF-AM 1370 KHZ
15.- TAMS. NUEVO LAREDO	XENL-AM 1000 KHZ
16.- TAMS. TAMPICO	XEMTS-AM 780 KHZ
17.- VER. COATZACOALCOS	XECOM-AM 590 KHZ
18.- VER. VERACRUZ	XEAVR-AM 720 KHZ
19.- YUC. MÉRIDA	XEMO-AM 650 KHZ
20.- COAH. MONCLOVA	XHMS-FM 99.5 MHZ
21.- COAH. PIEDRAS NEGRAS	XHRE-FM 105.5 MHZ
22.- CHIS. TAPACHULA	XETS-AM 1000KHZ
23.- GTO. CELAYA	XEY-AM 130 KHL
24.- GTO. GUANAJUATO	XEFL-AM 90.7 KHL XHFL-FM 7.30 MHZ
25.- HGO. TULANCINGO	XHTNO-FM 9.4 MHZ
26.- MICH. LÁZARO CÁRDENAS	XHLZ-FM 93.9 MHZ XEXE-AM
27.- QRO. QUERÉTARO	XEVY-AM 50 KHZ
28.- SIN. MAZATLÁN	XEVZ-AM 947 KHZ

29.- TAB. VILLA HERMOSA

XEJA-AM 720 KHZ

"B"
PLAZAS DE LA EMISORA XEDF-AM 1500
SEGUNDA CADENA NACIONAL

PLAZA	SIGLAS
1.- ACAPULCO, GRO.	XEKJ-AM 1400 KHZ
2.-CD. JUÁREZ , CHIH.	XEWG-AM 1240 KHZ
3.- CD. OBREGON, SON.	XEOBS-AM 1070 KHZ
4.- CHIHUAHUA, CHIH.	XEFO-AM 880 KHZ
5.- CUERNAVACA, MOR.	XEASM-AM 1340 KHZ
6.- GUADALAJARA, JAL.	XEDRN-AM 1120 KHZ
7.- JALAPA, VER.	XHTZ-FM 98.9 MHZ
8.- LEON, GTO.	XECN-AM 910 KHZ
9.- MAZATLÁN, SIN.	XEFIL-AM 870 KHZ
10.- MEXICALI, B.C.	XEWV-AM 940 KHZ
11.- MINATITLÁN, VER.	XERM-AM 1430 KHZ
12.- NOGALES, SON.	XEXW-AM 1300 KHZ
13.- PUEBLA, PUEBLA	XEEG-AM 1280 KHZ
14.- PIEDRAS NEGRAS, COAH.	XEVM-AM 1240 KHZ
15.- POZA RICA, VER.	XHPMS-FM 107.1 MHZ
16.- TAMPICO, TAMPS.	XEJD-AM 1450 KHZ
17.- TECATE, B.C.	XEPAV-AM 1030 KHZ
18.- TEPIC, NAY.	XEKT-AM 1390 KHZ
19.- TORREÓN, COAH.	XEPIC-AM 1020 KHZ
	XEYD-AM 1410 KHZ

FUENTES

BIBLIOGRAFÍA

ALBA de la Selva, Alma Rosa

Radio e ideología

EDITORIAL EL CABALLITO

MÉXICO

2ª EDICIÓN, 1982

143 pp.

CASTILLO Prieto, Daniel

Discurso autoritario y comunicación alternativa

EDITORIAL PREMIA

MÉXICO.

1987

181 pp.

CORELLA Rebeil, María Antonieta

De la Rosa Alva Alma

Perfiles del cuadrante

EDITORIAL TRILLAS

MÉXICO

1989

314 pp.

CURIEL, Fernando

La telaraña magnética y otros estudios radiofónicos

EDICIONES COYOACÁN

MÉXICO

1997

463 pp.

GONZÁLEZ Reyna, Susana
Periodismo de opinión y discurso
EDITORIAL TRILLAS
MÉXICO
1991
179 pp.

KREIMERMAN Norma
Métodos de investigación para tesis y trabajos semestrales.
EDITORIAL TRILLAS
MÉXICO
REIMPRESIÓN 1992
132 pp.

KRIPPENDORFF, Haus
Metodología del análisis de contenido
Teoría y práctica
EDICIONES PAIDOS
MÉXICO
1990
279 pp.

LEÑERO, Vicente
Marín, Carlos
Manual de periodismo
EDITORIAL GRIJALBO
MÉXICO
1986
315 pp.

NEWMAN Jonh. F.
Periodismo radiofónico
EDITORIAL LIMUSA-WILEY S.A.
MÉXICO
1966
187 pp.

ORTIZ, Miguel Ángel
Marchamalo, Jesús
Técnicas de comunicación en radio
EDITORIAL PAIDOS; PAPELES DE COMUNICACIÓN 5
BARCELONA
1994
156 pp.

PÉREZ Hernández, Mario Alberto
Prácticas radiofónicas
EDITORIAL PORRÚA.S.A
MÉXICO
1996
221 pp.

PICK de Weiss, Susan
López Velasco de Faubert
Cómo investigar en ciencias sociales
EDITORIAL TRILLAS
MÉXICO
REIMPRESIÓN 1990
160 pp.

ROJAS Soriano, Raúl

Guía para realizar investigaciones sociales

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

MÉXICO

OCTAVA EDICIÓN 1985

160 pp.

ROMO Gil, Cristina

Introducción al conocimiento y práctica de la radio

EDITORIAL DIANA

3ª IMPRESIÓN, 1991

120 pp.

SILLER, Bob

Noticias por radio y televisión

EDITORIAL LIMUSA, S. A.

MÉXICO

1956

272 pp.

VÁZQUEZ, Marco Antonio

Candela, Sixto

El sonido de la radio

EDITORIAL UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO

MÉXICO

1988

213 pp.

ENTREVISTAS

ESCOBAR, SALVADOR

Locutor XEDF-AM

Organización Radio Fórmula

15 de julio de 1997

Duración: 45 minutos

JIMENEZ ROJAS, Guillermo

Locutor XERPM-AM

Organización Radio Fórmula

15 de julio de 1997

Duración: 1 hora

Montes de Oca, Adán

Operador XEDF-AM

Organización Radio Fórmula

19 de julio de 1997

Duración: 45 minutos.

SILVA FLORES, Germán

Productor de noticias

Organización Radio Fórmula

20 de septiembre de 1997

Duración: 10 horas

HEMEROGRAFÍA

EXCÉLSIOR

Roberto Ramírez

Tres estaciones de radio de DF pasaron a manos del Estado

21 de febrero de 1979

p. 11-b