

• Introducción

La comunicación.

Esta materia, forma parte del campo de conocimientos de lenguaje–comunicación, cuya finalidad es desarrollar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos lingüísticos, comenzando por el de la lengua materna, –español– en sus funciones informativa y poética (o artística o literaria), para posteriormente continuar con la comprensión de lectura de una lengua adicional –inglés o francés– y, finalmente, utilizar los conocimientos adquiridos en los análisis de los diversos sistemas y medios de comunicación.

En el caso de los códigos lingüísticos, se considera la lectura como el eje alrededor del cual se desarrollarán las demás habilidades de la lengua bajo la perspectiva del enfoque comunicativo. Para el manejo del código literario, la interpretación de éste se realizará tomando como base el análisis estructural (intratextual y contextual).

Por lo que respecta al análisis de los mensajes que transmiten los medios de comunicación masiva, se tomará como eje la interrupción de los mensajes transmitidos por los medios dentro de nuestra cultura, así como su importancia de la transformación de los procesos culturales. La comprensión de los códigos comunicativos y los procesos de comunicación que se dan a nivel social, son parte del conocimiento que sirve de base a los estudiantes para poder realizar los análisis de mensajes y ubicarlos en una posición crítica ante los medios.

Através del análisis de los diferentes códigos, el estudiante comprenderá que en la realidad se presenta codificada, lo cual le permitirá acercarse a conocimientos básicos de otros campos de conocimiento, de la cultura en general y acceder a aprendizajes más complejos.

• Justificación

Este trabajo tiene como intención que el estudiante analice el contenido de los mensajes transmitidos por la radio, a partir del reconocimiento de sus estructuras (tecnológica o material programática e ideológica), funciones y elementos, enfatizando su impacto en la comunicación interpersonal, grupal, social y en la cultura del país, con la finalidad de que adquiera habilidades lógico–metodológicas que le permitan asumir una postura crítica frente al papel que cumplen en la sociedad la radio y otros medios de comunicación.

Pretendiendo que el estudiante analice los mensajes que se transmiten por la radio, apoyado en métodos, técnicas y estrategias que le permitan reconocer sus estructuras, funciones y elementos, tomando como marco de referencia las representaciones ideológicas y el impacto social y cultural de los mismos, todo ello con el propósito de que ubique la intención del emisor y clarifique su papel de perceptor ante el medio.

1 LA RADIO

Este trabajo se pretende proporcionar al estudiante los elementos contextuales de la radiodifusión (ya que se ha visto en los programas de radio actuales que no se emplea la teoría aprendida); se ubican los antecedentes históricos tanto a nivel mundial como en México (este último con respecto a su organización económica y formas de dependencia con el extranjero), para comprender toda su estructura actual.

Comenzaremos por definir a la radiodifusión que es la transmisión, por medio de ondas hertzianas, de noticias, programas artísticos, literarios, científicos, etc., dirigida a los poseedores de receptores radioeléctricos. El número de estaciones emisoras de radio aumentó rápidamente en todo el mundo tras el desarrollo de los principios fundamentales de la radioelectricidad.

La modulación de la onda portadora de una emisión origina bandas laterales, por lo que, debido al riesgo de interferencias con emisiones vecinas, es necesario utilizar canales libres dentro del espectro de frecuencias. Las longitudes de onda reservadas a la radiodifusión son, en la categoría de largas, de 150 a 285 kHz, y para las medias, de 525 a 285 kHz. Para el reparto, entre los distintos países, de las ondas largas y medias, cuyo radio es limitado, el mundo está dividido en áreas independientes unas de otras.

En la actualidad existen casi 500 emisoras en Europa y una 4000 en Estados Unidos, país de la radio "libre", si bien en este último 800 de ellas están asociadas a una de las cuatro grandes redes (*networks*) distribuidores de programas y publicidad.

• ANTECEDENTES DE LA RADIO

Para conocer las características de la radio, a partir de sus diferentes aspectos, y poder así valorar su importancia en el sistema de comunicación pública, conviene referirnos a los antecedentes de la radio. De ahí que, en principio, debamos enfocar nuestra atención sobre la necesidad y determinación de buscar un medio de comunicación instantánea que fuera capaz de cruzar los océanos y recorrer los continentes.

Los descubrimientos científicos y técnicos se fueron acumulando a medida que los inventos se sucedían unos a otros. Todos pretendían solucionar el planteamiento central: lograr un medio de comunicación que fuera lo suficientemente práctico para responder a las necesidades políticas, económicas y militares de la época. La necesidad de disponer de los medios idóneos de comunicación rápidos y seguros que cubrieran largas distancias, se incremento considerablemente en la medida en que la sociedad se tornaba más compleja. Sin embargo, la inventiva humana es tal, que a través del tiempo y del espacio, el hombre ha mostrado una extraordinaria y novedosa forma para solucionar los problemas que le aquejan.

Ya en el siglo xix, la necesidad de disponer de un medio de comunicación que fuera capaz de atravesar rápidamente los océanos, era urgente para la sociedad occidental. La Revolución Industrial trajo consigo un ritmo acelerado. El intercambio comercial, el maquinismo, la aceleración de los procesos sociales y culturales, el cambio de los valores, etc., fueron factores que demandaban la búsqueda de los medios de comunicación a distancia.

La cadena de descubrimientos que hicieron posible la aparición de la radio como la conocemos hoy en día comienza, desde luego con el descubrimiento de la electricidad, que es la madre de todos los demás. Así, uno de los célebres investigadores del siglo pasado, fue Samuel F.B. Morse con su telégrafo (en 1931 Faraday descubrió que a través de] fenómeno físico de la inducción era posible transmitir señales), por su parte, el científico escocés J.C. Maxwell, en 1865 formuló matemáticamente, la teoría de las ondas electromagnéticas. Asimismo, en 1876, Alexandre Graham Bell y Thomas Watson darían al mundo el invento de mayor relevancia en esa época: el teléfono, capaz de transmitir la voz humana. El teléfono se dio a conocer en una exposición que conmemoraba el centenario del nacimiento de Estados Unidos.

En 1887, el físico alemán Henrich Hertz pudo comprobar experimentalmente los resultados teóricos de Maxwell. Además, demostró la existencia de las ondas electromagnéticas, lo cual le permitió crear un equipo con el que logró transmitir y recibirlas; de ahí que éstas se conozcan como ondas hertzianas (la conducción de las ondas electromagnéticas o hertzianas fue perfeccionada por el ruso Popoff en 1985).

Empero, los físicos concibieron a los principios de la radiofonía, más como un juguete que como un dispositivo susceptible de aplicación industrial.

2.2 HISTORIA DE LA RADIO

Como hemos podido percatarnos, los antecedentes de la radio previamente referidos establecieron unas bases firmes que hicieron posible la aparición de la radio. A principios del siglo xx, surge la brillante figura de

Guillermo Marconi (1873–1937), físico italiano, nacido en Griffone, quien se interesa por el estudio de las ondas hertzianas y después de algunos ensayos, lo hizo viajar a Inglaterra, donde realizó sus primeros experimentos. En 1897 estableció una comunicación inalámbrica entre Lavenock y Brean-Down (Canal de Bristol; distancia: 14 km). Por invitación del gobierno italiano, Marconi instaló una estación terrestre en La Spezia, destinada a comunicarse con los barcos italianos. En calidad de miembro del Instituto de Ingenieros Electricistas en 1899, leyó sus "Notas sobre telegrafía sin hilos". En 1901 logró establecer comunicación entre Cornwall y San Juan de Terranova (375 km), hasta que, a bordo del buque Filadelfia, captó señales de Poldhu a una distancia de 3000 km. Su invento hizo posible el desarrollo de la radiotelefonía y de la televisión. En 1909 obtuvo el Premio Nóbel. Fue elegido senador del Parlamento italiano en 1914, y años después se le concedió el título de Marqués.

Marconi es considerado como el inventor de la radio, pues fue él quien perfeccionó los instrumentos que otros habían desarrollado, sólo que agregó a su aparato una antena y una conexión en tierra con lo que logró transmitir y recibir señales por vez primera. La hazaña de Marconi quedó asegurada así para la posteridad.

Conviene destacar que a principios de este siglo nadie, incluyendo a Marconi, tenía idea del uso popular que muy pronto tendría la radio. Originalmente su uso primordial era para los barcos en alta mar. Estos transportes estaban desconectados de las comunicaciones terrestres. En abril de 1912, ocurrió el hundimiento del *Titanic* al chocar contra un témpano, mucha gente murió y esto provocó que el pueblo exigiera una legislación que implicara la utilización de la radio en las embarcaciones.

No obstante, fue hasta 1919 cuando empezó a funcionar la Radio Corporation of America (RCA), con lo que la comunicación inalámbrica pudo avanzar. Sin embargo, en todo ese tiempo, aún no se pensaba utilizar a la comunicación inalámbrica para efectos de entretenimiento. El primero en utilizarla para tal propósito fue el Dr. Frank Conrad, ingeniero de la Westinghouse en Pittsburg. Conrad impulsó a la radio como una forma de entretenimiento, ya que durante su tiempo libre y en su propia casa, reemplazaba en su aparato la clave Morse por un micrófono, así en vez de radiar puntos y rayas emitió música.

Frank Conrad utilizó el piano y el fonógrafo de su hogar, así como cualquier disco para sus emisiones. Esto trajo como consecuencia que quienes lo escuchaban se entusiasmaran con este nuevo uso. Con el tiempo se establecieron los medios técnicos, legales y económicos que harían de la radio un deleite para el hombre.

El nacimiento de la radio, no fue fácil ni definido. Este medio tuvo que buscar sus propias características y además lo hizo nuevamente al aparecer la televisión: hija de la radio.

Fueron los radioescuchas quienes le brindaron su apoyo al construir o adquirir un aparato receptor. A ellos no les importó que en las primeras emisiones una estación se 'encimara' sobre otra, produciendo un terrible efecto, y que además, después le agregaran una serie de molestos anuncios y canciones comerciales.

Poco a poco, la radio fue reglamentada, de tal manera que cada estación transmitiera en una frecuencia de onda, se estableciera una duración determinada para la transmisión de sus programas, etc.

La transmisión con fines de entretenimiento y como apoyo del comercio, prevalece hasta nuestros días. De ahí que al estudiar la historia de la radiodifusión, se pueda valorar la relevancia de ésta en su tiempo, y en el nuestro, pues debemos estar conscientes de la gran importancia que representa la radio como medio masivo de comunicación, que emite conciertos, relatos espeluznantes, óperas, peleas de box, juegos de beisbol, noticias, estado del tiempo, hora exacta del observatorio, resultados de las elecciones, etc.

2.3 LA RADIO EN MÉXICO

El inicio de la radio en nuestro país se dio a partir de que concluyó el movimiento armado de 1910, pues al consolidarse los grupos económicamente fuertes e iniciar el capitalismo una nueva etapa bajo las reglas de

juego que la Constitución de 1917 impuso, los grupos referidos impulsaron la industria de la radiocomunicación con capital nacional y mayoritariamente extranjero, dejando al Estado un papel secundario.

Esta industria se consolidó hasta el 18 de septiembre cuando se inauguró la XEW 'La Voz de América Latina', y se establecieron los lineamientos de la radiofonía nacional.

No obstante, México atravesaba en esa época por una situación que no favorecía en nada al desarrollo de la industria de fonógrafos, ya que no existía un número suficiente de radiodifusoras.

'La Voz de América Latina' nace con base en las experiencias de los pioneros de la radio, en el periodo en que el gobierno de la República sentaba las bases del nuevo Estado.

Al iniciar la W sus transmisiones, Emilio Azcárraga Vidaurreta inaugura la estación XEV, del puerto de Veracruz. Posteriormente integra a la cadena varias estaciones que se localizaban en el interior de la República Mexicana: XEFB en Monterrey, Nuevo León; XEE en Durango; XECZ en San Luis Potosí; XEHF en Nogales, Sonora; XEAM en Matamoros, Tamaulipas; XEBH en Hermosillo, Sonora; XEBO en Irapuato, Guanajuato; XEP en Ciudad Juárez, Chihuahua; XEBX en Aguascalientes; XEMU en Piedras Negras, Coahuila; XECL en Mexicali, Baja California, y otras que se fueron integrando más adelante.

Referirnos a la XEW equivale a recordar parte de la historia del México moderno, ya que ésta implica hechos de individuos que por su esfuerzo, talento y creatividad impulsaron la cultura. La XEW se había trazado tres objetivos fundamentalmente: el entretenimiento, la cultura y la información.

La anécdota de la primera emisión de la W es la siguiente. En el centro de la capital mexicana, en la planta baja del cine Olimpia, el 18 de septiembre de 1930, a las siete de la mañana, Leopoldo de Samaniego (primer locutor de esta radiotransmisora) anunció lo siguiente: "Amigos, ésta es la Y.EW, la Voz de la América Latina desde México". Fue todo un acontecimiento nacional en el que se dieron cita múltiples personajes de la industria radiofónica y musical.

Se inició el programa con la participación de la Orquesta Típica de Policía que dirigía Miguel Lerdo de Tejada; le siguió el guitarrista Francisco Salinas y posteriormente, el doctor Alfonso Ortiz Tirado quien interpretó algunas canciones del entonces joven compositor Agustín Lara y del maestro Manuel M. Ponce.

Durante los siguientes días los primeros locutores fueron cautivando a los radioescuchas. Pedro de Lille era el profesor de la voz radial con más experiencia. Los programas *La hora azul* y *Los aficionados* se convirtieron en promotores de nuevos valores artísticos. De ella surgieron varios artistas de la época, entre los que destaca Alfonso Sordo Noriega, considerado como maestro de la narrativa, porque fue uno de los locutores más atractivos en eventos sociales, deportivos, controles remotos y conciertos. Luis Cáceres Novelo destacó también por su mente ágil y su velocidad asombrosa para leer las noticias frente al micrófono. Otra figura destacada en esta especialidad y que a la postre se reveló como un gran actor, fue Arturo de Córdova; también destacaron Ramiro Gamboa, Dante Aguilar, León Michel, Ignacio Santibañez, Joaquín Grajales y muchos más.

Por lo que se refiere a la programación, es importante el programa de Jorge Marrón, mejor conocido como el doctor IQ. Son inolvidables también los comentarios y reportajes de Paco Malgesto.

Así, la W se incorporó al núcleo familiar de los hogares mexicanos. Sin embargo, aún faltaba llegar a otra meta, que se alcanzó dos días después de la inauguración: el primer control remoto a toda la República Mexicana y Estados Unidos que se realizó el 20 de noviembre desde el Cinema Imperial, con el programa *El gran concurso musical de vals Ann Harding*. El concurso tenía la finalidad de encontrar el vals que se convertiría en el tema de la película íntimo *secreto* cuya protagonista era Ann Harding.

Este programa reunió por vez primera a cinco célebres compositores: Alfonso Esparza Otero, Juan Arvizu, Agustín Lara, Jorge del Moral y Fernando Vázquez Vargas.

Después de dos años, la XEW inicia una nueva etapa al llevar a cabo la primera representación radiofónica de la famosa obra de José Zorrilla *Don Juan Tenorio* y muy en particular debido a que sale al aire la primera radionovela, *Los tres mosqueteros*, dando así una nueva imagen y personalidad a la estación. Luego siguieron *Los Pérez García*, *San Martín de Porres*, *Magdalena*, *Felipe Reyes*, *Juanita Santos*, *Gutierritos*, *Una flor en el pantano*, *Impaciencia del corazón*, *El derecho de nacer* y *Chucho el roto*, esta última alcanzó la marca mundial por permanecer en el aire durante ocho años, en los que se transmitieron 11 350 capítulos.

En la década de los años cuarenta –cuando las clases media y alta se establecen al sur–poniente de la ciudad, donde surgen las colonias Anzures, Polanco, Del Valle, Narvarte–, la radiodifusora pasaba por una fase de gran éxito. Surgieron varios cómicos, uno de los más relevantes impulsores del humorismo fue Arturo Manrique Elizondo Panseco, destacan Ferrusquilla, en el papel de Don Celso Boquerones en *La Banda de Huipanguillo*; Jesús Martínez Palillo; Manolín y Shilinski; Cuca Escobar *La telefonista indiferente*; Joaquín Pardavé; Régulo y Madaleno y otros.

La estación fue creciendo, razón por la cual fue necesario disponer de todo un edificio, por lo que en el mes de septiembre de 1943, don Emilio Azcárraga Vidaurreta colocó la primera piedra del recinto que originalmente se había destinado para la XEW con el nombre de Radiópolis, localizado entre la avenida Chapultepec y la calle del doctor Río de la Loza en la Ciudad de México.

Durante la década de los años cincuenta fallecen la compositora María Greever en Nueva York; el 30 de noviembre Ernesto Cortázar y el cinco de diciembre Jorge Negrete (1953); en 1957 Pedro Infante muere en un accidente aéreo.

El desarrollo de la radiodifusión es continuo y desde luego en ninguna estación se ha detenido. Obviamente la W no es una excepción, pues cada día se esfuerza por mejorar y renovar su imagen, pero sin cambiar los objetivos fundamentales establecidos desde sus inicios: no ser sólo un medio de comunicación sino funcionar en calidad de lazo de unión familiar con programas que manejen problemas de actualidad y relacionen a los miembros de la familia y produciendo mensajes de carácter social que conlleven intrínsecamente el entretenimiento.

2.4 LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO

Géneros de los programas radiofónicos

La preparación de un programa de radio implica partir de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar, de la temática que deseamos abordar o bien de una estructura previamente determinada; de ahí que es necesario conocer a fondo los distintos géneros radiofónicos para saber qué recursos nos ofrecen y cuál es el más adecuado para nuestro proyecto.

Podemos clasificar los programas de radio en dos grandes géneros: los musicales y los hablados; evidentemente los últimos son los más importantes, puesto que permiten expresar ideas y transmitir mensajes; aun cuando tengan música –en un papel complementario–, la herramienta fundamental será la palabra.

Así, se puede establecer una clasificación muy elemental de los programas hablados, la cual se basa en el número de voces que participan. Las tres formas de escribir un programa de radio son:

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

3. En forma de drama.

El programa escrito en forma de monólogo es el más común. Su forma más frecuente es la charla radiofónica individual. Ésta es la forma que ofrece menos problemas de producción, sin embargo puede resultar monótona y limitada.

El programa escrito en forma de diálogo requiere de la participación de dos o más voces. Por razones obvias, dos es el mínimo de participantes para establecer un diálogo; no obstante, también pueden participar siete u ocho personas. En este tipo de programas se incluyen diversos formatos tales como la entrevista, la mesa redonda, el diálogo didáctico, el radioperiódico, el reportaje, etc. Aun cuando la producción de un programa escrito en forma de diálogo resulta más difícil, es más radiofónico y desde luego resulta más atractivo e interesante, debido a la variedad de voces. Así, mientras el monólogo es más unilateral, el programa dialogado permite manejar muchas de las facetas de diversos temas.

Los programas escritos en forma de drama (radiodramas) podrían considerarse de alguna manera como una variante dentro del género dialogado por el hecho de utilizar varias voces. Sin embargo, presentan ciertas características tan propias y diferentes que le separan de la forma dialogada, pues fundamentalmente desarrollan una historia, una anécdota, una situación concreta, con personajes dramáticos, los cuales son encarnados por actores.

Se considera que los programas dramatizados son los más atractivos por su estructura dinámica, aun cuando sean los más difíciles de realizar, ya que se necesita un buen escritor dramático y un mayor dominio de las técnicas de composición radiofónica. Además, su producción implica contar con actores, musicalización, montaje sonoro, etc.

Los formatos radiofónicos

La clasificación anterior de los programas hablados (monólogo, diálogo y drama) es muy elemental, si consideramos que es factible distinguir una amplia variedad de formatos.

A continuación enumeramos los formatos, sin pretender agotarlos, en la inteligencia de que éstos no son normativos ni exhaustivos.

Así, los doce siguientes modelos más clásicos y usuales en el ámbito de la radio son:'

1. La charla:

- a) expositiva
- b) creativa
- c) testimonial

2. El noticiero (formato noticia)

3. La nota o crónica

4. El comentario

5. El diálogo:

- a) el diálogo didáctico

b) el radio–consultorio

6. La entrevista informativa

7. La entrevista indagatoria

8. El radioperiódico

9. La radiorrevista (programas misceláneas)

10. La mesa redonda

11. El radiorreportaje:

a) en base a documentos vivos

b) en base a reconstrucciones (relato con montaje)

12. La dramatización:

a) unitaria

b) seriada

c) novelada

Conviene destacar que algunos de los formatos previamente referidos, tales como la charla, la noticia, la entrevista o la dramatización son comunes en América Latina. Sin embargo, otros, como el radiorreportaje, se usan poco en nuestra región, en cambio, son ampliamente utilizados por la radio educativa en otros países; aun cuando nada impide que los adoptemos, considerando sus excelentes cualidades de lenguaje radiofónico.

Acontinuación se presenta la definición y descripción correspondiente a cada uno de estos formatos:

1. LACHARLA

Consiste en un discurso o monólogo, generalmente breve. Debe ser oída con atención y no exceder de cinco minutos.

Este formato tiene tres variantes que son:

a) *La charla expositiva*. Es una forma usual, sencilla y económica que tiene por objeto divulgar conocimientos, dar consejos, etc.; no obstante es la menos radiofónica.

Existe además la charla radiofónica a dos voces, que consiste en escribir un texto similar al que leería una sola persona pero éste se reparte entre dos locutores (generalmente una voz femenina y otra masculina) los cuales se alternan un párrafo cada uno.

La finalidad de este recurso es romper la monotonía de la emisión. Aun cuando se utilicen dos voces, se trata todavía de una charla, pues no hay en realidad un intercambio de ideas entre los dos lectores: se trata sólo de dos locutores, no de interlocutores. Se trata prácticamente del mismo monólogo pero leído a dos voces.

Otro recurso para impedir la fatiga del radioescucha se denomina cortina musical; consiste en hacer breves

pausas de la charla expositiva en las que se presenta música en forma arbitraria. Este recurso no es recomendable ya que distrae el tema, restando unidad y ritmo al discurso.

b) *La charla creativa*. Este tipo de charla es fundamentalmente vivencias, puesto que se establece con el receptor una comunicación humana, que propicia una respuesta personal. Su contenido y forma no tienen la finalidad de comunicar una información, sino transmitir una vivencia tal, que despierte en el oyente el deseo de participar en forma responsable.

c) *La charla testimonial*. Género válido y eficaz en el que alguien habla y refiere su propia experiencia directa, por ejemplo: "Yo viví en ese lugar"; "Tuve la experiencia de...".

No necesariamente es un libreto escrito sino se trata de la expresión espontánea, esto es, el relato de alguien que refiere determinada situación que ha experimentado o que está experimentado y que hace una reflexión sobre la misma.

2. EL NOTICIERO: LA NOTICIA

El término noticiero informativo se refiere al servicio continuo de una emisora, que se ofrece a ciertas horas, cuya unidad es la noticia: información sintética y escueta de un hecho que se expone usualmente en menos de un minuto, y que carece de comentarios y detalles. Por ejemplo: un terremoto que ocurrió en determinada parte del mundo.

Así, el conjunto de noticias sucesivas se llama noticiero.

3. LA NOTA, LA CRÓNICA

A diferencia de la noticia, la crónica consiste en la información detallada de un hecho, que se da en un periodo de tres a cinco minutos. Aun cuando carece de comentarios u opiniones personales, incluye tanto los antecedentes y detalles del hecho como los elementos de juicio.

Por ejemplo, respecto al terremoto previamente referido, se comenzará por detallar la ubicación geográfica del país en el caso de ser nuevo y poco conocido; posteriormente se continuará con todos los pormenores del sismo señalando el epicentro, su intensidad en grados, etc.

4. EL COMENTARIO

El comentario implica un análisis y la opinión correspondiente al hecho que se comenta. Pretende, además de proporcionar información, orientar al radioescucha e influir a favor de cierta interpretación del hecho, a la que considera justa y correcta. El comentario elogia o censura, aprueba o desaprueba.

5. EL DIÁLOGO

Hay dos clases de diálogos según los fines.

a) *El diálogo didáctico*. Es uno de los recursos más sencillos, se puede

producir sin demasiados detalles técnicos; no obstante, resulta interesante, dinámico y eficaz. Por ejemplo: un geólogo que dialoga con un comentarista explica la forma y naturaleza del globo terrestre utilizando un lenguaje sencillo.

b) *El radio consultorio*. Es un programa que se realiza con base en las consultas de los radioescuchas, quienes formulan por carta o por teléfono;

por ejemplo: un programa donde se consultan problemas personales, de salud, de asuntos jurídicos, etc. Este tipo de programas ofrece la posibilidad de informarse sobre diversos aspectos de interés general, aunque de una manera parcial y fragmentada ya que muchas veces resulta difícil profundizar en alguno de los temas inquiridos.

6. LA ENTREVISTA

Es un diálogo fundamentado en preguntas y respuestas, donde el entrevistador—persona reconocida en el medio—, interroga al entrevistado, sobre algún tema de interés general, este último responde las preguntas, y así aporta su opinión o testimonio que supuestamente interesa al radioescucha.

Aun cuando la entrevista es por lo general individual (un solo entrevistado y un entrevistador), también puede ser colectiva (se entrevista simultáneamente a dos o más personas o los entrevistadores también son más de uno o ambos casos). Por ejemplo, a los actores de una película, a los integrantes de un grupo musical.

Es costumbre grabar estas entrevistas antes de ser transmitidas; aunque también se puede transmitir 'en vivo'. Cuando las entrevistas se graban, se les puede editar. Lo más usual es que la entrevista forme parte de un programa, por ejemplo, el radioperiódico, la radiorrevista, el radioreportaje, donde la entrevista es uno de los elementos que integran la emisión.

7. LA ENTREVISTA INDAGATORIA

Consiste en invitar a una personalidad (un escritor, un político, un deportista, etc.), a la que se le someterá a un interrogatorio exhaustivo acerca de un tema de actualidad con el que esté relacionada. Las preguntas pueden ser polémicas; previamente el periodista suele obtener opiniones adversas y con base en ellas, elabora las preguntas. En este tipo de entrevista se dispone de suficiente tiempo para formular numerosas preguntas, porque generalmente no es parte de un programa, sino es un programa en sí mismo.

8. EL RADIOPERIÓDICO

Al igual que un periódico escrito, se desarrollan diversas secciones: noticias nacionales, noticias internacionales, política, economía, cultura, espectáculos, sección agropecuaria, sección laboral y gremial, deportes, humor, etc. Además de las informaciones, el radioperiódico ofrece crónicas, análisis, comentarios de opinión, etc., incluso se da un editorial.

También incluye entrevistas acerca de diversos aspectos de actualidad.

Sus integrantes son un equipo de periodistas especializados, que encargados de elaborar las diversas secciones. Su transmisión es diaria y en un horario fijo. (Algunas secciones pueden presentarse sólo una o dos veces por semana.) Tiene una duración de aproximadamente una hora, sin que resulte tedioso, ya que la variedad de sus secciones hace el programa ameno, manteniendo así el interés del radioescucha durante toda la emisión.

• LA RADIORREVISTA (programas misceláneos)

La radio emite una amplia gama de programas hablados a los que se les denomina miselaneos. Debido a la gran diversidad de temas y secciones con que cuenta no son fáciles de definir.

Sin embargo, en estos programas suele participar uno o dos conductores para amenizar la emisión. Asegurando la unidad de la misma, incluyendo notas de modas, recetas de cocina, belleza, horóscopos, etc,

• LAS MESAS REDONDAS

Son programas en los que participan dos o más invitados para ofrecer a la audiencia, el análisis de un problema.

Generalmente, los invitados son especialistas en el tema, objeto de discusión, pero puede participar asimismo en la mesa redonda el hombre común, particularmente, aquel en que en cierta manera está experimentando el problema.

11.EL RADIORREPORTAJE

Un radioreportaje es una especie de monografía relativa a un determinado tema.

Dentro de la radio, cumple una función informativa semejante a la que cumple en el cine la película documental.

El radioreportaje se presenta con base en documentos vivos o en recreaciones (relato con montaje).

12. EL RADIODRAMA

Es el programa radiofónico que presenta una historia real o imaginaria, en la que los personajes hablan por sí mismos, a través de las voces de los actores que los encarnan. En el radiodrama, el radioescucha se siente parte de ella.

Podemos distinguir tres tipos de radiodramas:

a) *Unitario*. La acción se inicia y concluye en una sola emisión.

b) *Seriado*. Cada capítulo presenta una historia independiente, que se puede entender sin necesidad de haber escuchado las anteriores.

c) *Radionovela*. Es un relato que se presenta en varios capítulos, con una trama continuada.'

Música, sonido y efectos

Conviene destacar que la radio, aun hablaba, no es sólo palabra, ya que normalmente hay música y sonidos, pues con ello se compensa la unisensorialidad del medio. Por ello, es preciso incluir en las emisiones, una amplia gama de imágenes auditivas. No debemos perder de vista que mediante el oído se puede hacer que el radioescucha "vea" y "sienta" las cosas.

Así, la producción de tales imágenes auditivas, la música y los sonidos se convertirán en valiosos auxiliares. Los sonidos permitirán que el radioescucha imagine lo que se le describe; la música coadyuvará a experimentar las emociones que se pretende comunicarle.

LA MÚSICA

Dentro de una emisión radiofónica, la música es el principal promotor para el consumo de producciones discográficas; además, éste tiene cinco funciones diferentes: gramatical, expresiva, descriptiva, reflexiva y ambiental.

Gramatical. Esta función equivale a un signo de puntuación y se utiliza en programas expositivos, por ejemplo en un radioreportaje, donde se insertan fragmentos de música para separar secciones o bloques al pasar de un asunto a otro, o para separar dos párrafos de un mismo bloque o sección.

En los radiodramas, se utiliza la música para separar las escenas, marcar los traslados de lugar y las transiciones de tiempo. Equivale al telón en el teatro, entre un acto o cuadro y el siguiente.

Resumiendo, la música se intercala con objeto de marcar las diferentes fracciones de que está integrada la emisión y para establecer las diferencias entre unas fracciones de otras.

Expresiva. Esta función de la música, además de separar escenas o pasajes, comenta lo escuchado, coadyuva a suscitar un clima emocional, es decir, crea una atmósfera sonora. La cortina que da fin a una escena, puede ser alegre o triste, plácida o agitada; épica o lírica; melancólica, vivaz, tensa, fúnebre; sugerir esperanza o abatimiento; dar la sensación de ser sombría o de luminosidad; de ahí que el comentario musical permita crear en torno a las palabras, un ambiente peculiar requerido para provocar en el radioescucha, cierta identificación emocional.

Por lo anterior, conviene que en los libretos no se indique simplemente "música" o "cortina musical", sino que se precise el tipo de música requerida, es decir, la atmósfera en particular que se necesita crear.

Además de subrayar el clima emocional de las situaciones también describe el clima emocional y el carácter de los personajes. Por ejemplo, en una escena cuyo personaje central tiene la característica de ser fraternal, servicial, solidario, se insertará una cortina musical que sugiera cierta ternura; en otra escena donde aparece un personaje con características de maldad, se subrayará esa personalidad con una cortina musical que acentúe esas características.

Obviamente, en el radiodrama la música juega más la función expresiva, aunque también se puede utilizar la atmósfera que la música sugiere en un radiorreportaje, un relato con montaje, una charla vivencias, etc.

Descriptiva. La música puede describir un paisaje e inclusive darnos el decorado de un lugar; de ahí que si se desea ubicar la escena en un país determinado, basta con recurrir a un tema musical típico de ese país; si es necesario referirse a una época pretérita, la música de esa época podrá ambientar y situar al oyente. Si se desea presentar una escena a la orilla del mar, seguramente la música descriptiva y poética de La mer de Debussy sería la más adecuada; cuando se desea recrear la alegría de una fuente cantarina con sus juegos de agua, podría ser descrita con un pasaje selecto de *Las fuentes* de Roma de Respighi, etc.

Reflexiva. Esta función de la música permite recapitular al oyente lo que acaba de escuchar; permitiéndole reflexionar al respecto, antes de seguir escuchando la historia o la exposición. Frecuentemente, en un radiodrama al concluir una escena en la que los personajes llevaron a cabo una discusión rica en contenidos, se acostumbra poner una cortina musical larga, de tal manera que los oyentes, reflexionen por un momento en lo que acaban de escuchar. Asimismo, se hará lo correspondiente en un radiorreportaje, después de una entrevista en la que el entrevistado ha referido algo nuevo y relevante.

Ambiental. La función de la música ambiental es la de acompañar, en un segundo plano, a una escena que la contiene, como podría ser el caso de un parque de diversiones en el que seguramente se escuchará la banda de circo, o bien la melodía que acompañaría a un carrusel; en una fiesta, se escucharía la música con la que están bailando los personajes; en un concierto se oír la música que se ejecuta.

LOS SONIDOS Y EFECTOS

El sonido y los efectos constituyen el decorado radiofónico; si escuchamos el ruido de tránsito, nos situamos en medio de una arteria de mucho tráfico; si se oye un galopar, en nuestra mente recrearemos la imagen de un caballo; si se escucha una sirena, reproduciremos la imagen de una ambulancia, de una patrulla, o bien de un carro de bomberos que se dirige a apagar un incendio.

Ahora bien, los sonidos, al igual que la música, tienen determinadas funciones que se describen a

continuación:

Ambiental y descriptiva. Éste es el caso de ciertos sonidos de fondo que se insertan en una escena en la que se escucha un diálogo. Los sonidos deberán tener un volumen bajo de tal manera que las voces se puedan percibir con claridad. Sin embargo, el sonido tiene que estar presente. Por ejemplo, si la escena ocurre en una noche, en medio del campo, se dará la impresión de realidad con el canto de los grillos; si se escucha el murmullo de los comensales, el ruido de platos, cubiertos y copas, nos ubicaremos en un restaurante; los aplausos, risas y comentarios nos situarán en el interior de un teatro, etc.

Expresiva. La función expresiva de los sonidos consiste en retratar una realidad tal, que cobra un gran valor comunicativo, influyendo de manera determinante en el estado de ánimo; por ejemplo: si la escena ocurre en medio del silencio de la noche y se escuchan las pisadas furtivas que se arrastran, y se acercan, deteniéndose bruscamente, pueden sin lugar a dudas, contar por sí solas un hecho, aun cuando no se escuchen palabras.

Así, al escribir un libreto, se deben señalar los sonidos, tanto para describir la escena, como para crear la atmósfera idónea. No obstante, se debe tener cuidado pues el exceso de efectos de sonido hace la emisión "pesada" y confusa.

Narrativa. Esta función de los sonidos puede servir para vincular una escena con otra. Por ejemplo: si escuchamos el arranque de un automóvil que luego se va alejando hasta perderse y posteriormente escuchamos la llegada del automóvil que se detiene; inferimos que el personaje que en la escena anterior partió en automóvil y ahora ha llegado a su destino.

También puede ocurrir que se escuche el sonido de una lluvia torrencial, suene la campana del reloj de una torre, anunciando las dos. Posteriormente se desvanece el ruido y viene el silencio. Se oye el canto de un gallo, seguido de trinos de pájaros. Lo anterior nos permite imaginarnos que la tormenta ha cesado y que ahora estamos frente a un tranquilo amanecer.

Ornamental. La función ornamental es aquella que implica sonidos accesorios que se agregan para dar color. Por ejemplo: un abrir y cerrar de puertas un tanto impersonal, se puede enriquecer si además le agregamos el ruido que producen las campanillas que algunas casas suelen tener en sus puertas; de esta manera, le damos un toque de color y calidez a la entrada de nuestro personaje al interior de una casa.

Orientación acerca de la redacción de un guión radiofónico

La tarea de escribir un guión radiofónico puede resultar difícil si se carece de los conocimientos y experiencia del lenguaje radiofónico, razón por la cual conviene tomar en consideración los siguientes lineamientos:

En principio, debemos estar conscientes que la radio es un medio destinado a un solo sentido, el oído, lo cual implica la necesidad de utilizar voces, música y sonidos que capten la atención del auditorio. Además, no debemos perder de vista que al entrar el mensaje por un solo sentido es muy frecuente la distracción, pues al escuchar la radio generalmente se realizan otras actividades. Cuando se escribe el guión, quizá convenga utilizar el recurso de la repetición; así, si el radioescucha no captó el mensaje originalmente, por algún motivo, se reforzará mediante la repetición.

Ahora bien, en la estructura ideal de un programa conviene incluir una introducción en la que se sintetice lo que se va a decir, el desarrollo de las ideas y una síntesis final.

Por otra parte, como el auditorio de la radio es diverso y el tiempo nos marca un límite para lo que deseamos decir, debemos estar conscientes que cada programa tiene una duración específica.

No debemos saturar al oyente con demasiada información, ya que esto puede propiciar que apague la radio.

Veamos ahora las características de un guión radiofónico, el cual tiene un formato especial que permite facilitar el trabajo (que se realiza en equipo). Una vez escrito el guión, se pasa a la producción, donde un realizador, los locutores involucrados y un operador lo convertirán en un producto listo para pasar al aire.

Se presenta el guión en una hoja dividida en dos columnas. La de la izquierda, que ocupa ocho centímetros, sirve para señalar las intervenciones del operador y los locutores, y en la de la derecha, se escriben tanto el texto (en mayúsculas), como las indicaciones de carácter técnico para el operador (en minúsculas).

La música instrumental se combina con los efectos correspondientes para evitar que el radioescucha se aburra; de esta manera lo involucramos en el programa y permitimos que su imaginación intervenga en la emisión.

Los efectos le dan vida al programa, manteniendo el interés del auditorio, pues le permiten crear imágenes auditivas y motivan a participar; mientras tanto, la música está cumpliendo las funciones psicológicas, de contexto y gramaticales.

Al escribir el guión, se puede sugerir el tipo de música o el nombre exacto de la melodía que se desea incluir.

Además, el guión cuenta con un apoyo básico que son las voces de los locutores, es decir, los lectores del guión. Ellos suelen dar diversos tonos a la voz (grave, triste, alegre, pausada, etc.), o bien, darle diversos timbres jarocho, yucateco, norteno, infantil, senil).

Cuando en el guión se incluye una dramatización, se puede solicitar que lo lean locutores-actores. Si no es así, se puede optar por combinar voces masculina y femenina, o únicamente masculinas o solamente femeninas.

Un locutor lee aproximadamente de 144 a 150 palabras por minuto, las cuales equivalen a media hoja tamaño carta.

Veamos ahora cómo se organiza un guión radiofónico, el cual como cualquier investigación requiere de un plan.

El plan implica desde luego la selección del tema; se elabora un esquema, que puede ser un modelo tan sencillo, que conste de una introducción, el desarrollo de dos a tres ideas y la conclusión correspondiente.

Se debe tener siempre presente que la radio tiene sus limitaciones de tiempo. Si se dispone de 15 o 30 minutos, es preciso decir todo lo importante sobre el tema y desarrollarlo en dos o tres ideas, puesto que si se agregara más información, no la captarían los oyentes.

Un programa de quince minutos equivale a 6 o 7 cuartillas aproximadamente, mientras que uno de 30 minutos abarca entre trece y catorce cuartillas escritas en formato radiofónico.

Todo inicio de programa deberá ser original e interesante, pues introduce al radioescucha al tema. Obviamente, el desarrollo deberá ser fluido y el final breve, vigoroso y sintético.

Conviene destacar que nunca se debe considerar que el radioescucha sabe lo que está hablando, inclusive en series de programas, se necesita dar los antecedentes.

En la medida de lo posible se debe procurar contestar información con respuestas al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y el por qué del asunto.

Ahora bien, la redacción del guión radiofónico no deberá parecer una charla amistosa entre el guionista y el oyente desconocido. Se puede conversar utilizando un lenguaje coloquial, pues el guión debe fluir en las voces de los locutores de tal suerte que resulte tan natural como una conversación muy amena, y éste será el punto de partida que nos conducirá hacia una buena redacción, es decir, aquella cuyas características son la claridad, sencillez, precisión, concisión y naturalidad.

Cuando nuestra redacción es clara se expresan nuestras ideas en forma ordenada y el radioescucha las comprende cabalmente. Esto significa que hemos utilizado un lenguaje sencillo y coloquial. En caso de usar términos técnicos, se deben explicar.

Nuestro guión será preciso cuando evitemos la palabrería, las frases ampulosas, discursivas, los adjetivos que además de ser innecesarios, no dicen nada.

Además, el guión resultará conciso si usamos frases cortas, de entre tres y dieciocho palabras en promedio.

Finalmente, se es natural, cuando se hace uso del léxico e ideas propias. El radioescucha se percata de inmediato cuando los términos que utilizamos no son propios porque se oyen ridículos y afectados.

Conviene referir hechos, anécdotas, mencionar a personas conocidas o situaciones que sean del interés del oyente.

Es preferible olvidarse de la redacción técnica, aunque no así del vocabulario profesional. Se deben manejar las cifras redondeadas y tanto mejor si se ponen porcentajes o se usan comparaciones. Conviene destacar a los nombres que no son relevantes, y evitar las abreviaturas.

El uso de los verbos en presente y antepresente se refiere a la actualidad, lo que da la sensación de que el hecho ocurre en este preciso momento.

Como las citas no se ven, es necesario advertir al oyente dónde se inician y dónde terminan las ideas textuales.

Se deberá evitar el abuso de estadísticas, pues el auditorio se aburre y no dispone de tiempo para razonarlas. Nunca se iniciará un párrafo con nombres ni con números, ni con gerundios; lo que exige que para mantener la atención del auditorio se use la imaginación y la creatividad, con apoyos de música y efectos sonoros, de tal manera que se atraiga al oyente.

En lo que respecta a aspectos de forma, en el guión se usarán tres puntos suspensivos el lugar de punto y seguido o bien para iniciar las pausas del guión.

Al escribir el guión en el formato, no se deberán cortar las palabras, ni los párrafos al terminar la hoja. Esto con el objeto de ayudar al locutor y al realizador, de tal manera que la producción sea fluida y sin errores continuos.

Posteriormente, se reescribe el guión y se lee en voz alta. Generalmente, un guión queda listo en la segunda versión. Es recomendable subrayar las palabras o frases que se desea subrayar, para que el locutor les dé una mayor entonación.

Así, al probar el programa, conviene prestarle atención como lo haría un radioescucha. De esta manera se podrán reconocer los problemas del guión lo que permitirá mejorar los detalles.

En resumen, la radio es un medio de comunicación sensorial, razón por la cual al escribir, debemos estar conscientes que nuestro auditorio puede aburrirse y cambiar de estación. Esto debe alertarnos en que no sólo se puede perder la atención del radioescucha sino su preferencia.

En un guión se deben utilizar todos los recursos dirigidos al oído: voces, música, efectos, cuyo límite es solamente la imaginación.

Es preciso ser claros desde la planeación y la organización del guión, de tal manera que el programa lo refleje. Es preciso que las ideas sean concretas para poder redactarlas así. Dos o tres ideas son suficientes para transmitir lo más relevante.

Al redactar, se deberá contemplar el buen estilo e incluir un final atractivo para dejar un grato recuerdo en el auditorio.

Al terminar de escribir el guión, se debe volver a leer en voz alta y después, cuando el programa pase al aire, se deberá escuchar atentamente, pues uno mismo puede convertirse en el más alto crítico radioescucha. De esta manera se irán mejorando cada vez más los siguientes guiones.

3. ELECCIÓN DEL MEDIO

• IMPACTO

Los numerosos y complejos factores de carácter psicológico que ofrece la radio son:

1. Debido a sus características físicas emite solamente sonidos (voces, música, efectos sonoros), en consecuencia sólo tiene acceso a un sentido, el oído, las restricciones de la radio consisten en la carencia de imagen visual por lo que:

– Carece de "fuerza de lo permanente" que tiene la palabra escrita. – No existe evidencia de la reacción en el flujo sonoro.

2. El mensaje de la radio es un tanto fluido; de ahí que la ceguera involuntario del radioescucha propicie su distracción sensorial, particularmente visual.

3. La radio provoca la sugestión del auditorio pues cuando se emite un mensaje, el oyente echa a volar su imaginación, en la cual influyen,

obviamente, sus circunstancias, su formación, medio ambiente, etc., por este motivo le da una interpretación propia formándolo de acuerdo con su fantasía.

4. Un mensaje radiofónico está en el terreno de lo abstracto; esto propicia que el auditorio capte los conceptos desde el punto de vista intelectual.

5. La radio produce introversión. Esto significa que un programa es dirigido a un individuo de manera personal, al menos es lo que el radioescucha siente, medita y piensa. La imagen visual, a diferencia del mensaje radiofónico, produce extroversión, la cual disipa la atención. La radio puede propiciar el aislamiento con la consecuente individualidad; de ahí que este medio invite a la soledad.

6. El auditorio de la radio no necesita de un entrenamiento especial para recibir el mensaje, pues ni siquiera se necesita saber leer y escribir, lo cual permite el acceso a los analfabetos.

7. No existe la reacción colectiva frente a un aparato receptor, aun cuando sean millones los oyentes de una misma transmisión.

Empero, las características psicológicas de la radio se pueden modificar, dependiendo de la actitud del oyente frente a la radio.

Conviene destacar que oír es un acto pasivo y automático, en tanto que *escuchar* conlleva una atención activa que formula interrogantes y sugiere respuestas, anticipándose a una acción futura. Así, oír pone en juego solamente a los conductos del oído, mientras que escuchar implica a todo el circuito del pensamiento.

Kurt Schaeffer plantea cuatro actitudes en el oyente: "Oír, que es tanto como percibir simplemente; ESCUCHAR, que supone una actitud activa; ATENDER, que lleva implícita una intencionalidad, y COMPRENDER, como resultado combinatorio de escuchar y atender, cuya finalidad es asimilar'."

• INFLUENCIAS

Desde esta perspectiva, la radio ha evolucionado merced a la influencia, sobre todo técnica, de otros elementos ajenos a ella. Desde luego, la radio surgió como un medio de comunicación bidireccional, ya que su función era establecer un vínculo entre dos sujetos alejados físicamente que necesitaban estar constantemente en comunicación, por ello, emisión y recepción operaban en ambos sentidos.

En 1916, David Sarnoff concibió la posibilidad de convertir la radio en un medio masivo, dado que los avances técnicos así lo permitían. Fue así como la radio perdió su bidireccionalidad, convirtiéndose en un medio unidireccional. La recepción se tornó más pasiva, lo que a su vez provocó que se perdiera el sentido comunicativo; sin embargo, al crear situaciones sociológicas diferentes, el auditorio se reunía para escuchar la radio.

Conviene destacar que la unidireccionalidad de la radio no se dio únicamente en el sentido físico de la transmisión de la señal –no existe ninguna retroalimentación–, sino también en la comunicación de mensajes, porque sólo se incluyó el punto de vista del emisor, sus ideas y su código.

Así, para que el receptor pueda manifestarse también, es necesario que el emisor establezca los mecanismos correspondientes a través de otros canales, para propiciar la retroalimentación, por ejemplo a través de llamadas telefónicas a la estación de radio.

Ahora bien, el surgimiento de la televisión redujo la importancia de la radio. Empero, la invención del transistor y su aplicación a la radio le dio a ésta una nueva característica a su favor; puesto que la radio se tomó portátil, se pudo escuchar en cualquier parte. Esto dio a la radio un nuevo auge, incluso en la programación que se ha abocado a las necesidades individuales de las personas según las distintas horas del día. Se emiten diversos programas de radio que implican múltiples actividades.

Antes la radio era un aparato de recepción estático y familiar, mientras que ahora es un medio de recepción móvil y personal. Aunque todavía tiene posibilidades de llegar a todos los miembros de la familia, incluso cuando no estén reunidos.

La radio tiene un auditorio tan extenso, heterogéneo, inconmensurable e incontrolable, al grado de ser hasta cierto punto desconocido, ya que puede llegar a cualquier tipo de persona, sin importar su condición. Obviamente, llega a cualquier localidad, venciendo cualquier obstáculo de carácter geográfico.

Es un medio de comunicación instantáneo, pues puede transmitir los hechos en el preciso momento en que ocurren. Además, las estaciones de la radio, están continuamente transmitiendo en todo el mundo.

Por otra parte, resulta interesante que el mensaje radiofónico pueda ser recibido al mismo tiempo que se lleva a cabo otra actividad. También se subraya el hecho de que el aparato receptor está cada vez más a disposición del auditorio, que lo puede encender o apagar a voluntad.

• ALCANCE

La radio es un medio que sólo emite sonidos, razón por la cual no llega a los otros sentidos del receptor. No obstante, todas las aplicaciones sonoras se pueden aplicar a la radio, pues el sonido no tiene límites ni en lo que se refiere a su origen ni en cuanto a su difusión; se difunde naturalmente y se percibe involuntariamente, en contraposición con lo que sucede con la visión, que depende de la voluntad. Un estímulo auditivo se escucha definitivamente.

Por razones obvias, el sonido presenta limitaciones de carácter natural, pues la imagen auditiva es más imprecisa que la imagen visual; depende en gran medida de la estructura psicológica y cultural del oyente, motivo por el que evoca lo que el receptor desea imaginar.

Ahora bien, el aspecto auditivo de la radio es una característica que le permite a este medio enviar mensajes en algunos lugares y momentos que no requieren de toda nuestra atención.

Por sus características puramente auditivas, la radio puede convertirse en un vínculo de comunicación con cualquier tipo de persona, sin importar condición social y educativa, particularmente sin exigir demasiado esfuerzo. Por lo anterior, puede ser un medio adecuado de comunicación para determinados estratos de la sociedad, como es el caso de los analfabetos, ya que puede ser un medio muy eficaz para efectos de educación radiofónica hacia la alfabetización.

• ESTRATEGIAS

En este aspecto, la radio es un medio relativamente económico, lo mismo sucede con su recepción. Además, la producción de programas es rápida y poco elaborada.

Resulta amplio en lo que se refiere al tratamiento de temas. No obstante, el tiempo y el espacio representan un problema para este medio de comunicación masiva. Por otra parte, la radio tiene la imperiosa necesidad de sustituir a los demás sentidos, muy en particular a la vista; debe ser muy descriptiva. Como medio auditivo, debe captar la atención desde el inicio y conservarla, ya que de lo contrario, el auditorio puede cambiar a otra estación, a otro medio o apagar el aparato.

En la producción radiofónica, el elemento más relevante –desde la perspectiva del comunicador, no de la ingeniería–, es la de utilizar el lenguaje y de traducirlo al código radiofónico.

Aun cuando el mensaje radiofónico depende de la perspectiva del emisor, se puede establecer de alguna manera la identificación con las ideas del receptor, en virtud de que no existe nada en concreto y se propicia la reflexión, pues cuando la idea se capta sólo auditivamente, el oyente lo visualiza con base en su propio campo de experiencia.

• VENTAJAS Y DESVENTAJAS

1. Es un medio de gran alcance.
2. Estimula la imaginación.
3. Nos hace reflexionar.
4. Tiene bajo costo en su producción. (a comparación de otros medios)
5. Es más fácil obtener una radio que una televisión.
6. Se puede escuchar en la Internet.

7. Tiene menos censura.

Entre otras

Desventajas.

1. Son escasos los programas culturales.

2. Tiene una gran competencia con la televisión.

3. No tiene tanto apoyo económico.

4. Se necesita mayor creatividad que en otros medios.

Entre otras

4. TEORÍAS Y MODELOS

EL PROCESO DE TRANSMISIÓN RADIOFÓNICA

La radiodifusión es paralelamente, un sistema de transmisión de señales y de comunicación de signos y significado. En la realidad están unidos, sin embargo, para efectos de estudio los describiremos por separado.

Proceso de la señal

Si se considera que un sistema implica un conjunto de objetos y de las relaciones correspondientes entre ellos y entre sus atributos, podremos inferir que la radio es un sistema, ya que cuenta con objetos definidos que forman parte de ella o de alguna de sus partes, con atribuciones o funciones específicas, vinculadas entre sí, de tal suerte que mantengan unido al sistema.

Para conocer los objetos y las relaciones de este sistema, tomaremos como base el modelo comunicativo que propone Shannon y Weaver. En este sentido podemos afirmar que la transmisión de señales por radio implica los siguientes elementos:

Fuente o emisor es la propia estación que genera una corriente alterna a cierta frecuencia.

Podemos advertir varios subsistemas subordinados al sistema que estamos analizando, pero que en determinado momento, pueden ser sistemas en sí mismos. La fuente alimenta o se relaciona con el siguiente elemento del sistema.

El **codificador** o el transmisor de radio modula o cambia determinados detalles del mensaje transformándolo en señales propiamente dichas. Se puede localizar materialmente en la antena al emitir al espacio la onda modulada.

Respecto al emisor y codificador, cabe señalar que aun cuando algunos procesos de comunicación el emisor codifique, no necesariamente lo hace en todos los actos comunicativos o procesos; de ahí que existe una diferencia entre sus funciones y las relaciones que nos permiten identificarlos y separarlos.

El **canal** es el tercer elemento del sistema que se identifica con el mismo aire, por donde se desplaza la información a través de las ondas hertzianas.

Éste cumple su cometido: transportar la información para que la radio reciba el **receptor**, quien

simultáneamente capta la onda, la detecta, la amplifica y la codifica para convertirla en el mensaje original que envió la señal, iniciándose otro sistema de comunicación, esto es, el que opera entre el aparato receptor de radio y el **destino**, es decir, el último elemento de nuestro sistema el radioescucha.

El **ruido** es también otro importante atributo del sistema, porque siempre está presente; penetra en todo el sistema y provoca que el mensaje no tenga la fidelidad de su emisión.

Denominar atributo al ruido no equivale a decir que debe ser un elemento indispensable del sistema; se trata de un elemento que no puede evitarse aunque se desee hacerlo.

El ruido puede presentarse: en la estación radiodifusora y en la antena, pudiendo afectar a toda la transmisión; al emitir una señal de baja calidad; en el aire, en donde se presenta como estática o interferencia; y en el receptor de radio, bajando la calidad del mismo; en las fuentes de energía y el ambiente ocasiona que el mensaje se distorsione.

Conviene destacar que el estudio del proceso de transmisión de la señal en sí mismo, carece de sentido si no se hace el análisis correspondiente del proceso del mensaje a través del sistema de señales íntegro.

Proceso del signo

El proceso del signo y de su significado en la comunicación radiofónica también se puede analizar como un sistema, ya que tiene sus elementos definidos y esos elementos pueden relacionarse, a través de sus funciones específicas.

Cabe señalar que la prensa y el cine, tienen funciones perfectamente definidas, a diferencia de la radio y la televisión que son medios más complicados, pues ni el emisor ni el receptor tienen funciones y expectativas diferenciadas, lo cual dificulta en gran medida su estudio.

En resumen, podemos afirmar que la prensa tiene una función comunicativa específica: comunicar lo que ocurre, lo cual es motivo de conocimiento público.

El cine, por su parte, tiene un objeto comunicativo que es justamente la idea que tiene el realizador de transmitir algo concreto. Esta concepción puede ser una idea personal, social, artística o de cualquier género. No obstante, en la radio y la televisión el objetivo simplificado consiste en la transmisión de mensajes, éstos suelen tener varias intenciones: informar, educar, entretener, vender productos comerciales o servir de ambiente o fondo musical. Consecuentemente, el estudio del contenido se debe definir sólo en determinados casos.

En el proceso del signo, la fuente puede ser el comunicador guionista, locutor, actor, comentarista, etc., quien tiene la intención de transmitir un mensaje con cierto contenido. El contenido deberá estar estrechamente vinculado con el receptor, pues de lo contrario, no se emite. Al iniciarse este proceso de comunicación lo más probable es que ya se hayan llevado a cabo otros procesos mediante otros canales. Por lo anterior, el comunicador seguramente ya ha seleccionado un contenido y otra serie de elementos (formato, horario, periodicidad, etc.).

A continuación se hace una primera codificación, esto es, el empleo de un lenguaje, presentación y estilo a ese contenido, que sean comunes al receptor, de tal suerte que se pueda asegurar que el destinatario recibirá el mensaje original.

Ahora bien, el receptor del mensaje –el oyente– es al mismo tiempo decodificador y el destino del mensaje. Gráficamente el proceso en cuestión, podría quedar de la siguiente manera:

Que al unirse al esquema de la señal quedaría de la siguiente manera:

conclusión

Para concluir se puede decir que la radio es un medio masivo de comunicación que tiene un gran futuro pese al aplastante desarrollo de la televisión la cual nos da todo sin que nosotros pongamos algo de nuestra parte, mas que estar de espectadores pasivos, pero espero que en el futuro esto cambie y demos más de lo que recibimos. Es por eso que este trabajo se enfoca ala problemática que existe en cuanto a la realización de programas de radio en nuestro país y en el mundo, ya que sin duda la radio es un gran invento que podemos aprovechar al máximo como lo hacían nuestros abuelos.

Bibliografía

Programa de la asignatura: *Taller de análisis de la comunicación II* del Colegio de Bachilleres, México, marzo de 1994.

Tomado del programa de *Taller de análisis de la comunicación II*, marzo de 1994, **pp.** 1–13.

1 Citado por Romo, Cristina, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, Edit. ITESO,

Guadalajara, México, 1982, p. 11.

Para el desarrollo de este trabajo se ha tomado como base la información contenida en **Kaplum, Mario.** *Producción de programas de radio*, Edit. Ciespel, Quito, Ecuador, 1979, **pp.** 131 a **149.**

- 1.– La radio necesita de grandes recursos para que pueda lograr la buena producción de la misma y logre que sus mensajes transmitan todo su fondo y contenido.
- 2.–Las nuevas tecnologías en el campo de las telecomunicaciones ayuda a que la transmisión radiofónica se lleve acabo correctamente con un alcance e impacto mucho mayor al que teníamos hace 20 años.
- 3.–La calidad del sonido y la cantidad de radiorreceptores debe aumentar para fomentar la influencia de este medio.
- 4.– Los radioescuchas deben de saber reconocer el tipo de programas que tengan mayor aportación intelectual y cultural y los que son de entretenimiento que no sean destructivos de nuestros valores; aparte de tener una comunicación más directa con dicho medio.

1

25

FUENTE O EMISOR

CODIFICADOR

CANAL

DECODIFICADOR

RECEPTOR O DESTINO

RADIODIFUSORA ANTENA AIRE RADIORRECEPTOR RADIOESCUCHA

FUENTE

DESTINO

DECODIFICADOR

CANAL

CODIFICADOR

COMUNICADOR CÓDIGO RADIOFONICO RADIODIFUSIÓN RADIORRECEPTOR RADIOESCUCHA

CODIFICADOR

SEÑAL

SIGNO

DECODIFICADOR

DECODIFICADOR

CODIFICADOR

MENSAJE

RECEPTOR

COMUNICADOR

MEDIO AIRE

II

I