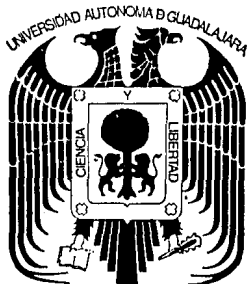


870129

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA**  
INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

92  
/ g...



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ESCUCHAR PARA APRENDER:  
EXPECTATIVAS DE LA RADIO FORMATIVA-EDUCATIVA  
EN GUADALAJARA.

**TESIS PROFESIONAL**

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

P R E S E N T A

**CARMEN VIRGINIA GARCIA ACOSTA**

**GUADALAJARA, JALISCO. 1987**



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 está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

# I N D I C E.

	PAG.
INTRODUCCION .....	I
CAPITULO I	
<u>Antecedentes de la radio Formativa-Educativa</u>	
Preámbulo .....	1
a) Antecedentes Históricos de la radio en México .....	2
b) Algunos antecedentes de radio educativa en el mundo .....	13
c) Radio Educativa en México .....	23
d) Desarrollo Histórico de la radio en Guadalajara .....	31
Resumen .....	39
CAPITULO II	
<u>La Radio como Medio de Comunicación</u>	
a) La Radio como Medio de Comunicación.....	42
b) Proceso de Transmisión Radiofónica.....	50
c) Ventajas de la radio como Medio de Comunicación .....	60
d) Propiedades Formativas y Educativas de la radio .....	63
e) Problemas Estructurales de la radio Formativa-Educativa .....	67
Resumen .....	71

## CAPITULO III

Espectativas de la radio Formativa-Educativa en Guadalajara

a) Panorama de la programación radiofónica en Guadalajara .....	74
b) La Opinión de los Grupos Radiofónicos de Guadalajara .....	89
c) La Opinión de los Radioescuchas .....	97
d) Resultados de la Investigación .....	105

## CAPITULO IV

Sugerencias para Programación Formativa-Educativa

Preámbulo .....	128
a) La Cápsula y el Programa: sus características .....	129
b) Presentación de Cápsulas .....	134
c) Presentación de un Guión para programa Formativo-Educativo .....	140
d) Los Patrocinadores Potenciales .....	160
e) Epílogo .....	163
Resumen .....	165
CONCLUSIONES .....	167
BIBLIOGRAFIA .....	170

## INTRODUCCION :

El hombre busca constantemente satisfacer sus necesidades para subsistir y progresar dentro de un entorno comunitario. A lo largo de su vida lleva a cabo auténticos esfuerzos intelectuales para conquistar retos distintos cada día.

Tomemos como ejemplo de esto, la infinidad de inventos, que de una u otra forma, transformaron nuestras vidas, como el surgimiento de la radiodifusión, que hizo posible que hombres y mujeres de todo el mundo se comunicaran.

La comunicación como esencia del ser humano fue el principio sobre el cual se concibió la radiocomunicación.

Los precursores de la radio talvés nunca imaginaron que este aparato se convertiría en un instrumento potencial para la comunicación masiva e instantánea que hoy es tan popular. Y menos aún imaginaron que la radio pudiera desempeñar una función formativa-educativa dentro de la sociedad.

En México, como en todos los países del mundo, la formación y la educación son algunas de las necesidades más apremiantes que se deben satisfacer; para lograrlo se agotan todos los recursos existentes.

Es así como los medios de comunicación social se presentan como una alternativa para llevar formación a todos los rincones de un país.

La radio, por sus propiedades tan particulares, es un medio propicio para formar y educar. A través de esta tesis buscamos determinar las perspectivas de la radio como instrumento formativo-educativo; partimos de las siguientes definiciones:

**Formación:** Es reforzar la educación que se imparte en las escuelas, mediante la enseñanza de aspectos interesantes e importantes que logren el desarrollo integral del hombre dentro de su familia y la comunidad a la que pertenece.

**Educación:** Acción de desarrollar las facultades físicas, intelectuales y morales.

A partir de esto, proponemos:

**Radio Formativa-Educativa:** La radio-comunicación que, a través de mensajes diseñados y estructurados para formar, elevan el nivel educativo de los radioreceptores y, en consecuencia, consiguen desarrollarlo individualmente e integrarlo a su familia y a su sociedad.

Pretendemos primordialmente, que tanto las emisoras Comerciales como las No Comerciales de Guadalajara inserten mensajes que, de manera continua, aporten conocimientos y favorezcan el aprendizaje de temas de interés para los radioescuchas. De esta forma, la radio actuará como herramienta para elevar el nivel de conocimiento de la realidad social, familiar e individual de los tapafos.

Nuestro proyecto los desarrollamos en cuatro capítulos, cuyo contenido describimos así:

En el Capítulo I tratamos los antecedentes de la radio formativa-educativa; desde los inicios de la radio mexicana, hasta el desarrollo de la radiodifusión en Guadalajara, pasando por las experiencias radioeducacionales de algunos lugares

del mundo y de nuestro país concretamente.

El Capítulo II, por su parte, analiza a la radio como medio de comunicación, tocando aspectos como: el proceso de transmisión radiofónica y las ventajas del medio, para puntualizar las propiedades formativo-educativas de la radio, y los problemas estructurales que hay que enfrentar para llevar a cabo este proyecto.

Ya en el Capítulo III, nos internamos en la investigación de campo para avisorar las expectativas reales de la radio formativa-educativa en Guadalajara, con este fin describimos el panorama de la programación radiofónica tapatía, analizando la opinión de los radioescuchas y de los ejecutivos de los trece grupos de radio de la ciudad.

De acuerdo a los resultados de esa investigación, en el Capítulo IV haremos sugerencias para programación, por medio del diseño y contenido de tres cápsulas y un programa formativo-educativo. Además, en este capítulo buscaremos la opinión de los patrocinadores potenciales para el proyecto.

Literalmente, la radio proporciona a sus receptores un oido dirigido hacia el mundo. Al término de nuestra investigación esperamos contribuir al conocimiento de las propiedades intrínsecas del medio, y muy en especial, de aquellas que lo hacen formativo y educacionalmente valioso.

La radio formativa-educativa que proponemos para Guadalajara abaratará decisivamente los costos de difusión cultural y de educación de la comunidad tapatía en general.

C A P I T U L O I

ANTECEDENTES DE LA RADIO

FORMATIVA - EDUCATIVA.

**P R E A M B U L O:**

De acuerdo a lo que subraya nuestro concepto de radio formativa-educativa, los antecedentes que presentamos a continuación, encajan únicamente en el aspecto de la radio educativa como extensión del salón de clases, y en la mayoría de los casos como auxiliar valioso en labores de alfabetización.

Sin embargo, es conveniente conocer estas experiencias de radio educativa surgidas tanto en nuestro país como en algunos otros países del mundo, porque precisamente de estos antecedentes partimos a proponer la radio formativa-educativa como una alternativa más para la superación individual, familiar y social de los tapafos.

## a.-ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA RADIO EN MEXICO.

Sin duda alguna, el surgimiento de la radio representó un paso gigantesco en la evolución del mundo, porque abrió una puerta más a la comunicación entre los hombres.

Pero la "invención de la radio no fue un hecho fortuito, fue un hecho buscado"(1), porque nació como un medio capaz de comunicar a dos sujetos a distancia durante los largos viajes en altamar cuando se presentaban contingencias particulares, y no como un medio que llegaba a las masas, tal como los conocemos.

El surgimiento de la radio tuvo lugar hace muchos años; en realidad sus inicios se remontan al año 1837, cuando Samuel B. Morse, construyó el primer instrumento que envió señales eléctricas por cable; el telégrafo, cuya vertiginosa evolución favoreció la investigación en el campo de los fenómenos eléctricos.

Así, en 1876, no sólo se transmitían mensajes a distancia gracias al telégrafo, sino que se logró transmitir la voz humana a través de el teléfono.

Sin embargo, dado el afán insaciable del hombre por comunicarse era necesario el surgimiento de un medio capaz de transmitir la voz humana y los mensajes a distancia, sin utilizar cables.

A través del tiempo y gracias al incansable trabajo de investigadores como Guillermo Marconi (1897), Reginald A. Fessenden (1900), y Lee De Forest (1908), fue mejorando la claridad, potencia, alcance y seguridad de los mensajes inalámbricos.

Hasta entonces, no se pensaba siquiera en aprovechar a la radio como medio para llevar mensajes a las grandes masas; hasta que en 1916, David Sarnoff, joven ruso radicado en Nueva York, emprendió la tarea de hacer de la radio un medio de comunicación de gran alcance.

Y por fin, el 2 de noviembre de 1920, salió al aire en Estados Unidos, la primera estación formal autorizada. Consecuentemente, principió el despegue de la radiodifusión en todo el mundo.

En nuestro país, es muy importante la trayectoria del radio como medio de comunicación, ahora la recorreremos desde sus inicios y a través de sus precursores.

"Fueron varios los entusiastas que, antes de autorizarse las primeras radiodifusoras dedicaron tiempo y esfuerzos a la transmisión experimental a través de las ondas electromagnéticas" (2).

Aún cuando existen escasos testimonios acerca de la labor de aquellos iniciadores de la radio mexicana, se sabe, hasta ahora, que fue el ingeniero Contantino de Tárnava quien en 1919 instaló una estación experimental, la que llamó T.N.D. (Tárnava Notre Dame), y desde la cual logró transmitir en octubre de 1921, el primer programa de radio, hacia la ciudad de México. Las transmisiones se hicieron regulares y con un horario fijo de 20:30 horas. Para identificarse al aire, la estación llevaba las siglas 24-A.

José R. de la Herrán y el general Fernando Ramírez fueron también importantes precursores de la radio en nuestro país.

Ellos montaron en el mismo año de 1921, una estación experimental: la JH, que funcionó bajo los auspicios de la Secretaría de Guerra.

Los radioexperimentadores de aquel tiempo formaron en junio de 1922, la LIGA NACIONAL DE RADIO, que se convirtió en el Club Central de Radiotelefonía, y más tarde, en marzo de 1923, en la Liga Central Mexicana de Radio (3).

El Gobierno Federal autorizó las primeras radiodifusoras en 1923. Ya existían entonces aparatos receptores llamados de galena que funcionaban precisamente a base de un trozo de ese mineral de azufre y plomo, que permitía detectar las ondas sonoras.

El costo de dichos aparatos receptores era de 12 pesos y se vendían en un establecimiento comercial llamado La Casa del Radio.

El 19 de marzo de 1923, a las 20 horas, sucedió un hecho muy importante: se llevó a cabo la primera radio-transmisión originada en el Distrito Federal; fue realizada con equipo mexicano y con recursos de la iniciativa privada.

Para el 8 de mayo de 1923, se había inaugurado ya una estación radifónica de 50 watts de potencia, propiedad del periódico El Universal y la Casa del Radio, su nombre era precisamente: "El Universal Ilustrado-La Casa del Radio". Esta estación fue inaugurada con la participación de famosos artistas de la época (4).

Rápidamente la radiodifusión alcanzó una enorme popularidad en nuestro país. Muy pronto, se empezaron a hacer promocio

nes en la venta de aparatos receptores, y los comentarios respecto al nuevo invento no se dejaban esperar.

Frente a esta situación, la Liga Mexicana de Radio organizó la feria del Radio en junio de 1923, que resultó todo un acontecimiento social y científico.

Aquel mismo año de 1923, el Presidente de la República, Alvaro Obregón, aceptó el proyecto de don Ramón P. Denegris, para establecer estaciones de radio en distintas ciudades del país, como Monterrey, Chihuahua, México, Hermosillo, Guadalajara, y Mérida. (5).

Pero aquí no terminan los avances radiofónicos del año de 1923. En el transcurso de éste, surgieron estaciones como la del periódico "El Mundo", donde dictaron conferencias personalidades como José Vasconcelos, Antonio Caso, Manuel M. Ponce y Carlos Pellicer (6).

Además surgió la estación CYB, propiedad de la compañía de cigarros "EL BUEN TONO" cuyo acto inaugural fue particularmente notable, porque se transmitió el Grito de Independencia el 15 de septiembre de 1923.

También fueron inauguradas las estaciones CYA, y CYS, y dos estaciones más que pertenecían al gobierno: CZA y CZZ.

Llegó 1924, y con él, la pérdida del interés por parte del público, hacia la radio. Estas líneas de Jorge Mejía Prieto, ilustran perfectamente la situación de entonces: "con una expresión muy mexicana diremos que la radiomanía propagada en 1923, pareció haber sido simple llamada de petate" (7).

Y esto es lógico si atribuimos la situación a que la nove-

dad perdía su frescura, a los problemas inherentes a las estaciones como las fallas e invasiones de frecuencia de unas con otras, porque en aquel entonces no había lo que hoy se conoce como cristales de control.

Pese a este difícil momento en el desarrollo de la radio, los esfuerzos continuaron; y así, el 14 de marzo de 1924 empezó a trabajar la CX del periódico "Excélsior" y la compañía Parker, que se proponía difundir cultura y noticias del mundo.

En 1925 la compañía General Electric fundó la estación Ra dio Mundial en la ciudad de México. Ya para entonces, había 11 estaciones de radio: siete en la capital, y cuatro en provincia, en 1928, funcionaban ya otras en Veracruz, Guadalajara, Ciudad Juárez, Tampico, y San Luis Potosí (8).

En 1929 las estaciones comerciales sumaban 17, y, en cambio había dos de tipo cultural.

Por otra parte, 1929 es un año muy importante para la radiodifusión de nuestro país, porque fue entonces cuando México se adhirió a los acuerdos de la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, que tuvo lugar en Washington, donde se le confirieron los indicativos nominales XE y XF.

Aunque lo referente a la Legislación radiofónica será tratado más adelante, es interesante hacer notar que en 1930 el gobierno consideró que era conveniente sustituir el régimen de permisos existentes por uno de concesiones, y al poner en práctica esta decisión, fue la XEW, fundada el 18 de septiembre de 1930, la primera en obtener la concesión (9).

Manuel Zetina González fundó, por su parte la XEFZ y también se crearon la XE y la XEFO, del Partido Nacional Revolu-

cionario que utilizaba a la radio para difundir su propaganda, no en balde fue la primera estación en transmitir el desarrollo de una campaña política, la del general Lázaro Cárdenas para llegar a la Presidencia de la República.

En 1932 surgieron 10 nuevas estaciones comerciales en el Distrito Federal, seis en Tijuana, cinco en Ciudad Juárez, tres en Mexicali, tres en Nuevo Laredo, dos en Matamoros y una en Piedras Negras.

En 1941, Emilio Azcárraga fundó una cadena de radioemisoras en toda la República, conocida como Radio Programas de México.

En 1942 había 125 estaciones de radio en el territorio nacional, 34 de ellas en la capital. Funcionaba entonces la XEUN Radio Universidad, XEQK Radio Exacta, y XEDF Radio Gobernación entre otras.

También durante 1942, inició labores en la ciudad de México, la cadena Radio Continental, que comprendía un bloque de 10 estaciones (10), que encadenadas, tratarían de dar muestra de poder dentro de la radio en México.

En 1947 surgió, el 31 de octubre, una importante radioemisora, la XEX, La Voz de México, donde se transmitían lo mismo programas musicales, que eventos deportivos, noticieros y comentarios.

Pero en la radio mexicana no sólo se transmitían noticias y música, también se explotó con bastante éxito, desde principios de los años treinta, el género de las radionovelas o radioteatro. Había programas tanto en la mañana como en la tarde

y su éxito se mantuvo a lo largo de 15 años (12).

Además, la XEX fue la única radiodifusora en nuestro país que transmitió la Olimpiada en 1952 desde Finlandia (11).

El 14 de marzo de 1952 inició sus actividades la XEMX, Radio Femenina, que fue la primera estación en el mundo manejada totalmente por mujeres, allí había locutoras, productoras de programas, operadoras y vendedoras de tiempo.

En enero de 1956, nació la Cadena Independiente de Radio a la cual se afiliaron 25 estaciones foráneas, y en julio de ese mismo año la Red México con tres emisoras en el Distrito Federal, la XEB, la XEMX, y la XEHP con 23 asociadas en provincia.

Como podemos apreciar, la tendencia de la radiodifusión en los años cuarentas y cincuentas, se dirigió claramente hacia la formación de cadenas de emisoras que permitían ampliar los horizontes geográficos y comerciales de las estaciones.

Todo parecía indicar que la radio era el medio masivo idóneo para acaparar la atención de tantas personas a la vez, y sobre todo, con capacidad para llevar entretenimiento y conocimientos a los grandes auditorios de nuestro país.

Pero en 1950 llegó la televisión. Entonces, la radio se transformó como medio, porque había que competir con la realidad excepcional de las imágenes de televisión.

La radiodifusión conoció las ventajas de transmisión proporcionadas por la cinta y el disco que hicieron posible, a su vez, obtener mejor calidad en música y por lo tanto en programación, sin olvidar desde luego, el hecho de la aparición de la Frecuencia Modulada, FM (13).

Lo que realmente dió un nuevo impulso a la radio fue que adquirió un carácter informativo más profundo, valiéndose para ello de una de sus principales ventajas como medio de comunicación: la oportunidad.

#### Aspectos Históricos de la Legislación Radiofónica Mexicana

Ya la Constitución de 1857 señalaba en su artículo 72: - "El Congreso tiene facultad para dictar leyes sobre Vías Generales de Comunicación".

En la de 1917 se amplió el concepto aunque en muy poca medida: "Vías Generales de Comunicación que por su naturaleza son federales".

El 14 de junio de 1888, el 29 de agosto de 1931, el 29 de agosto de 1932 y el 30 de diciembre de 1939 se emitieron Leyes de Vías Generales de Comunicación".

"Estas leyes, excepto la primera incluyeron entre las Vías Generales, las instalaciones radioeléctricas. De tal manera que bajo su vigilancia las radiodifusoras quedaron reguladas, junto con los demás, como tales vías generales, es decir, exclusivamente como vehículos aptos para la comunicación, pero no fueron reguladas desde el punto de vista del contenido de su actividad, que, lógicamente es lo más importante. Existía, por tanto, una terrible laguna legislativa en nuestro país, que se había venido subsanando a base de reglamentos del Poder Ejecutivo, el último de los cuales, dictado el 6 de febrero de 1942 era el único instrumento con que contaban autoridades y particulares. Sin embargo, tal reglamento y su validez eran muy discutibles"(14).

Hasta el 19 de marzo de 1960 entró en vigor la Ley Federal de Radio y Televisión que según las palabras del entonces Presidente mexicano, Adolfo López Mateos, "cumple una misión social al poner la libertad de informar y de transmitir imágenes e ideas, dentro de las normas jurídicas que garantiza el ejercicio de este indeclinable derecho humano".

Algunos de los puntos más sobresalientes de la Ley Federal de Radio y Televisión son:

- Instituye al principio el dominio directo de la Nación sobre el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas asentando que dicho dominio es inalienable e imprescindible.
- Señala que la radio y la televisión cumplen una función social.
- Separa y clasifica la competencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Salud, y la Secretaría de Gobernación.
- Deja en libertad a las estaciones para fijar sus tarifas.
- Crea el Consejo Nacional de Radio y Televisión.
- Aclara perfectamente que a la Secretaría de Educación Pública le corresponde vigilar que ambos medios sean vehículos para educar y formar a la población adulta e infantil, a través de temas educativos, culturales y de orientación social.
- Establece las escuelas radiofónicas.
- Simplifica el sistema de inspección administrativa con personal pagado por el Estado.
- Establece limitaciones para emisiones de ciertas clases, por ejemplo la retransmisión de programas extranjeros o los de con-

curso.

- Delimita perfectamente las características y obligaciones de los concesionarios y permisionarios.

A grandes pasos hemos recorrido la historia de la radiodifusión en nuestro país, a través de los precursores que hicieron época y marcaron la pauta en el acelerado progreso de su forma y su técnica.

Notas.a) Antecedentes Históricos de la Radio en México.

1. ROMO, Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio, ITESO 9 (publicación de ciencias de la comunicación), Pag. 15.
2. MEJIA Prieto, Jorge. Historia de la Radio y la T.V. en México. Pag. 14.
3. Enciclopedia de México. Tomo XI. Pag.86.
4. MEJIA Prieto, op cit. Pag. 28.
5. Ibídem, Pag. 29.
6. Enciclopedia de México. Tomo XI.Pag. 86.
7. MEJIA Prieto, op.cit. Pag. 30.
8. Enciclopedia de México. Tomo XI. Pag. 87.
9. Ibídem. Pag. 87.
10. MEJIA Prieto, op. cit. Pag. 75.
11. Ibídem. Pag. 83.
12. ROMO, Cristina, op. cit. Pag. 23.
13. Ibídem. Pag. 23.
14. MEJIA Prieto, op.cit. Pag. 214, cita de segunda mano."Derecho de la Radiodifusión", de José Luis Fernández, jurista.

## b.- ALGUNOS ANTECEDENTES DE RADIO EDUCATIVA EN EL MUNDO.

Los precursores de la radio talvés nunca imaginaron que este aparato se convirtiera en un instrumento potencial para la comunicación masiva e instantánea que hoy es tan popular. Y menos aún imaginaron que la radio pudiera desempeñar una función formativa-educativa dentro de la sociedad.

Sin embargo es importante darnos cuenta de que al comunicarnos intercambiamos ideas y sentimientos, para desarrollar nuestras facultades físicas, intelectuales y morales es decir, requerimos de educación.

Partiendo de esta base, es fácil comprender los principios sobre los cuales se originó la radio educativa.

Los esfuerzos por explotar las propiedades educativas de la radio han sido muchos, y han tenido lugar en distintas partes del mundo. En este estudio presentamos algunos de ellos de manera general, aunque en todos los casos se utilizó a la radio como extensión del salón de clases y no es precisamente lo que sugerimos para Guadalajara, representa, la base para considerar las propiedades formativas del medio.

### Estados Unidos.

En Estados Unidos por ejemplo, la primera estación radiofónica de interés general apareció en el año de 1920. Ya en 1922 funcionaban cerca de 600 estaciones emisoras (1).

En 1926 se integraron los primeros consorcios norteamericanos: la National Broadcasting Company (NBC), la Columbia Broadcasting System (CBS).

Los avances del radio como medio de comunicación pronto fructificaron. Cada uno de estos consorcios organizó y transmitió en sus inicios programas destinados especialmente al uso escolar: La Hora Nacional Damrosch, que transmitía semanalmente por la NBC durante varios años, por ejemplo, y la "Escuela del Aire", que la CBS mantuvo por espacio de 15 años y se transmitía cinco veces por semana.

A medida que hubo aparatos receptores a disposición de las escuelas, las clases comenzaron a abordar acontecimientos nuevos y especiales. Inmediatamente se pusieron en marcha una gran variedad de experimentos radiodifundidos.

Entre 1922 y 1925, la estructura básica de la radio educacional norteamericana se basó en cuatro principios mediante los cuales debían protegerse:

- 1) la libertad de expresión,
- 2) los intereses e ideales del pueblo,
- 3) las emisiones tenían que estar sostenidas en gran parte por la iniciativa privada.
- 4) el control y reglamentación tenían que quedar en manos del pueblo.

Dichos principios se originaron en una serie de conferencias anuales convocadas por el Secretario de Comercio de aquellos años, Herbert Hoover, con el objeto de formalizar una reglamentación al respecto.

Pero en 1927, la reglamentación se hizo más específica por que se declaró que la radiodifusión tenía que orientarse hacia " el interés, la conveniencia o las necesidades de la

gente. El año de 1938 dejó huella en la historia de las emisiones radioeducativas, ya que fue entonces cuando la Comisión Federal de Comunicaciones dispuso que una parte del espectro de la radio tenía que reservarse para estaciones comerciales.

Antes de estas disposiciones todas las estaciones radioeducacionales que existían en Estados Unidos, eran auspiciadas por Universidades y escuelas superiores. Las más progresistas de éstas consideraban que su labor de radiodifusión tenía una finalidad doble:

- en primer lugar, proporcionar educación y entretenimiento a los ciudadanos, y
- preparar al estudiante para seguir carreras profesionales en el campo de la radio.

A este respecto se crearon varios programas universitarios radiados en algunas instituciones educativas. Muy pronto la radioeducación tomó un giro casi exclusivamente escolar. Es decir que los programas que se producían eran usados como apoyo auditivo para el maestro en el salón de clases y complementaban los programas educativos establecidos.

Tan grande fue la importancia que la radiodifusión escolar adquirió en aquel país, que en 1930 había un gran número de estaciones regidas por sistemas de escuelas públicas. El tamaño y potencia de estas emisoras variaba de acuerdo al tipo de comunidad en la que se encontraba.

La grabación magnética hizo posible que la reproducción de música y voces mejorara bastante la calidad de la transmisión, haciendo posible que las grabaciones pudieran enviarse y reproducirse.

cirse fácilmente(2).

Las fuentes consultadas para esta tesis, no indican el número exacto de las estaciones que actualmente realizan labor educativa en la Unión Americana.

#### Colombia.

Una de las experiencias más sobresalientes en el terreno de la radio educativa, tuvo lugar en Colombia, con el nacimiento de Radio Sutatenza. "La salida al aire de Radio Sutatenza abrió las puertas de América Latina al uso sistemático de la radio en el campo de la educación" (3).

De 1948 a 1949, importantes acontecimientos radiofónicos ocurrieron en Colombia. En mayo se instaló una emisora de carácter cultural con 250 watts de potencia y en agosto de 1949 se fundó otra emisora pero de onda corta de 1 KW de potencia, hasta que llegado el mes de octubre también de 1949 nació jurídicamente la organización de las escuelas radiofónicas de Radio Sutatenza y Acción Cultural Popular, ACPO, (4).

La programación de Radio Sutatenza se dirigía especialmente a los campesinos quienes la recibían en aparatos de una sola frecuencia, lo que fue una particularidad especial de la radio-difusora.

Según aclara Reynaldo Pareja en su estudio: "Radio Sutatenza, notas para su historia", (5) las lecciones una vez escuchadas eran reforzadas con la presencia de un monitor entrenado para tal motivo, y posteriormente se complementó el conocimiento con textos impresos por la misma organización.

Todos los esfuerzos de los fundadores y organizadores de

Radio Sutatenza fueron muy bien acogidos en los lugares a los que llegaba la transmisión. Tal fue la aceptación de sus programas que en 1951 la UNESCO y las Naciones Unidas le brindaron asistencia técnica y cultural.

Para solventar los gastos de tal organización, el Banco Central Hipotecario concedió un crédito a largo plazo y además hubo dos fundaciones alemanas religiosas que periódicamente aportaban su ayuda.

Pero en Colombia también surgió y se desarrolló, además de Radio Sutatenza, todo un complejo de radioescuelas llamado, como ya mencionamos, Acción Cultural Popular, que en 1955 fundó una filial en Bogotá, después otra en Medellín y una más en el Valle del Cauca.

El Gobierno Colombiano brindó todo su apoyo oficial, reconociéndola como institución de utilidad común por lo que quedó exenta de impuestos. Es importante recordar que a fines de los años cuarentas en Colombia se vivieron momentos políticos muy difíciles, que naturalmente repercutieron en la vida social del país, aumentando en forma considerable, el número de desempleados y analfabetas. Esto hacía necesario que surgiera un medio capaz de colaborar en la noble pero árdua labor de educar a grandes cantidades de personas.

Con esta tarea como meta, el Padre José Joaquín Salcedo se lanzó a la estructuración y fundación de Radio Sutatenza. Según los principios de la organización, la educación se dirigiría ca sí en exclusiva a los campesinos y se regiría por el concepto de "educación básica". "Es decir que los conocimientos que el campesino asimilaría, a través de dicha respuesta educativa le

permitirían integrarse en la vida social, y económica del país" (5).

"Sin embargo los campesinos serán quienes, al fin y al cabo elegirán su modelo de vida social y económica de acuerdo a sus necesidades. De tal manera que la organización fundamentaba su educación en una auténtica formación religiosa" (6).

Al pasar el tiempo, se hizo difícil mantener tal infraestructura radial, y ACPO tuvo que ceder ante la acelerada evolución de la radio comercial. Surgió entonces un cambio drástico en la programación: una parte iba dirigida a los campesinos con carácter didáctico y otra fue diseñada para el público en general con programas culturales, de entretenimiento e información.

La comercialización de Radio Sutatenza y sus estaciones filiales de ACPO creció a ritmo tan acelerado, que finalmente las firmas publicitarias impusieron sus reglas de programación dando un giro absoluto a los principios ideológicos sobre los que fue concebida.

#### República Dominicana.

Otro testimonio de las experiencias radioeducacionales en América Latina, tuvo lugar en República Dominicana donde, a través del Centro Dominicano de Estudios de Educación (CEDEE), y algunos grupos de promoción y organización se llevó a cabo el proyecto Radio Enriquillo.

Radio Enriquillo empezó a operar en febrero de 1977 en Tamayo, al sur de la República Dominicana, una zona por de más atrasada económica y culturalmente, donde algunos religiosos y

laicos iniciaron labores pastorales y de educación con el fin de ayudar en alguna medida, a modificar la situación reinante en la población de aquella parte del país, que en su mayoría estaba compuesta por campesinos (7).

Dicha labor fructificó no sólo en medida de las regiones a las que se extendió, sino también en la fundación de una emisora que sirvió de elemento de enlace y comunicación entre varias regiones del país.

Tal como lo define Maria Cristina Mata en su estudio, RADIO ENRIQUILLO: EL PROCESO DE UNA EVALUACION,(8), la emisora, según estudios de medición de audiencia realizados por agencias publicitarias, es el medio de comunicación masiva de mayor penetración en la región. Es además, un medio unidireccional y pseudo-participativo por parte del radioescucha, a través de cartas, concursos y encuestas.

Sin embargo hay regiones a las que, por sus características la señal de Radio Enriquillo llega a través de una programación eminentemente educativa, gracias a un sistema de corresponsales, coproducción de mensajes con asociaciones populares y el uso de folletos educativos.

Este proyecto involucró tanto a los sectores sociales organizados para llevarlo a cabo, como a los equipos de educación popular y a los trabajadores y colaboradores de la misma Radio Enriquillo. De tal suerte que antes de hacerlo realidad, hubo que enfrentar los problemas inherentes a su formación, y hacer un exhaustivo estudio y definición de las bases teóricas y metodológicas sobre las que se construiría la emisora.

Se investigaron también a fondo, las prácticas y técnicas educativas que se impartían en la zona suroeste del país, para determinar enseguida el tipo de programación y diseñar el contenido de la misma.

Cabe recalcar que al momento de diseñar la programación participaron en forma conjunta, tanto los productores como los receptores del mensaje, es decir, se creó un taller donde trabajaron directamente miembros del equipo de investigación, campesinos y representantes de los sectores femenino y juvenil de la región.

Los principios sobre los que se concibió Radio Enriquillo aún se transforman de acuerdo al paso del tiempo y conforme cambian las necesidades de los receptores.

#### Otras Experiencias Radioeducativas en el Mundo.

También Suecia con más de 166 horas anuales de educación y más de 12 mil escuelas participantes, es un ejemplo del uso educativo de la radio. Las publicaciones escolares de Radio Suecia alcanzan los dos millones de ejemplares anuales.

Por su parte, Corea del Sur, cuenta con una estación, la XBS que emite programas para escuelas primarias, y la temática de los mismos gira alrededor de la música, historia, sociedad y educación anticomunista. El Ministerio Coreano de Educación considera que el servicio de radio escolar mejora el nivel de la educación y dió instrucciones a las escuelas para que hicieran un amplio uso de ésta.

En Japón y en la India se usa extensamente este medio para

la instrucción. En Inglaterra el 79% del total de las escuelas también usan la radio con los mismos fines, mientras que en Canadá la CBS difunde muchos programas educativos.

En Camerún se combate el analfabetismo en gran parte gracias a este medio. La radio Omdurman de Sudán transmite programas educativos para la población en general y al mismo tiempo alfabetiza. Se incluye enseñanza de la lengua árabe, historia de las tribus , y buenas costumbres.

En Nigeria, este medio es el más importante en el país y se están desarrollando programas educativos para alfabetizar a la población que lo necesita (9).

Notas.-b) Algunos Antecedentes de Radio Educativa en el Mundo

1. DALE, Edgar. Métodos de Enseñanza Audiovisual, Pag.300.
2. op. cit. Pag.302.
3. PEREZ, Sánchez José F. Textos Escogidos sobre Radio Educativa. ITESO. Pag. 1.
4. Comunicación y Cultura. Vol. 8. (Radio Sutatenza, notas para su Historia.) Pag. 39.
5. op.cit. Pag.41.
6. op.cit. Pag.42.
7. op.cit. Pag.45.
8. op.cit. Pag.45.
9. Forsythe, O. Richard. Radio Educativa. Inclu. en la Educación en la Era Tecnológica. Tickton G. Sidney.

### c.- RADIO EDUCATIVA EN MEXICO.

Es bien sabido que en nuestro país, como en todos los países del mundo la formación y la educación son unas de las necesidades más apremiantes que se deben satisfacer, y para lo grarlo se agotan todos los recursos existentes.

Es así como los medios de comunicación social se presen -  
tan como una alternativa potencial para llevar educación a to -  
dos los rincones de un país.

Este apartado en particular presentará un esbozo general de los esfuerzos, que, en materia de radio educativa, se han llevado a cabo en México. Cabe aclarar que todas las experien -  
cias recopiladas para los fines de esta tesis, encajan única -  
mente en el aspecto de la radio como extensión del salón de  
clases, y no en la idea formativa-educativa que proponemos.

La radio mexicana incursionó en el terreno de las estacio -  
nes no comerciales en 1924, cuando la Secretaría de Educación  
tenía una radiodifusora de carácter educativo que no obtuvo  
los resultados que se esperaban. Nuevamente, durante los años  
cuarentas la misma Secretaría puso en marcha la emisora, pero  
con los mismos resultados negativos.

También existió la radiodifusora del Departamento Autónomo  
de Publicidad y Propaganda, D.A.P.P., en cuyas transmisiones  
se incluían mensajes de propaganda oficial y cultura en ge -  
neral.

La Secretaría de Gobernación, por su parte, mantuvo su -

propia estación de carácter cultural con tendencia educacional, pero tampoco obtuvo buenos resultados (1).

Jorge Mejía Prieto atribuye la falta de proyección de estas emisoras "porque sus bien intencionados directivos confundieron lamentablemente la cultura con la transmisión de rayados discos de música clásica y la comparecencia en los micrófonos de un surtido atroz de conferenciantes, declamadores y lectores de boletines oficiales" (2).

En realidad, las radiodifusoras mexicanas que inicialmente se concibieron con el propósito de educar, acabaron siendo de carácter cultural y artístico exclusivamente, como la XEXX, de la Universidad Nacional que actualmente transmite con el nominativo XEUN desde la ciudad de México en ondas larga, corta y en Frecuencia Modulada.

#### Algunas experiencias de radio educativa en México:

Una de las experiencias de radio educativa mexicana surgió en el estado de Hidalgo, concretamente en el Valle del Mezquital, donde la mayoría de la población está compuesta por indígenas otomíes que se dedican a la agricultura principalmente, aunque también desarrollan actividades comerciales (3).

En un entorno comunitario de más de medio millón de habitantes, donde la mayoría de ellos son analfabetas, se hizo necesario que surgieran organismos gubernamentales que, por lo menos, intentaran llevar educación a esa zona del país. Uno de éstos, el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital, tuvo a bien la idea de crear una radioemisora llamada RADIO MEZQUITAL, que se convertiría en un medio capaz de servir de enlace entre las comunidades del Valle y el propio organismo.

De esta manera, en 1974 propuso que se reorganizara la ra diodifusora que funcionaba desde 1963 como radio-escuela, pero en condiciones frágiles y precarias (4).

Al principio, el proyecto Radio Mezquital, se basó en tres aspectos principales: Area de Información, es decir los hechos y sucesos propios de la región, Area de Formación, que consistía en reforzar la educación que se impartía en las escuelas y apoyar a la vez la formación de adultos, y el Area de Entrenamiento para dar a conocer los aspectos artísticos populares de la región.

Pero además de todo esto, Radio Mezquital pretendía abrir un espacio de participación de los habitantes del Valle para que expresaran sus necesidades y preferencias dentro de la pro gramación.

Con tal motivo se organizaron los "grupos populares de co municación" que enviaban sus participaciones a las oficinas de la emisora a través de personas llama-das "corresponsales popu lares" (5).

Según nos dice Orlando Encinas Valverde en su colaboración para Comunicación y Cultura (Vol. 8), gracias a este tipo de or ganización se "convirtieron los informes de los gobernantes en respuesta para los gobernados" por ejemplo, y se pudo "revalorizar la historia y la cultura otomí" (6); además se impulsó la creación de programas para la mujer y se estimuló el surgimiento de expresiones propias del indígena.

Sin embargo, y aún cuando Radio Mezquital constituyó una etapa muy importante en el desarrollo de las comunidades del

Valle del Mezquital en el estado de Hidalgo, actualmente ha dejado de funcionar. Lo anterior se debió a varias causas, entre ellas:

- La falta de recursos técnicos y económicos, que hicieron insostenible la estructura de la emisora.
- Como Radio Mezquital operaba en Frecuencia Modulada era imposible que sus transmisiones llegaran hasta los lugares más apartados por el alto costo de los aparatos receptores de este tipo.
- La política indigenista existente.

#### Huayacocotla

La experiencia radiofónica surgida en Huayacocotla, Veracruz, implicó nuevamente una necesidad apremiante de comunicación en una comunidad.

De esta manera, Servicios Educativos Radiofónicos de México (SER) creó en 1965 una red de escuelas radiofónicas en Huayacocotla con el fin de promover el desarrollo de la educación para adultos básicamente (7).

Desde entonces y hasta 1973, las escuelas de radio funcionaron bajo conflictos internos y falta de personal capacitado para tal efecto. Así, el Fomento Cultural Educativo A.C. se hizo cargo de este proyecto en 1975.

A partir de ese año la alfabetización dejó de ser el único objetivo de la emisora, y se revalorizó el hecho de que había que buscar nuevas alternativas en la radio mediante la estructuración de una educación no formal.

Al pasar el tiempo la programación dió un giro total; en

primer lugar, se armó un noticiero con información local, además asesoría agrícola, apoyo a las actividades culturales de las escuelas y muchos otros temas de gran interés para la comunidad.

Gracias a esta nueva programación de las radio-escuelas se logró:

- Dar a conocer la zona, sus valores y problemática
- Capacitar para el trabajo a grupos organizados
- Fomentar el intercambio, solidaridad y servicio entre los grupos de las diferentes comunidades y rancherías (8).

Antonio Ocegüera (Com. y Cultura Vol, 8 pag. 36), puntualiza que "cuando las radio escuelas funcionaban y la emisora se concretaba a ser escuela radiofónica nunca faltó la colaboración de los principales del pueblo", ya que éstos consideraban que la emisora constituía un franco instrumento de unión y comunicación en la comunidad de Huayacocotla, lo que nos da una clara visión de los alcances positivos que se pueden lograr a través de una emisora de carácter educativo.

Hay, sin embargo, otros casos de radioemisoras que, si bien no tuvieron el éxito que se esperaba, trabajaron fundamentalmente bajo conceptos educativos. Tal es el caso de la radio primaria en San Luis Potosí, algunas series radiofónicas promovidas por dependencias oficiales y experiencias como la Radio Comunidad Indígena de Chiapas (9).

INEA (Instituto Nacional para la Educación de Adultos  
RADIOALFABETIZACIÓN: Una Alternativa para la Educación  
de Adultos:

Bajo la consigna de extender los servicios educativos al gran número de personas que viven lejos de las zonas urbanas y que ven reducidas sus posibilidades de acceso a la educación básica, el Instituto Nacional para la Educación de Adultos, apoya sus acciones de alfabetización en los medios electrónicos de comunicación masiva como son el radio y la televisión, brindando así a los adultos iletrados, la posibilidad de alfabetizarse, ejercitar la lecto-escritura y operaciones aritméticas fundamentales en poco tiempo.

Hasta el mes de septiembre de 1984, el INEA transmitió con la autorización y apoyo de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, un total de 4933 horas de las cuales, 4059 correspondieron a los programas de radio "Nuestras Palabras" y "Sembrar un Porvenir", y las 874 horas restantes fueron destinadas a la serie de televisión "El que sabe, sabe".

El programa de radio "Nuestras Palabras" mantuvo en 1984 una labor ininterrumpida de alfabetización en todo el país.

"Estos modelos de alfabetización con apoyo de la radio consisten básicamente en que el adulto que previamente ha sido inscrito y dotado en forma gratuita del material necesario, escuche en la radio las series transmitidas. Simultáneamente a cada programa de la serie, realiza ejercicios en sus cuadernos de trabajo, recibiendo el apoyo y la asesoría de un alfabetizador, y de ser posible, el de una persona conocida que lo ayude en su aprendizaje.

Para 1985 el INEA ofreció sus servicios educativos al 10% de la población adulta analfabeta del país, continuando con las series radiofónicas "Sembrar un Porvenir" y "Ahora es Cuando".

"Continuar con esta modalidad posibilita ofrecer a un mayor número de individuos que se encuentran alejados de las urbes y que tienen acceso a la radio, la posibilidad de alfabetizarse" (10).

Salvo esta encomiable labor de alfabetización, los intentos por llevar educación a todos los rincones de México a través de la radio no han sido lo suficientemente formativos como para permanecer en el cuadrante; sin embargo, y como lo veremos más adelante, el futuro de la radio formativa-educativa en nuestro país, se vislumbra prometedor, siempre y cuando se logren estructurar perfectamente las bases sólidas que harán posible una verdadera definición de radioformación.

Notas.c) Radio Educativa en México

1. MEJIA Prieto Jorge. Historia de la Radio y la T.V. en México. Pag. 210.
2. Ibídem. Pag. 202.
3. Comunicación y Cultura. Vol. 8 Universidad Autónoma Metropolitana. "Radio Mezquital, posibilidades de Comunicación Popular" , VALVERDE Orlando, pag. 23.
4. Ibídem. Pag. 24.
5. Op. cit. Pag. 26.
6. Ibídem. Pag. 27.
7. Ibídem. Pag. 34.
8. Ibídem. Pag. 35.
9. ROMO, Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. ITESO. Pag. 47.
10. Boletín INEA, No. 11. Febrero-Marzo de 1985, Pag. 17 .

d).- DESARROLLO HISTORICO DE LA RADIO EN GUADALAJARA.

Para la ciudad de Guadalajara, la industria de la radio constituye una parte muy importante de su historia como tal. Sin embargo, son muy escasas las fuentes locales a las cuales se puede recurrir en busca de información referente al desarrollo histórico de dicho medio de comunicación.

Una gran parte de la información que a continuación damos a conocer fue obtenida del Cuaderno de Difusión Científica No. 3 de Pablo Arredondo Ramírez editado por la Universidad de Guadalajara.

En Jalisco, la radiodifusión se inició en 1939 con la fundación de la emisora XEAD, que hoy conocemos como Radio Metrópoli perteneciente en aquel tiempo a la empresa Radio Sinfonía S.A. a cuyo frente estaba Alejandro Díaz Guerrero. En ese mismo año la XEHK, La Voz De Guadalajara S.A. inició sus transmisiones. Diez años más tarde en 1949, inició sus labores en Ciudad Guzmán, la primera estación radiofónica en el interior del estado, se trató de la XEBC de Radio Armonía, S.A.

A partir de entonces empezaron a surgir otras tantas emisoras en diferentes poblaciones del estado como La Barca, Ocotlán, Atotonilco y Ameca. Ya para fines de los años cincuenta en Jalisco había aproximadamente veinte estaciones, lo que nos da una idea de la fuerza que esta industria adquirió en el estado.

Pero, según sigue afirmando Arredondo Ramírez, el verdadero auge de la radio como medio de comunicación, arrancó en 1960 y se extendió a la década de los setentas debido a que, además del aumento en el número de estaciones de Amplitud Modulada, durante este tiempo empezaron a operar las estaciones

de Frecuencia Modulada. (1).

En 1941 se otorgó el permiso para que el Gobierno del Estado operara la primera estación NO Comercial en Jalisco, se trató de la XEJB, que entonces funcionaba sólo en la banda de AM, y que veinte años después, en marzo de 1962, inició sus transmisiones en Frecuencia Modulada.

Es hasta 1974 cuando surgió otra emisora de características no comerciales, la XHUG-FM, permitida a la Universidad de Guadalajara.

A medida que fueron surgiendo radiodifusoras, éstas tendieron a concentrarse en los lugares que representaban mercados altamente rentables para sus propietarios. Por ejemplo en 1984, Guadalajara absorbía el 56.45% de las estaciones de AM que funcionaban en el estado, y casi el 90% de las de FM.(2).

El material que presentamos a continuación, fue obtenido de una entrevista exclusiva que la revista REFERENCIA, No. 11 Junio de 1986, hiciera al señor Salvador de Aguinaga, locutor, productor, narrador, comentarista, programador y operador de cabina en las estaciones XECU, XELW, y XEHL de 1936 a 1951 en Guadalajara.

Como pioneros de la radio tapatza se mencionan a los señores Palos Sauza, Francisco E. Fregoso, Rafael Rubio Alatorre, y el señor Alejandro Díaz Guerra.

Entre los hechos más destacados de la historia de la radio en Guadalajara señala la emisión del 2 de marzo de 1939, cuando las personas escuchaban de rodillas la bendición Urbí et Orbí del Papa Pfo XI. Esa fue la primera transmisión desde el Vaticano y se escuchó con gran claridad.

Otros hechos significativos fueron la inauguración de la XEDQ en onda corta, filial de XED que empezó a transmitir en 1936.

Por otro lado, se inauguró el estudio de XELW frente al Parque Revolución en 1941, acústicamente acondicionado con un amplio escenario para acomodar a una gran orquesta.

En 1945 se reconoció oficialmente al Sindicato Unico de Trabajadores de la Industria de la Radio de Occidente, SUTIRO.

En noviembre de 1948 se inauguró la planta de la XEHL, con 10 mil watts de potencia.

El primer grupo radiofónico de Guadalajara fue Radiodifusoras de Occidente S.A. que agrupó a más de dos emisoras, creado por Alejandro Díaz Guerra. Agrupaba a las emisoras HL, AD, LT, BA, y JE (3).

El primer anunciante de la radio tapatza fue Tequila Saúz, en la XEAD y hasta la fecha continúa anunciándose en el medio.

En la entrevista se mencionan además los nombres de las primeras locutoras mujeres de la ciudad: en el año de 1939 obtuvieron sus certificados de aptitud: Aurora Cuesta Suro, No. 748, Lupita de la Mora No. 749, Paquita Carmona, No. 755, y Aurea Navarro Palomera No. 1317.

Al referirse a las épocas de la radio tapatza, el señor Aguinaga asegura, "la llamada época romántica de la radio fue en Guadalajara la mejor, Se suplían con imaginación, creatividad y talento, las limitaciones de los elementales recursos técnicos de que se disponía. El locutor era operador de cabi-

na y llevaba el control de los anuncios mediante su informe por escrito y firmado. Había en todas las emisoras programas "vivos" con elementos artísticos locales y nacionales"(4).

#### Panorama Actual de la Radio en Guadalajara

Con el objetivo de enterarnos y dar a conocer el panorama actual de la radio en Guadalajara, fui en busca de información estadística referente al tema.

La indagación comprendió: el Palacio de Gobierno del Estado, el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión la Cámara de la Industria de la Radio, Notisistema, Radio Comerciales, Sistema Radio Juventud y otras emisoras.

En todos estos lugares no pudieron proporcionar ningún dato estadístico porque no cuentan con concentraciones de información alusivas al tema; sin embargo, me orientaron respecto a que las agencias de publicidad y comunicación son las únicas, donde hasta ahora, se manejan estos datos.

Así pues, en la agencia Gutiérrez y Orvañanos Publicidad S.A. nos proporcionaron amablemente la siguiente información que a su vez proviene del Departamento de Investigación y Servicios de la Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A. con sede en México D.F.

Aunque lo que nos ocupa ahora es el caso de Guadalajara, manejaremos datos de los municipios aledaños a ésta que conforman la Zona Metropolitana:

	Prom. Hab. x Hogar	Penetra ción	RADIO HOGARES		
			1986	1987	1988
Guadalajara	5.56	89.3	313,727	323,423	333,420
Televisión	1.1	81.6	263,137	271,270	279,654
Tlaquepaque	5.83	83.7	35,677	37,745	39,933
Televisión	1.7	47.9	20,418	21,601	22,853
Tonalá	6.23	81.4	10,683	11,514	12,410
Televisión	2.1	38.3	5,026	5,418	5,839

-(5)-

"En la parte relativa a radio-hogares y tele-hogares la proyección se sustentó en datos censales de 1960 y 1970 incrementados a 1986, 1987 y 1988. Tomamos esta decisión a falta de datos oficiales. Las autoridades señalan que, probablemente, hagan públicos sus datos en este sentido en fechas posteriores. Si así fuera nos ocuparemos de comunicarlo más adelante en un apéndice". (Directorio del Departamento de Investigación y Servicios de la Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A.)

A manera de referencia, presentamos estos datos sobre la población de la zona metropolitana de Guadalajara:

	Increm. Anual	Pob. Econ. Activa	HABITANTES		
			1986	1987	1988
Guadalajara	3.09	33.83	1,952,007	2,012,340	2,074,538
Tlaquepaque	5.80	31.72	248,644	263,054	278,300
Tonalá	7.78	31.87	81,780	88,145	95,006
Zapopan	9.61	32.33	674,599	739,401	810,428
Total del Area Metropolitana:	4.84	33.33	2,957,029	3,102,941	3,258,273

HOGARES	1986	1987	1988
Guadalajara	351,318	362,176	373,370
Tlaquepaque	42,625	45,096	47,710
Tonalá	13,123	12,145	15,246
Zapopan	120,446	133,016	144,697
TOTAL	527,512	553,433	581,023

El Departamento de Investigación y Servicios de la Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A., explica así cada una de las columnas anteriores:

Promedio de Habitantes por Hogar:

Promedio obtenido del censo de 1980 en relación con la población y hogares existentes.

Penetración de Radio y Televisión:

Se trata del porcentaje de hogares en la localidad que poseen uno o más aparatos de radio y televisión debiendo tomar en cuenta la observación hecha sobre metodología (nota 5).

Factor comparativo de penetración de radio y t.v.:

Esta columna marca la diferencia proporcional en la penetración de radio y televisión, tomando en cuenta el siguiente razonamiento:

Si en una plaza la penetración de televisión es de 20% (20% de hogares con televisión), y la de radio es de 80% (80% de hogares con radio), la proporción es de 4 radios por un televisor. En base a esta conclusión y sin apartarnos del mismo ejemplo, la cantidad de receptores alcanzados con 10.0 de rating por una televisora, es igual al número de aparatos que logra una radiodifusora con 2.5 puntos de rating.

Incremento Anual:

Esta columna presenta el incremento correspondiente a un año, tomando en cuenta como base los censos de 1970 y 1980 el cual es calculado logarítmicamente para ser lo más exacto estadísticamente.

Por ejemplo: 1987, la población de 1980 más el incremento logarítmico correspondiente a 1987, y así con 1986 y 1988.

---

Número de estaciones radiofónicas en la zona Metropolitana:  
41 en total: 22 en banda de Amplitud Modulada, y 19 en la de Frecuencia Modulada.

Ahora bien, 39 de esas estaciones están integradas en trece grupos radiofónicos:

Grupo ACIR, Grupo DK, Grupo HK, Organización DIR, Núcleo Radio Guadalajara, Promomedios de Occidente, Radio Comerciales, Sistema Radio Juventud, Stéreo 99, Señal 90, Stéreo Rey-FM Globo, Sistema Radiópolis, y la Voz de Guadalajara.

Notas.-d).- Desarrollo Histórico de la Radio en Guadalajara

1. Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos. Inclu. en: LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN JALISCO. ARREDONDO Ramirez Pags. 34 y 35.
2. Ibdem. pags. 38 y 39.
3. Revista REFERENCIA. No. 11, Mayo de 1986. Pag. 14. Ed. Agencia de Comunicación Rojas Mendoza y Asoc. Guadalajara, Jal.
4. Ibdem. Pags. 14, 15 y 16.
5. "La aplicación matemática de la metodología planteada es correcta en las pruebas practicadas por lo que infiero es correcta en todos los puntos del reporte. Si bien la metodología aplicada es más aceptable para proyecciones de índole financiero, su uso con fines demográficos a corto plazo con desviaciones poco significativas, es permitido, por lo que en mi opinión, las cifras que arroja el estudio, consideradas como herramienta evaluativa son sumamente objetivas y confiables, más como se ha asentado en años anteriores "sin llegar a ser un trabajo de estricto orden científico"

Actuario Sergio Torres Cross  
Ced. Prof. 760 695

En el directorio ya mencionado.

## RESUMEN DEL CAPITULO I

- El desarrollo de la radio como medio de comunicación se debe al trabajo de investigadores como Marconi (1897), Fesselden (1900), Lee de Forest (1908), y Sarnoff (1916), entre otros.
- En México, el Ingeniero Constantino de Tárnava fue quien instaló la primera estación de radio experimental en Monterrey en el año de 1919.
- En lo que se refiere a la radio educativa en el mundo, se presentan en este capítulo los casos específicos de Estados Unidos, Colombia, Sudán, Canadá, República Dominicana, Nigeria, Suecia, Corea del Sur, Camerún, Inglaterra, India y Japón.
- La radio mexicana incursionó en el terreno de las estaciones no comerciales en 1924 con una estación de la Secretaría de Educación que al poco tiempo de inaugurada se vió obligada a suspender las transmisiones.
- En cuanto a radio educativa propiamente, son pocas las experiencias. Las más importantes son: Radio Mezquital en Hidalgo, las escuelas radiofónicas de Huayacocotla Veracruz, la radio primaria de San Luis Potosí, y la radio Comunidad Indígena de Chiapas.
- También se lleva a cabo en nuestro país, una labor de alfabetización por parte del INEA, que en 1984 transmitió un total de 4059 horas en programas de radio.
- Salvo la labor de alfabetización, los esfuerzos por llevar educación por radio en México, no han sido suficientemente formativos como para permanecer en el cuadrante.

-Sin embargo, el futuro de la radioformación que proponemos se vislumbra prometedor, siempre y cuando se logren estructurar las bases sólidas que harán posible una verdadera definición de radioformación.

-Con respecto al desarrollo histórico de la radio en Guadalajara: ésta se inició en 1939 con la emisora XEAD. A partir de entonces, empezaron a proliferar otras emisoras en diferentes poblaciones del estado de Jalisco.

-El panorama actual de la radio tapatza incluye: 41 estaciones en total, 22 de las cuales funcionan en la banda de AM y las 19 restantes, en la de FM.

-39 de esas estaciones están integradas en 13 grupos radiofónicos.

-Además, en este capítulo se mencionan datos estadísticos sobre el panorama actual de la radio en nuestra ciudad, según investigaciones llevadas a cabo por el Departamento de Investigación y Servicios de la Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A.; los datos versan sobre: promedio de habitantes por hogar, penetración de radio y televisión, incremento anual de la población y número de radio hogares y telehogares.

## C A P I T U L O    I I

LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACION.

a).- LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACION.

La radio es un medio de comunicación que ejerce una determinante influencia en las actitudes individuales y colectivas del radioescucha.

Por sus características, es un medio de comunicación inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional.

Acerca de lo que es y significa la radio como medio, varios estudiosos del tema y personas que están involucradas en el mismo, han dado sus opiniones:

Rudolf Arnheim, alemán (1): "La radio no ha de considerarse como simple aparato transmisor sino como un medio para crear según sus propias leyes, un mundo acústico de la realidad".

Francisco L. Urquiza (1953) (2): "El radio, como medio de comunicación espiritual, llevado más allá de la simple función elemental de transmitir mensajes, ha adquirido categoría de verdadera actividad estética cuya sola y única arma es la palabra hablada, desprovisto de todo alíño extraño".

McLuhan: "La radio afecta íntimamente a la mayoría de la gente, de persona a persona, puede ofrecer un mundo de comunicación inesperada entre escritor, locutor y oyente".

Al igual que los otros medios de comunicación, la radio según Dennis McQuail (3), presenta características comunes que se pueden enumerar como sigue, aunque hay que aclarar que no precisamente siguen este orden estricto:

- 1.- Necesidad de una organización formal compleja.
- 2.- Dirigida a públicos amplios.
- 3.- Contenidos públicos, abiertos a todos.
- 4.- Públicos heterogéneos.
- 5.- Alcance simultáneo a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos unas de otras.
- 6.- La relación entre emisor y público es impersonal.
- 7.- El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

En cuanto a las características propias de la radio, éstas las clasificaremos de acuerdo al modelo empleado por Cristina Romo (4) porque es más adecuado que simplemente enumerar ventajas y desventajas del medio sin antes conocerlo.

Desde el punto de vista Auditivo, la radio sólo emite sonidos, y puesto que el sonido no tiene límites en cuanto a su origen y difusión, se esparce naturalmente, y puede ser percibido involuntariamente, lo que no pasa con la vista que está sujeta a la voluntad de la persona.

"El sonido tiene límites naturales, la imagen auditiva es más imprecisa que la visual; depende demasiado de la estructura psicológica y cultural del que lo escucha y por esta razón es capaz de hacernos evocar lo que nosotros queremos imaginar" (5).

Esta característica de exclusividad auditiva, presenta limitaciones para el receptor de los mensajes radiofónicos porque necesitan estar perfectamente atentos para poder captarlos y comprenderlos al momento de la emisión.

Por otro lado, la radio puede establecer comunicación con personas de cualquier condición educativa, social o cultural ; por eso es el instrumento ideal para llevar alfabetización ya que no se necesita una preparación previa para escucharlo.

Desde el punto de vista Sociológico es importante recalcar la transformación técnica que llevó a la radio, de ser un enlace entre dos personas alejadas (medio bidireccional), a convertirse en un medio capaz de llegar a grandes masas que se reúnan para escucharlo, (medio unidireccional).

Posteriormente, con la invención del transistor, la radio se transformó en medio portátil y por lo tanto, de recepción personal.

Salvando todo tipo de obstáculo geográfico, la señal de la radio llega a un número inmenso de oyentes, que pueden enterarse de los acontecimientos en el mismo momento en que éstos ocurren, dada la condición de instantaneidad del medio. Además, al mismo tiempo que se escucha la radio, el receptor puede realizar cualquier otra actividad, lo que no ocurre con ningún otro medio de comunicación, además, el oyente puede apagarlo o encenderlo a su entera voluntad.

Desde el punto de vista Psicológico se observan las siguientes características (7) :

- "La radio sólo emite sonidos (voces, música, efectos sonoros), por lo tanto, sólo tiene acceso a un sentido: el oído. Sus restricciones se refieren especialmente a la imagen visual y con respecto a la palabra escrita carece de la "fuerza de lo permanente". En el flujo sonoro no hay evidencia de la reacción'
- La fluidez del mensaje de la radio (rapidez) y la ceguera in -

voluntaria a la que somete al auditorio produce en él mismo distracción sensorial, sobre todo visual.

-La radio es sugestión. Lanza su mensaje y el radioescucha echa a volar su imaginación (de acuerdo a sus circunstancias, su formación, medio ambiente, etc.). Por lo tanto va a interpretar personalmente ese mensaje y de acuerdo a su fantasía le dará forma al mismo.

-El mensaje de la radio está en el terreno de lo abstracto; desde el punto de vista intelectual propicia la captación de conceptos.

-La radio produce introversión. Se dirige al individuo personalmente. El radioescucha así lo siente, medita y piensa, mientras que la imagen visual produce extroversión, disipa la atención. La radio provoca el aislamiento e individualidad. Es una invitación a la soledad.

-El público de la radio no necesita de un entrenamiento especial para recibir el mensaje, no se necesita saber leer y escribir.

-Delante del aparato receptor no hay reacción colectiva, aunque sean millones los oyentes simultáneos de la misma transmisión.

Todas estas características psicológicas pueden variar dependiendo de la actitud que el radioescucha adquiere frente al aparato receptor. Porque habrá algunos que sólo OIGAN, es decir, que sólo perciban automáticamente los sonidos, y otros que, por el contrario, ESCUCHEN, que es lo mismo que prestar atención y razonar cada uno de los sonidos emitidos por la radio. "Oír no pone en juego más que a los conductos del oído. Escuchar engloba todo el circuito del pensamiento" (8).

En el siguiente cuadro ilustramos el porcentaje de retención de los sentidos (9):

FUENTE	RECEPCION	INMEDIATAMENTE o después de 3 d.	DESPUES DE 3 días
Verbal	OIDOS	60%	10%
Visual	OJOS	72%	20%
Audiovisual	OJOS Y OIDOS	85%	65%

Como se observa, "la recepción sólo auditiva tiene una enorme capacidad de olvido, pero a favor de ese 10% que se retiene se puede argumentar que es un conocimiento profundamente duradero, que es un producto de la reflexión. Sin duda, todo lo que se olvida es información que se percibió inmediata y superficialmente" (9).

Desde el punto de vista de la forma de Producción, este medio es barato, rápido y poco elaborado. Para la radio no hay fronteras ni de tiempo, ni de espacio. A través de él se pueden tratar una gran diversidad de temas que deberán captar la atención del radioescucha y mantenerla a lo largo de la emisión, siempre a través del uso correcto del código radiofónico formado por voz, música y efectos sonoros.

Es interesante tomar en cuenta que a través de la radio se propicia la reflexión y por tanto, el oyente crea, gracias a su imaginación, el ambiente y las dimensiones de la acción descrita por el locutor.

Una vez analizadas las características de la radio desde los anteriores puntos de vista, conozcamos a manera de referencia, otros puntos de opinión al respecto:

La Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones en España (FUNDESCO), a través del Grupo Tecnología Audioeducativa Análisis y Metodología de la Emisión Radiofónica No. 18 (TAE), las agrupa así:

- 1.- Llega a un público que se encuentra en el hogar dedicado a un quehacer o realizando un desplazamiento.
- 2.- El emisor no puede seguir las reacciones de la audiencia
- 3.- Instantáneo
- 4.- Instrumento a nuestro alcance que podemos poner en marcha o detener a voluntad.
- 5.- Se dirige a la intimidad del individuo
- 6.- Transmite sus mensajes por medio de conceptos
- 7.- La escucha se hace cada vez más individual.
- 8.- Destruye las barreras geopolíticas
- 9.- Mantiene al que escucha en la contemporaneidad
10. Sirve para contrastar opiniones y conocimientos
11. Nivelan las distancias lingüísticas entre comunidades heterogéneas.
12. Introduce técnicas de transformación
13. Abarata los costos de la difusión cultural y de la educación.

Los últimos cuatro puntos aumentan un poco más nuestro conocimiento acerca del medio.

Cuando se señala que la radio sirve para contrastar opiniones y conocimientos se deduce de inmediato el poder de refle -

xión que este medio proporciona para enriquecer el acervo cultural y social dentro del entorno familiar e individual de todo tipo de radioescuchas.

Las distancias lingüísticas, se refieren a las diferencias propias del lenguaje ocasionadas por la situación cultural, geográfica y socio-económica de los oyentes que son tan distintos entre sí. Ciertamente es que la radio transforma, pero además forma y por tanto educa.

Notas.-a).- La Radio como Medio de Comunicación

1. ARNHEIM, Rudolf. Estética Radiofónica. Ed. Gilli. Pag.88  
Inclu. en La Escritura Radiofónica de Fernando Curriel.  
Pag. 18.
2. URQUIZO, Francisco L. ...Al Viento, Teatro de radio que  
fue realidad. Ed. Marte, Pag. 9. Inclu. en Curriel op.cit.
3. McQUAIL, Dennis. Caracterfsticas de los Medios de Comuni-  
cación Masiva. Inclu. en Los Medios de Comunicación Colecti-  
va, compilado por Jaime Goded. De segunda mano citado  
por ROMO Cristina, Introducción al Conocimiento y Práctica  
de la radio. Pag. 5.
4. ROMO, Cristina. op. cit. Pag. 8
5. KAPLUN, Mario Producción de Programas de radio, Pag. 23 y  
24. Inclu. en ROMO. op. cit.
6. ROMO, op, cit. Paqs. 9 v 10.
7. ANDRES. Rafael. Psicología Radiofónica. Inclu. en ROMO. op.  
cit. Pag. 10.
8. MOLES Y SCHAEFFER son citados por ROMO, op. cit. Pag. 11
9. Tanto el cuadro como la cita aparecen en ROMO, op. cit.  
Pag. 11.
10. Ibídem. Pag. 12.

## b).- PROCESO DE TRANSMISION RADIOFONICA.

En este apartado se definirá el proceso de transmisión radiofónica, desde dos puntos de vista:

- 1.- Como proceso de comunicación y los elementos que intervienen en éste, y
- 2.- Como el procedimiento de radiodifusión necesario para que las señales se transformen en sonidos y lleguen a los aparatos de radio.

I.- Conoceremos primero los elementos que intervienen en el proceso de comunicación de la radio, donde, al igual que en los otros medios de comunicación social, la transmisión de mensajes radiofónicos involucra a un emisor, un canal, un mensaje, y un receptor.

El emisor o fuente es la persona o personas que desean enviar un mensaje y determinar su contenido. De esta forma, el guionista, el locutor, el comentarista, y todos los involucrados en la producción de una estación de radio, son emisores o fuentes. Estos tienen que tomar en cuenta el ambiente que rodea a los receptores, y antes de enviar su mensaje determinarán el formato, el estilo, la presentación, la periodicidad y las variantes del código radiofónico (voz, música y efectos sonoros) que más se acerquen a la realidad del radioescucha.

Canal. Una vez que la fuente o emisor elaboró su mensaje, éste se transforma en señal, la cual viaja por el aire que no es otra cosa que el canal gracias al cual la radio puede ser.

Notaremos entonces que lo que originalmente fue un mensa-

je, es ahora una señal capaz de pasar a través del aire y contener al mensaje.

Finalmente, el receptor del mensaje es el auditorio; es cada uno de los radioescuchas que se encargarán de decodificar la información enviada por el emisor. "Esta decodificación se verá afectada por lo que Maletzke llama el efecto del medio sobre el receptor, la presión del medio sobre el emisor, y la imagen que tiene el receptor del medio" (1).

Sin embargo, todos estos factores aunque no son detectables física ni fácilmente, son, en sí mismos, ruidos que obstruyen o modifican el proceso de transmisión radiofónico. Como tales, podríamos citar los distintos factores psíquicos, sociales, biológicos y culturales del auditorio, presentes en el momento de escuchar la radio.

II.- El proceso de la radiodifusión (difusión del sonido por medio del radio, que comprende radioemisión y radiorecepción), por su parte, permite que un número indefinido de aparatos receptores codifiquen la señal radiofónica propiciando que un número indefinido de personas que poseen aparato receptor de radio, escuchen todo tipo de programas.

"La radiodifusión se debe, principalmente, a la invención de la lámpara o válvula rectificadora en 1906 y del trfodo o lámpara de tres electrodos en 1910, realizada por el físico estadounidense Lee De Forest, sobre la base de la válvula termiónica de Fleming. Estas válvulas tienen por objeto "rectificar" o convertir las corrientes eléctricas alternadas en corrientes de una sola dirección, requisito sin el cual serían imposibles las comunicaciones radiotelefónicas (el sonido trans

mitido a distancia). Además, una serie de estas válvulas, con tres electrodos, permite amplificar la potencia de las ondas eléctricas, tanto en el proceso de transmisión como en el de recepción, de manera que puedan ser captadas y transformadas en sonido en cualquier parte del mundo. A los efectos de la radio difusión, cada estación tiene su propia longitud de onda. Esta onda se genera mediante la producción de corrientes eléctricas vibratorias de mucha potencia en las antenas, las cuales provocan en las antenas de recepción corrientes de la misma naturaleza, pero de potencia muy baja. Como la frecuencia de estas corrientes es demasiado alta para afectar directamente un altavoz, la naturaleza de la onda portadora es convenientemente modificada mediante un circuito eléctrico asociado, en que está insertado el micrófono. De esta manera, cuando por la acción del sonido se hace vibrar la membrana del micrófono, la corriente fluctuante que se origina modula la onda portadora, que luego de un proceso de amplificación pasa a la antena, para luego ser captada por los aparatos receptores y transformada en sonido por un proceso inverso, en línea general. Primitivamente se captaban los mensajes o transmisiones mediante aparatos receptores provistos de auriculares, pero éstos pronto quedaron substituidos por un sistema de amplificación de suerte que los sonidos transmitidos pueden ser oídos simultáneamente por muchas personas" (2).

La ruta que sigue la radiodifusión, puede comprenderse fácilmente a través de las seis fases siguientes que, aunque de manera muy general, ilustran acerca de los pasos medulares que se siguen para convertir los mensajes en señales y éstas de vuelta en mensajes, completando así, todo un sistema donde hay

elementos definidos, con sus respectivas funciones e interacciones.

La Primera Fase es la producción (acústica), que proviene ya sea de una estación radiofónica instalada especialmente para ese efecto, o bien de cualquier lugar desde donde se haga una transmisión o control remoto.

Segunda Fase, la onda acústica se transforma en corriente eléctrica por medio de un micrófono.

La corriente eléctrica varía cada instante para seguir rigurosamente la forma de la onda sonora; se le llama modulación o corriente de baja frecuencia. Las corrientes de salida de varios micrófonos son reguladas y mezcladas en la cabina de toma del sonido, colocada en la proximidad inmediata del centro de producción.

Tercera Fase, la distribución de la modulación a partir de un centro distribuidor de modulación que une a la vez a todos los centros de producción y a todas las emisoras.

Cuarta Fase, el transporte de la modulación primero desde el centro de producción hasta el centro distribuidor, luego desde este centro hasta las emisoras.

Se utiliza para este transporte una red de cables telefónicos especiales, llamados cables de gran distancia o bien, una red de emisores de radiotelegrafía que se comunican dos a dos (punto a punto), esta red se llama entonces red de cables Hertzianos.

Quinta Fase, la emisión o irradiación en la zona que se desea servir de la modulación. Los emisores tienen un triple objeto:

- a) Producen una oscilación radioeléctrica de frecuencia constante, llamada frecuencia de la onda portadora (alta frecuencia).
- b) Modula esta oscilación al ritmo de la corriente variable que reciben por cable.
- c) Difunden esta oscilación modulada haciéndola irradiar a partir de las antenas de emisión o transmisión.

Sexta Fase, la recepción por el usuario por medio de aparatos receptores. Los receptores comprenden:

- a) Una antena de recepción que recoge una fracción mínima de energía emitida por la antena de transmisión.
- b) Un sistema de amplificación de alta frecuencia que reproduce la corriente de baja frecuencia dada por el micrófono.
- c) Un sistema de amplificación de baja frecuencia.
- d) Un aparato que transforma la modulación eléctrica en banda sonora (3).

Así se integran gráficamente las seis fases a los dos tipos de proceso de transmisión radiofónica:

	EMISOR	CODIFICADOR	CANAL	DECODIFICADOR	RECEPTOR
1a. F.	X				
2a. F.		X	X		
3a. F.		X	X		
4a. F.			X		
5a. F.				X	
6a. F.					X

Por lo que toca a la distribución de programas, y de acuerdo con los estudios de Oliverio Heaviside, A. Keknells, y Sir Edward Appleton, sobre las propiedades de las capas electromagnéticas, diremos que se lleva a cabo en función de la longitud de onda de los emisores y de las horas de transmisión. De acuerdo a este principio existen cuatro diferentes tipos de ondas electromagnéticas:

- 1.- Onda Larga: Destinada a una pequeña zona, no ofrece dificultades y permite, en cambio, ofrecer programas permanentes.
- 2.- Onda Mediana: Las emisoras de ondas medianas cuyo alcance es limitado, están agrupadas en cadenas compuestas de estaciones que dan todas un mismo programa a la vez.
- 3.- Onda Corta: Cada centro de onda corta posee 10 o 12 emisoras susceptibles de funcionar sobre gamas diferentes y una serie de antenas dirigidas hacia zonas que queremos servir.
- 4.- Onda muy Corta: Destinada al servicio local únicamente.

Respecto a la radiodifusión, el modelo de Shannon (4), servirá de base para localizar a los elementos que intervienen en ella:

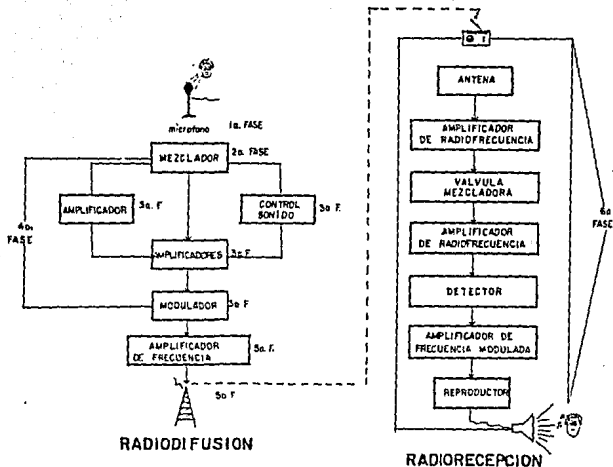
- a) Fuente o Emisor: es la estación de radio en sí misma.
- b) Codificador: el transmisor de radio que modula o cambia algunas de las características del mensaje transformándolo en señales propiamente dichas. Con más precisión, el codificador es la antena de la estación que emite al espacio la onda modulada.

- c) Canal: el aire por donde se desplaza la información a través de ondas Hertzianas.
- d) Receptor: el que recibe la información, capta la onda, la de tecta, la amplifica y la decodifica transformándola en el men saje original que dió lugar a la señal. En resumen es el aparato de radio.
- e) Destino: el radioescucha al que llega el mensaje una vez decodificado.

Existe otro elemento que se presenta con bastante frecuencia en el sistema comunicativo descrito por Shannon, el Ruido, que es toda interferencia existente entre el emisor y el receptor final del mensaje, y que, por consecuencia, ocasiona que és te se altere, distorcionando la transmisión.

"El ruido se presenta en la estación radiodifusora y en la ante na en donde se puede afectar la transmisión con una baja calidad de la señal, en el aire, en donde aparece como estática o interferencia, y en el receptor de radio en donde la baja calidad del mismo, las fuentes de energía y el medio ambiente, provocan ruido (en este caso auténticamente sonoro) haciendo que el mensaje resulte distorcionado" (5).

Para reafirmar nuestros conocimientos, el siguiente esquema nos ilustra el funcionamiento que sigue la señal para llegar convertida en sonido hasta los aparatos receptores de radio:(6)



El Proceso de RADIORECEPCION puede explicarse así:

- 1.- El punto de recepción de la señal radiofónica puede estar geográficamente muy lejos del lugar desde donde ésta se transmite. Por este motivo, la señal emitida por la antena, pierde potencia ocasionando que la antena receptora sólo capte una señal débil.
- 2.- Esta señal debilitada es amplificada, precisamente en el primer amplificador de radiofrecuencia del aparato receptor. Así, a mayor capacidad y eficacia de la antena receptora, mayor será la amplificación de la señal.

3.- La potencia suministrada al circuito de admisión del receptor debe ser suficiente para que pueda distinguirse del ruido causado por la temperatura del objeto al que se halla unida la antena. Por esta razón en los receptores se pierde la señal y se producen ruidos, mismos que deben reducirse al mínimo, para obtener una óptima recepción.

4.- Y precisamente para reducir esos ruidos, existen las válvulas mezcladoras con amplificadores de bajo nivel de ruidos.

5.- Cuando ya se amplificó la señal, un detector recupera la información moduladora de la onda portadora.

6.- Enseguida, esa información vuelve a ser amplificada para suministrar la potencia necesaria al altavoz. Esta amplificación la verifican los tubos de vacío y los transistores.

7.- Luego, un transductor transforma las corrientes eléctricas amplificadas procedentes del detector y del amplificador de modulación, en alguna forma de energía perceptible directamente por los sentidos. Un altavoz cambia las variaciones de la corriente eléctrica en variaciones equivalentes de la presión del aire (sonido) en torno a su cono de vibración.

Así es como escuchamos los sonidos, la música y las voces en nuestros aparatos de radio. Lo que en un principio eran señales eléctricas, a lo largo del proceso de radiorecepción se transformaron en sonidos que podemos captar a distancia.

Notas.-b).- Proceso de Transmisión Radiofónica

1. ROMO, Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. Pag. 7.
2. Diccionario Enciclopédico Abreviado. Tomo VI. Pag. 907.
3. Diccionario Enciclopédico Quillet Vol. 7 (radiodifusión).
4. ROMO, Cristina, op. cit. Pag. 6.
5. Ibidem, Pag. 6.
6. Enciclopedia Gran Sopena, Tomo 14. Pag. 7182.

c).- VENTAJAS DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACION.

En un apartado anterior se mencionaron ya las caracterfsti cas de la radio como medio de comunicaci3n, de suerte que la ma yorfa de ellas denotan claramente las ventajas del medio.

Concretizaremos en 3ste dichas ventajas para despu3s exami nar ampliamente una de ellas: la capacidad de la radio para con tribuir a formar y educar al radioescucha durante sus transmisio nes.

Difusi3n: La se1al de radio que comienza siendo el3ctrica, al salir de la antena viaja por el aire, a trav3s de campos magn3 ticos, por eso se convierte en ELECTRO-MAGNETICA, hasta llegar a la antena receptora, bajar al aparato receptor (que est3 conec tado a pilas o fuentes el3ctricas), para volver a ser s3lo se1al el3ctrica. De ahf al radioescucha, se convierte en se1al ACUS TICA.

Y es precisamente porque la se1al de radio viaja a trav3s del aire, que la difusi3n de los mensajes cualquiera que sea su ti po, es enorme, porque trasciende toda barrera geogr3fica.

Las distancias, como ya vimos, se miden en raz3n de la lon gitud de onda de cada emisora, misma que se determina de acuer do al equipo y frecuencia de transmisi3n de la estaci3n.

-En la radio tampoco hay l3mites de tiempo ni de espacio , porque al escucharlo podemos tra<sup>ns</sup>portarnos f3cilmente a luga res y 3pocas insospechadas con el s3lo hecho de imaginar lo que el guionista, apoyado por la m3sica, voz, efectos sonoros, y e lementos humanos, transmiten. Esta es una ventaja casi exclusi-

va de la radio si tomamos en cuenta que en la televisión nuestra vista detiene a la imaginación, que en un momento dado, se ve limitada por la propia imaginación del guionista, productor, director, camarógrafo y todos los elementos materiales y artísticos que intervienen en la elaboración de un programa.

Instantaneidad: la radiodifusión es, en esencia, una comunicación instantánea porque los radioescuchas pueden recibir la información en el momento mismo en que suceden los hechos.

Bajo costo de Producción: esta es una de las características más definitivas para considerarla como ventaja de la radio. Por la naturaleza misma de la radiodifusión los costos son muy bajos, el ejemplo está en que la mayoría de las poblaciones pequeñas del mundo cuentan con una estación de radio, que, aunque funcionan bajo condiciones precarias en cuanto a equipo y facilidades, contribuyen enormemente a llevar información, entretenimiento y formación a la comunidad.

Se dirige al individuo en forma personal, lo que puede contribuir a que el radioescucha medite el mensaje.

Escuchar la radio propicia el aislamiento y la soledad, con más razón ahora que los aparatos receptores son portátiles y por lo tanto, cada vez más pequeños. Lo que antes era motivo de reunión familiar o social, hoy se transformó en medio de entretenimiento casi completamente individual.

Nivela las distancias lingüísticas entre las comunidades heterogéneas.

Sirve para contrastar opiniones y conocimientos.

Ultimamente, la radio está pasando por cambios rotundos y

positivos, porque la gente involucrada en el medio ha empezado a manejar el concepto de transformación que el medio conlleva ; transformación en el aspecto técnico, y en el de fondo y contenido. Ahora sabemos que éste es un medio idóneo para abaratar los costos de la difusión educativa y cultural. Sin embargo, concebir a la radio como instrumento formativo lleva tiempo, se requiere antes que nada, del conocimiento concienzudo de sus características, sean positivas o negativas. Se necesita además , la preparación adecuada de aquellos que comunican a través de la radio.

d).- PROPIEDADES FORMATIVAS Y EDUCATIVAS DE LA RADIO.

Estamos tan acostumbrados a los símbolos escritos de la palabra, que una experiencia a base de "escuchar únicamente", puede parecernos desconcertadamente distinta. Sin embargo, escuchando de manera comprensiva, aún aquellas personas que no saben leer ni escribir están en posibilidades de comunicarse ampliamente.

Por siglos, la humanidad conservó sus tradiciones a través de relatos hablados. Los griegos, por ejemplo, aprendían principalmente gracias a que se comunicaban oralmente porque discutían a medida que iban aprendiendo.

Después, con la acelerada evolución de las invenciones técnicas fue posible usar muchos materiales impresos, en una época en que la palabra hablada llegaba sólo hasta donde llegaba la voz del orador.

Y resultó que gracias a la aplicación de la electrónica, los medios de comunicación social vencieron virtualmente todos los límites de la comunicación oral.

La apreciación de estos hechos es muy importante para los comunicadores que debemos emplear inteligentemente tanto los símbolos escritos como los orales.

Tomando en cuenta ésto, es, además de importante obligatorio, buscar la forma de aprovechar al máximo el carácter social de los medios de comunicación. Esa es la razón por la que proponemos tomar en cuenta muy seriamente a la radio en la labor extensiva de la formación y de la educación.

Una radio formativa educativa que no es exactamente lo que se conoce como "clases por radio" sino una radiocomunicación que forme en el sentido amplio de la palabra, es decir, que lleve a sesoramiento familiar, social e individual.

Conozcamos ahora las propiedades educativas que la radio nos ofrece:

Realismo:

Cuando los hechos son narrados de viva voz, adquieren mucha más impresión de realidad, porque el auditorio se traslada al escenario mismo de lo que se transmite. Además de la voz del locutor, los sonidos y la música que la acompaña es un vehículo seguro para echar a volar la imaginación. El sentimiento de participación que experimenta el radioescucha es un estímulo para el aprendizaje.

"Una emisión radial despierta probablemente un mayor sentido de participación que otros tipos de presentación audiovisual porque los oyentes la asocian con algo que está sucediendo en ese momento" (1).

Impacto Emocional:

La radio transmite la sensación del drama, lo que obviamente crea un impacto emocional en quien lo escucha. De esta manera, contribuye bastante a asimilar el contenido de los programas y por consiguiente, fomenta el aprendizaje. Incluso la música sola, la voz o algunos sonidos aislados pueden comunicar una profunda experiencia emocional.

Por ejemplo, si queremos orientar acerca de los accidentes

que pueden suceder en nuestro hogar y las medidas precautorias necesarias para evitarlos, será conveniente dramatizar el programa de forma tal que provoque un efecto emocional y mueva a los oyentes a prestar atención respecto de los cuidados que deben tener en sus hogares; sin embargo, es recomendable que tal dramatización mantenga un balance perfecto con la realidad y naturalidad para no caer en el error de ser exagerados y mucho menos crear un efecto contrario al deseado.

#### Presentación de Especialistas:

Al hacer un programa de radio se puede echar mano de todos los recursos disponibles para tal efecto, y el invitar especialistas en ciertos temas es una buena forma de demostrarlo. En la estación de radio pueden presentarse todo tipo de especialistas para acrecentar y apoyar los conocimientos aportando sus comentarios y sugerencias de viva voz.

#### Economía del Medio:

Si llevar formación y educación a cada poblado y ciudad de nuestro país resulta muy costoso, más costoso resulta entonces pensar en el planeamiento y desarrollo de programas que lleguen constantemente a auditorios formados por personas muy distintas en cuanto a edad, condiciones socio-culturales, y que se encuentren separadas geográficamente.

Percatémonos de que en el párrafo anterior mencionamos de nueva cuenta las propiedades de la radio.

#### Ventajas Inherentes al Medio:

La radio, gracias a sus propiedades particulares, establece comunicación adecuada para todo tipo de aprendizaje de cosas útiles e interesantes en los aspectos social, familiar e individual.

Notas.-

d).- Propiedades formativas y educativas de la radio

1. FORSYTHE, Richard O. La Educación en la Era Tecnológica.  
Pag. 268.

e).- PROBLEMAS ESTRUCTURALES DE LA RADIO FORMATIVA-EDUCATIVA.

Aprender de la radio es tan fácil como escuchar atentamente los mensajes que emanan del medio. Sin embargo, esos mensajes pueden tomar muy distintos caminos si no son elaborados y enviados correctamente.

Los programas radio-educativos ciertamente han funcionado en algunos lugares del mundo, donde los resultados han sido positivos en cuanto a que se llevó educación a lugares y comunidades alejadas y marginadas; también se lograron excelentes resultados en materia de radioalfabetización de adultos, como lo demuestran los programas del INEA (ver página 28); sin dejar a un lado, por supuesto, el hecho de que la radio se convirtió en muchos casos, en una extensión del salón de clases, con resultados muy favorables.

Estos acontecimientos nos llevan a entender a la radio como medio idóneo para llevar a cabo una formación continua que no precisamente encaja en los patrones o propiedades de la educación básica formal, pero que constituye una opción para aprender cosas interesantes y necesarias, a través de un diseño atractivo y bien planeado de la programación diaria.

Naturalmente esto resulta muy favorable en nuestro medio, por ejemplo, donde hay un enorme número de personas que por diversos motivos, casi siempre económicos, suspendieron su educación básica formal, pero desean aprender más, para mejorar sus condiciones de vida personal y las de la comunidad a la que pertenecen.

Pero frente a este extenso panorama de posibilidades de la radio en el campo formativo y educativo, existe un número elevado de problemas estructurales que hay que resolver para planificar una estrategia de comunicación que una las necesidades formativas de una comunidad determinada, con buenos programas de radio que las satisfagan.

Antes de citar esos problemas estructurales es necesario aclarar que lo que esta tesis propone no es una radiodifusora nueva que responda exclusivamente a los términos de "Escuela Radiofónica" que señala la Ley Federal de Radio y Televisión en sus artículos 81, 82 y 83, sino una perspectiva de lo que las emisoras de la ciudad de Guadalajara pueden llevar a cabo mediante la reestructuración de su programación diaria.

Hecha esta aclaración, citaré a continuación algunos de esos problemas estructurales que enfrenta nuestro proyecto:

-Puesto que las radiodifusoras funcionan administrativamente como empresas, habrá que resolver el problema de su sostenimiento como tal,

Considerando:

a) Cubrir necesidades técnicas:

-componentes básicos que le permiten salir al aire,

-mantenimiento de ese equipo con sus respectivas repeticiones de piezas.

-personal debidamente capacitado para el mantenimiento de dicho equipo.

"Los requisitos técnicos del medio exigen una organización, no importa el tamaño, con una clara distribución de funciones, efi

cacia administrativa y previsión" (1).

b) Conocer perfectamente los hábitos de escucha del receptor potencial, para de allí partir a diseñar la programación.

c) Lograr la participación del radioescucha en los contenidos de la programación, introduciendo para esto, programas de más cercanía al receptor.

-captando llamadas telefónicas que expresen opiniones de los radioescuchas.

-haciendo entrevistas al público.

-llevando a cabo sondeos sobre problemas concretos de ciertos sectores de la comunidad (2).

d) Definir la orientación de la radiodifusora.

-su programación (contenido, forma y lenguaje)

-su clasificación dentro del ámbito legal mexicano, a saber : comercial, oficial, cultural, de experimentación, escuela radiofónica, o de cualquier otra índole.

e) Buscar el financiamiento para sostener la empresa:

-Publicidad para estaciones comerciales.

-Fondos provenientes de diversas fuentes nacionales e internacionales: Iniciativa Privada o Sector Oficial.

f) Definir la organización interna de la emisora:

-hacer una clara distribución de funciones y responsabilidades.

-establecer planes de acción a corto, mediano y largo plazo.

g) Seleccionar el personal capacitado y especializado en la materia:

-esto incluye a personal técnico, creativo y administrativo.

Notas.-e).- Problemas Estructurales de la radio formativa educativa

1. PEREZ, Sánchez José F. Area de Problemas de la radio educativa, primera parte. Inclu. en Textos Escogidos No. 6 ITESO 1985. Guadalajara . Pag. 2.
2. Ibidem. Pag. 5.

RESUMEN DEL CAPITULO II

- La radio es un medio de comunicación inalámbrico que envía señales sonoras a distancia.
- Es el medio ideal para alfabetizar, llega a personas de cualquier nivel social, educativo o cultural.
- No se requiere preparación previa para escucharlo.
- Sociológicamente, es un medio capaz de llegar a grandes masas de personas (medio unidireccional).
- Salva toda barrera geográfica y llega a un gran número de radioescuchas.
- Es un medio instantáneo, el oyente puede enterarse de los acontecimientos en el momento mismo de la acción.
- El receptor puede realizar cualquier otra actividad al oír la radio.
- Psicológicamente, la radio sólo emite sonidos y silencios.
- La radio lanza su mensaje y el oyente echa a volar su imaginación, de acuerdo a sus circunstancias, formación, medio ambiente, etc. El radioescucha interpreta personalmente el mensaje y de acuerdo a su fantasía, le da forma.
- Produce introversión. Se dirige al individuo personalmente.
- Delante del aparato receptor no hay reacción colectiva, aunque son millones los oyentes simultáneos de la misma transmisión, como ya lo mencionamos.
- Todas estas características variarán de acuerdo a la situación del oyente, porque habrá quienes OIGAN y otros que en cambio ESCUCHEN los mensajes.
- Nivela las distancias lingüísticas entre las comunidades hete-

rogéneas.

- Es un medio barato en cuanto a producción.
- Se pueden tratar en su programación, todo tipo de temas, abordando épocas y acontecimientos muy variados también.
- Abarata los costos de difusión cultural y de la formación y educación.
- En cuanto al proceso de transmisión radiofónica, éste se describe desde dos puntos de vista: como proceso de comunicación, y como el procedimiento de radioemisión y radiorecepción.
- Esta tesis no propone la creación de una escuela radiofónica, como lo marca la Ley Federal de Radio y Televisión, sino una radiocomunicación que lleve asesoramiento individual, familiar y social.
- Las propiedades formativo-educativas de la radio son: impacto emocional, realismo, presentación de especialistas, economía del medio, y las ventajas inherentes al medio.
- Nuestro proyecto se enfrenta a algunos problemas estructurales, que como empresa habrán de resolverse.

**C A P I T U L O    I I I****ESPECTATIVAS DE LA RADIO  
FORMATIVA-EDUCATIVA  
EN GUADALAJARA.**

a).- PANORAMA DE LA PROGRAMACION RADIOFONICA EN GUADALAJARA.

A través de este capítulo analizaremos el panorama de la programación radiofónica y las expectativas de la radio en el campo formativo-educativo, desde el punto de vista de los grupos radiofónicos y de los radioescuchas; para finalmente concluir las posibilidades reales que existen de fomentar las transmisiones de mensajes que enriquezcan los conocimientos y formación de los oyentes.

El panorama actual de la radio tapatza se presenta así: en la zona Metropolitana hay un total de 41 estaciones, de las cuales, 22 pertenecen a la banda de Amplitud Modulada y las otras 19 a la banda de Frecuencia Modulada.

Para efectos de nuestra investigación, escuchamos cada una de las estaciones del cuadrante, y detectamos aquellas que transmiten mensajes de orientación formativa-educativa ya sea en formato de programa o bien en cápsulas esporádicas. A estas últimas, las señalamos en el siguiente listado con la letra X.



\_\_\_\_\_ XEKB

Canal 14-10 Establecida en 1959

Frecuencia: 1.1410 Khz Potencia: 8 mil watts

Transmite las 24 horas

Música moderna en español e instrumental

---

X XEMIA

Radio Felicidad

Frecuencia: 850 Khz Potencia: 1000 watts

Transmite de 7:00 a 01:00 hrs.

Música variada.

---

\_\_\_\_\_ XEPJ

Radio Capital

Frecuencia: 1.370 Khz<sup>1</sup> Potencia: 1000 watts

Transmite de 7:00 a 01:00 hrs.

Música moderna en español.

---

X XELT

Radio Deportiva

Establecida en 1944

Frecuencia: 920 Khz Potencia: 1000 watts

Transmite de 6:00 a 23:00 hrs.

Deportes, música en español, entrevistas, comentarios, reportajes, y temas de actualidad.

Noticiero: Notisistema.

---

X XEQP

Radio Variedades

Establecida en 1950

Frecuencia: 1,280 Khz Potencia: 500 w día 250 noche

Transmite de 7:00 a 1:00 horas.

Música moderna en español

Noticiero: NOTIOIR

---





\_\_\_\_\_ XEAV

Radio Guadalajara Canal 58                      Establecida en 1942  
Frecuencia: 580 Khz                      Potencia: 10 mil watts  
Transmite de 6:00 a 01:00 hrs.  
Música en español, noticias, deportes

---

  X   XEBA

Sonido 82    Establecida en 1950  
Frecuencia: 820 Khz                      Potencia: 110 mil watts  
Transmite las 24 horas  
Música en español, e inglés. Dos melodías seguidas por un  
corte comercial.  
Noticiero: Notisistema

---

\_\_\_\_\_ XEBBB

Radio Cañón    Establecida en 1980  
Frecuencia: 1.040 Khz                      Potencia: 5 mil watts  
Transmite música de grupos y solistas norteros, tropicales,  
rancheros, baladas y chicanas.  
Noticiero: En Resumen

---

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA









A continuación exponemos algunos ejemplos de mensajes formativo-educativos que transmiten las emisoras de Guadalajara señaladas anteriormente:

#### CAPSULAS

##### "Temas para Escuchar y Comentar"

Se transmiten en las estaciones del grupo Radio Comerciales, lo produce Notisistema, y sus horarios son variados, aunque casi siempre acompañan al noticiero del mismo nombre, por que lo gran captar a muchos radioescuchas.

Duración aproximada: de 20 a 30 segundos. Su contenido versa sobre temas interesantes, insólitos, y curiosos que aportan conocimientos a quien los escucha.

##### "El Conocimiento es una Onda de Alegría"

Estas cápsulas se transmiten en todas las estaciones de Radio Comerciales; su contenido abarca diferentes áreas del conocimiento como ciencias sociales, historia, geografía, datos sobre personajes importantes. En cada estación del grupo se radiodifunden un total de 15 cápsulas diarias. Duración aproximada: de 20 a 30 segundos.

##### "El Mensajero de la Salud"

Cápsula que se transmite a través de las estaciones del Grupo ACIR; orientan al público acerca de los cuidados que se deben tener para conservar la salud familiar o individual. Duración aproximada: de 20 a 30 segundos.

##### "Algo Breve sobre alguien Grande"

Esta cápsula se transmite en las emisoras del grupo OIR, es elaborada por el propio grupo, y como su nombre lo indica, trata sobre datos interesantes de personajes importantes de la histo-

ria, la cultura o la ciencia. Duración aproximada: de 20 a 30 segundos.

#### "Ecos Revolucionarios"

Estas cápsulas las elabora la organización OIR y se transmiten sólo en el mes de Noviembre para conmemorar la Revolución Mexicana. Duran aproximadamente de 8 a 10 minutos y son seguidas de música alusiva a la Revolución.

#### "Temas de Nuestro Tiempo"

Estas cápsulas son transmitidas en las emisoras del Sistema Radio Juventud ocho veces al día, e ilustran al radioescucha sobre cultura, superación personal, formación familiar, y otros temas de interés general. El grupo las recibe del extranjero. Duración aproximada: de 1 a 3 minutos.

#### "El Hábito hace la buena costumbre"

Cápsula que produce Notisistema, y acompaña al mismo noticiero. Orienta al público en cuestión de buenos hábitos como la puntualidad, el ahorro de luz y agua, el respeto a los buenos modales y a todo lo que nos rodea. Duración aproximada: 20 segundos.

### PROGRAMAS

#### Amanecer Vital

Programa de cobertura local, que transmite temas de interés general para los radioescuchas. Todos los días de 7:30 a 8:00 de la mañana se transmite en las estaciones del grupo ACIR Guadalajara.

#### Radio Metrópoli en el Hogar

Programa matutino con temas de interés para las señoras amas de casa, con consejos prácticos sobre decoración, la cocina, la e-

conomía familiar, la salud, con la presencia de especialistas en diversos temas que los mismos radioescuchas prefieren de acuerdo a sus llamadas telefónicas y cartas dirigidas a la emisora. Se transmite diariamente de 10 a 11 de la mañana.

#### Conoce tus derechos

Se transmite martes y jueves de 6:00 a 6:30 de la tarde en XEWK "W" Guadalajara, Cuenta con la asesoría de un abogado para resolver dudas sobre cuestiones legales que llegan por medio del teléfono o la vía postal.

#### El Mundo Mágico

Programa infantil que transmite W Guadalajara los sábados de las once a las doce de mediodía. Su contenido abarca aspectos históricos mexicanos, cuentos, música y consejos útiles para los niños. Hay participación del auditorio por la vía postal.

#### Para Tí Mujer

Programa que se transmite a través de W Guadalajara, de 10:30 a 11:30 de la mañana. Como su nombre lo indica, está dirigido al auditorio femenino de todas las edades. En el programa participan especialistas en los diversos temas que se tratan al aire, como médicos, psicólogos, sociólogos, nutriólogos, entre otros, que, con sus comentarios, resuelven las dudas y comentarios de las radioescuchas que llaman a la estación o envían correspondencia.

#### La Universidad Autónoma de Guadalajara al Aire

Se transmite a través de W Guadalajara, todos los días de 6:30 a 7:00 de la tarde. Profesores, alumnos, y funcionarios de las distintas escuelas y facultades de la Universidad, participan en el programa para dar a conocer al oyente, los avances

en las distintas áreas del conocimiento como medicina, comunicación, desarrollo de la comunidad, derecho, administración, odontología, etcétera. El público participa por medio de llamadas telefónicas.

#### Cursó de Nutrición Vegetariano

Se transmite por "W Guadalajara" de lunes a viernes de 11:30 a 12:00 P.M. En el estudio se presenta un experto de esta rama para orientar al público que hace llamadas o escribe a la emisora para que les den recetas o consejos sobre nutrición.

#### Sólo para Hombres

Se transmite en Radio Metrópoli de 5 a 6 de la tarde todos los jueves. Consiste en consejos y charlas de interés para los hombres, como su nombre lo indica. Por ejemplo consejos para ahorrar combustible en los automóviles, cómo arreglar desperfectos en los mismos, psicología, integración de la familia, superación personal, ejercicio, vida en pareja, etcétera. Hay participación de especialistas en el estudio, que contestan las preguntas del auditorio hechas por teléfono o por carta.

#### NOTICIEROS

Canal 58: Información nacional, internacional, y predominantemente local, sin pasar por alto los deportes. Se transmite cada dos horas en las estaciones del grupo Núcleo Radio Guadalajara. Duración aproximada: de 3 a 10 minutos.

Notisistema: "Cada hora en la Hora". Noticiero de cobertura nacional que llega a la región Occidente y Noroeste del país. Se transmite información nacional, internacional, deportiva y local.

Se transmite cada hora como lo indica su nombre en las estaciones del grupo Radio Comerciales.

NotiOIR: Información local, nacional, deportiva e internacional. Se transmite cada dos horas en las estaciones del grupo OIR. Duración aproximada: de 3 a 10 minutos.

En Resumen: Información local, nacional, deportiva e internacional, se transmite en las estaciones del grupo Promomédios de Occidente. Duración aproximada: de 2 a 5 minutos.

b).- LA OPINION DE LOS GRUPOS RADIOFONICOS DE GUADALAJARA.

Como se observó en el apartado anterior, el panorama de la programación de radio indica que sí se transmiten mensajes formativo-educativos en algunas estaciones de radio de Guadalajara.

Sin embargo, para conocer las expectativas reales que hay en la ciudad de fomentar la formación y educación continua a través de la radio, llevamos a cabo una investigación casi exhaustiva que comprendió trece empresas de radio, las que a su vez, agrupan a la mayoría de las estaciones comerciales de la zona metropolitana.

Análisis de la Investigación

La investigación se hizo en base a 13 unidades, por medio de encuestas dirigidas a personas involucradas en la programación de las radiodifusoras.

El cuestionario base de la encuesta que constó de doce preguntas, es el siguiente:

- 1.- ¿En las estaciones que pertenecen a este grupo radiofónico, transmiten mensajes formativo-educativos?
- 2.- ¿Esos mensajes se transmiten en horarios definidos o esporádicamente?
- 3.- En caso de que se transmitan en horarios definidos, por favor indíquelos:
- 4.- En caso de que se transmitan esporádicamente, señale cuántas veces al día:
- 5.- Esos mensajes ¿los estructuran ustedes o los reciben de alguna dependencia específica?
- 6.- Por favor señale con una X las áreas del conocimiento que a

barcan esos mensajes: (historia, arte, salud, cultura, formación familiar, formación social, superación personal, economía familiar, política, gubernamental, educación formal, otras)

7.- Tienen ustedes verificación de las respuestas de los radio-escuchas hacia esos mensajes?

8.- ¿Cómo realizan esa verificación ?

9.- Con base a esas respuestas, ¿el grupo considera que deben fomentarse ese tipo de mensajes?

10.-En caso de respuesta afirmativa, favor de señalar el o las áreas en que debe hacerse tal fomento: (son las mismas que se señalan en la pregunta 6).

11.-En base a su experiencia, ¿qué perspectivas existen para utilizar a la radio en la transmisión de programas de educación formal?

12.-¿Considera usted que la radio como medio de comunicación es un instrumento importante para elevar el nivel formativo-educativo de la sociedad tapatza?

#### Interpretación del Cuestionario

-La primera pregunta sirvió para saber si los grupos conocen si transmiten mensajes formativo-educativos.

-Las preguntas número 2, 3, y 4 sirvieron para conocer los horarios y el número de veces diarias en que transmiten los mensajes.

-La pregunta número 6 trató sobre el contenido de los mensajes, en caso de existir, presentando para ello once áreas definidas: historia, arte, salud, cultura, economía familiar, formación familiar, formación social, política, gubernamental, superación personal, educación formal y una opcional identificada con la pa

labra "otras".

-La pregunta número 7 sirvió para saber si los grupos de emisoras recibían respuesta de los radioescuchas hacia los mensajes en cuestión. Así nos percatamos de la retroalimentación que hay en el proceso de comunicación inherente a la radio.

-También alusiva a la verificación de respuestas, la pregunta número 8 cuestionó cómo se llevaba a cabo la verificación para ratificar la naturaleza de la retroalimentación.

-La pregunta número 9 indagó para saber si el grupo estaba o no a favor de fomentar ese tipo de mensajes en base a las respuestas de los receptores.

-La pregunta número diez, por su parte, buscó conocer el o las áreas en que debe incrementarse el número y la calidad de los mensajes, para lo que se presentaron como opciones los mismos temas que en la pregunta número 6.

-La pregunta número 11 es abierta a la opinión del grupo acerca de las perspectivas que existen de utilizar a la radio para llevar educación formal a la población.

-Finalmente, y al igual que la anterior, la pregunta número 12, busca la opinión del grupo pero esta vez, acerca de considerar a la radio como instrumento importante para elevar el nivel formativo-educativo de la sociedad tapatía.

Es importante recalcar que estas últimas preguntas son de gran valor para nuestra investigación, porque los resultados que arrojen las encuestas serán reflejo contundente del pensar de las empresas radiofónicas de Guadalajara sobre la importancia de su penetración como medio, y la responsabilidad que ésto implica

frente a la comunidad.

Resultados de la Investigación

Los cuestionarios se aplicaron a estos trece grupos radiofónicos:

- Radio Comerciales S.A.
- Notisistema
- Sistema Radio Juventud
- Señal 90
- Stéreo 99
- Promomédios de Occidente
- Sistema Radiópolis "W" Guadalajara
- Grupo ACIR
- Grupo OIR
- Stéreo rey- FM Globo
- Grupo DK
- Núcleo Radio Guadalajara
- La Voz de Guadalajara.

Los resultados que arrojaron estos cuestionarios se presentan a continuación a manera de tablas de porcentajes que dan una idea general de la realidad que maneja la radio tapatía frente a la formación de los ciudadanos.

b).- La Opinión de los Grupos Radiofónicos :

1.- TRANSMITEN MENSAJES FORMATIVO-EDUCATIVOS:

SI	61%
NO	39%
TOTAL	100%

Ya que el resultado anterior indica que el 61% de los grupos radiofónicos transmiten mensajes formativo-educativos, a partir de la pregunta número 2 y hasta la número 10 se manejan sólo las 8 emisoras que representan ese porcentaje.

2.-

EN QUE HORARIOS LOS TRANSMITEN:

Horarios definidos	38%
Esporádicamente	12%
Ambos	50%
TOTAL	100%

3.- HORARIOS DEFINIDOS:

Indicaron horarios	62%
No indicaron	38%
TOTAL	100%

4.- ESPORADICAMENTE:

Indicaron cuántas veces al día	62%
No indicaron cuántas veces	38%
TOTAL	100%

## 5.- QUIEN ELABORA ESOS MENSAJES:

Los Grupos los estructuran	38%
Los reciben de alguna dep.	37%
Los estructuran y los reciben	25%
TOTAL	100%

## 6.- QUE AREAS ABARCAN ESOS MENSAJES:

Historia	7%
Arte	7%
Salud	14%
Cultura	14%
Economía Familiar	12%
Formación Familiar	16%
Formación Social	9%
Política	2%
Gubernamental	5%
Superación Personal	9%
Educación Formal	0%
Otras	5%
TOTAL	100%

## 7.- VERIFICACION DE RESPUESTAS DEL AUDITORIO:

Tienen Verificación	62%
No tienen verificación	38%
TOTAL	100%

8.-	CONPRUEBAN VERIFICACION	
	Comprueban verificación	62%
	No la comprueban	38%
	TOTAL	100%

9.-	FOMENTAR MENSAJES FORMATIVOS	
	A Favor	88%
	En Contra	12%
	TOTAL	100%

10.-	EL FOMENTO DEBE HACERSE EN:	
	Historia	4%
	Arte	4%
	Salud	13%
	Cultura	11%
	Economía Familiar	15%
	Formación Familiar	13%
	Formación Social	15%
	Política	4%
	Gubernamental	2%
	Superación Personal	11%
	Educación Formal	4%
	Otras	4%
	TOTAL	100%

En las siguientes dos preguntas (11 y 12), tomaremos en cuenta las 13 unidades con las que iniciamos, porque son preguntas de opinión de los grupos radiofónicos:

11.-            PERSPECTIVAS PARA UTILIZAR A LA RADIO  
                 EN LA EDUCACION FORMAL:

A Favor	23%
En Contra	77%
TOTAL	100%

12.-            LA RADIO COMO INSTRUMENTO PARA ELEVAR  
                 EL NIVEL FORMATIVO DE LA SOC. TAPATIA:

Afirmativo	92%
Negativo	8%
TOTAL	100%

c).- LA OPINION DE LOS RADIOESCUCHAS.

Una vez que conocimos lo que hacen y opinan los grupos radiofónicos con respecto a la radio formativa en Guadalajara, es igualmente necesario conocer la opinión de los radioescuchas para saber qué es lo que han escuchado y qué les gustaría escuchar en la radio para aprender cosas interesantes.

Con este objetivo en mente, llevamos a cabo la siguiente investigación:

Análisis de la Investigación

La investigación se hizo en base a una muestra definida sobre un público en general. Esa muestra constó de 100 unidades representadas por radioescuchas de un nivel socio-económico y cultural identificado, ubicándonos en las necesidades de educación y formación que presenta dicho nivel.

Para manejar esa información apoyamos la investigación en una encuesta dirigida a aquellas personas que están compenetradas con el medio, porque escuchan la radio con bastante frecuencia, aún durante sus horas de trabajo.

Visitamos para ésto, mercados, plazas públicas, pequeños comercios del centro de la ciudad, puestos ambulantes de diferentes tipos, estaciones de carros de alquiler, y paradas de autobuses urbanos, donde las personas respondieron directamente al cuestionario.

El cuestionario base de la encuesta es el siguiente:

- 1.- ¿En qué estaciones de radio ha escuchado usted programas que le ayuden a aprender cosas interesantes para su formación?

- 2.- ¿A qué horas los ha escuchado?
- 3.- ¿Le parecen adecuados esos horarios? ¿Sugiere alguno en especial?
- 4.- Los mensajes que usted ha escuchado en la radio, le sirven para su superación: individual, social o familiar.
- 5.- Favor de indicar a qué área del conocimiento se refieren los mensajes que usted ha escuchado: historia, arte, salud, cultura, formación familiar, formación social, economía familiar, política, gubernamental, superación personal, educación formal, otras.
- 6.- A usted le interesaría que se incrementaran las transmisiones en alguna área de su preferencia? ¿Cuál?
- 7.- Por qué le interesa esa área en especial? (razón familiar, social, o individual).
- 8.- ¿Cree usted que sería bueno que se impartieran clases por radio?
- 9.- En caso de respuesta afirmativa, cuál sería el horario adecuado para escuchar esas clases (Matutino, vespertino o nocturno).

#### Interpretación del cuestionario

- La primera pregunta sirvió para saber en qué estaciones de radio se transmiten más mensajes formativo-educativos.
- La pregunta número dos, cuestionó sobre los horarios en los que habían escuchado esos mensajes y fue útil para saber si los radioescuchas recuerdan el horario de las cápsulas o programas o si solamente saben que se transmiten por la mañana, tarde o noche.
- La pregunta número tres sirvió para saber si esos horarios les

parecen adecuados al oyente o si bien, sugieren algunos en especial.

-La cuarta pregunta, por su parte, presentó tres opciones para indicar si esos mensajes les servían al oyente para su superación familiar, individual o social. En este caso, los encuestados podían marcar una, dos o las tres opciones y así concluimos qué aspecto toman más en cuenta a la hora de aprender.

-La pregunta número seis indagó si al radioescucha le interesa que se incrementen las transmisiones en alguna área de preferencia, e indica a la vez que se señale el nombre de dicha área.

-Aunque el objetivo de esta tesis no es concebir a la radio como extensión del salón de clases, como lo hemos venido reiterando hasta ahora, a la pregunta número ocho los encuestados respondieron si les gustaría que se impartieran clases por este medio; - esto se hizo con el fin de darnos una idea general de las necesidades que en materia de educación formal, existen en la ciudad; así como las probabilidades que ven los radioescuchas de cubrir las por medio de la radio.

En esta misma pregunta el encuestado marcó el o los niveles de educación formal que le gustaría se cubrieran (preprimaria, primaria, secundaria, preparatoria, educación técnica y otras).

-Finalmente, en la pregunta número nueve se presentan tres opciones de turnos para escuchar esas clases (matutino, vespertino, nocturno).

Enseguida presentamos las tablas de porcentajes correspondientes a la opinión de los radioescuchas:

c).- La Opinión de los radioescuchas:

## 1.- Han escuchado mensajes formativo-educativos en:

ESTACION	PORCENTAJE
XEWK--W Guadalajara	11%
XEAD-Radiometrópoli	12%
XEHL-La Poderosa	5%
XEQP-Radio Variedades	1%
XEBBB-Radio Cañón	1%
XEKB-Canal 14-10	3%
XEBA-Sonido 82	1%
XEAV-Canal 58	2%
XEDK-La Grande	1%
XETIA-La Cotorra	1%
XHSC-FM Globo Estéreo	1%
XHPI-Stéreo Amistad	2%
XEHL FM- Sonido 103	17%
XHAD-La Nueva Onda	3%
XEBA-Radio Tapatza	6%
XHUG-Radio Universidad	6%
XHLS-Stéreo Juventud	1%
XHRA-Stéreo Soul	11%
XEDK FM-El Toque Mágico	3%
XETIA FM- Fórmula Melódica	1%
XHOY-Señal 90	2%
V A R I A S	11%
TOTAL	100%

## 2.- HORARIOS EN LOS QUE LOS HAN ESCUCHADO:

Mencionaron horario exacto	56%
No mencionaron horario exacto	44%
TOTAL	100%

## 3.- OPIHION ACERCA DE LOS HORARIOS :

Están de acuerdo con los horarios	83%
Sugieren otro horario	17%
TOTAL	100%

## 4.- LOS MENSAJES FUERON UTILES PARA SU SUPERACION:

Individual	33%
Social	41%
Familiar	26%
TOTAL	100%

## 5.- EL CONTENIDO DE LOS MENSAJES SE RE-FIERE A:

Historia	9%
Arte	6%
Salud	17%
Cultura	15%
Economía Familiar	9%
Formación Familiar	10%
Formación Social	8%
Política	7%
Gubernamental	3%

## 5.- (continuación...)

Superación Personal	8%
Educación Formal	5%
Otras	4%
TOTAL	100%

## 6.- TEMAS DE INTERES:

Salud	9%
Historia	13%
Cultura	22%
Superación Personal	2%
Música	7%
Arte	7%
Educación	7%
Tecnología	4%
Comercio	2%
Gubernamental	2%
Economía Familiar	7%
Formación Social	7%
Deportes	4%
Orientación Vocacional	2%
Política	4%
TOTAL	100%

No están interesados en que se incrementen: 16%

El 18% de los encuestados se mostraron interesados

en que se incrementen esos mensajes en alguna área geográfica determinada, por lo que concluimos que el error estuvo en el planteamiento de la pregunta, que en lugar de la palabra AREA, pudo utilizar la palabra TEMA. Sin embargo, este 18% de radioescuchas encuestados refleja, la necesidad de llevar formación a través de la radio, a lugares pequeños y alejados donde las oportunidades de aprender son más limitadas. Finalmente, si sumamos los tres totales anteriores obtenemos un 100% de radioescuchas encuestados.

7.- ESE TEMA EN ESPECIAL LES INTERESA POR:

Razón Individual	2%
Razón Social	40%
Razón Familiar	25%
No Contestaron	13%
TOTAL	100%

8.- LES INTERESARIA QUE SE IMPARTIERAN CLASES:

A FAVOR	83%	
Preprimaria	10%	
Primaria	23%	
Secundaria	17%	100%
Preparatoria	13%	
Educación Técnica	25%	
Otras	12%	
EN CONTRA	17%	
TOTAL	100%	

9.-

EL HORARIO SUGERIDO PARA ESCUCHAR ESAS  
CLASES:

Matutino	22%
Vespertino	22%
Nocturno	56%
TOTAL	100%

## d).- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.

Al término de la investigación y de acuerdo a los datos que arrojó la misma, presentamos a continuación una serie de conclusiones que concretizan los resultados que obtuvimos.

LOS GRUPOS RADIOFONICOS

-Desde el punto de vista de los grupos radiofónicos, el 61% de los trece encuestados transmite mensajes formativo-educativos, entendidos éstos como aquellos que de manera contnua, aportan conocimientos y favorecen el aprendizaje de temas de interés para los radioescuchas.

De acuerdo con los resultados, el 39% restante difunde solamente los mensajes que RTC (Radio, Televisión y Cinematografía), en vía a cada estación para que se transmitan durante el tiempo oficial marcado por la Ley Federal de Radio y Televisión.

Este resultado definitivamente indica que más del 50% de los sujetos de investigación ya participan en la formación y educación de los individuos por medio de la radio.

-Prevalen los horarios combinados (definidos y esporádicos) en la transmisión de estos mensajes que se presentan en formato de programa y cápsula principalmente.

-El 38% de los mensajes son estructurados por los propios grupos de radio con el propósito de contribuir a la formación del auditorio. El 37% recibe los mensajes de dependencias como el Instituto Nacional para la Educación de Adultos (INEA), el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión, la Cámara Nacional de Radio y Televisión y otras, mientras que el 25% restante estructura una parte y recibe otro tanto de dependen

cias como las antes citadas.

Esto nos lleva a concluir que, proporcionalmente hablando, la mayoría de los mensajes son estructurados por las empresas radiofónicas que se interesan por familiarizar al auditorio con el aprendizaje de temas nuevos y útiles para su educación.

-La salud, la cultura, la economía familiar, y la formación familiar, son las cuatro áreas que predominan en el contenido de los mensajes que transmiten los grupos, lo que pronostica una clara tendencia hacia el aspecto social y familiar; sin dejar a un lado a la historia, el arte, la formación social y la superación personal que también ocupan un lugar importante en el contenido de los mensajes de los grupos de radio.

-Ahora bien, por lo que toca a la respuesta de los radioescuchas el panorama es positivo porque el 62% de los grupos verifica la opinión del público a través de llamadas telefónicas y cartas. Esto significa que el 38% restante puede fácilmente pedir la colaboración de los oyentes para que manifiesten sus puntos de vista, sus preferencias y sugerencias sobre los mensajes formativos, y de esta forma abrirían un espacio de coparticipación en la estructuración de programas y cápsulas.

-El 88% de los grupos están a favor de que se fomente la formación y educación a través de la radio, aún cuando hubo quienes hasta el momento de la encuesta, se percataron de lo que se puede lograr con la radio en beneficio de la comunidad, sin dejar a un lado el carácter lucrativo y comercial de las emisoras de este tipo.

-El fomento de los mensajes debe hacerse, según los grupos en las áreas de cultura, salud, economía familiar, formación fami

liar, formación social y superación personal, lo que coincide con el aspecto social y familiar del que hablamos anteriormente. Esto implica que las mismas empresas captan la necesidad de orientación de los receptores potenciales.

-En cuanto a la educación formal, la mayoría de los grupos representada por el 77%, no conciben a la radio como instrumento para llevarla a cabo, porque opinan que la misma naturaleza del medio desarrolla limitantes para que se puedan impartir clases.

Sin embargo, la razón principal que dieron los grupos fue que esas empresas son puramente comerciales y por lo tanto, buscan el beneficio económico que proviene de los patrocinadores. Para que el proyecto se lleve a cabo, opinan, debe ser subsidiado por organismos gubernamentales e instituciones oficiales.

-Definitivamente, la gran mayoría de los grupos sujetos de investigación, afirman que la radio SI es un instrumento para elevar el nivel formativo y educativo de la sociedad tapatza, y en algunos casos concretos se están generando excelentes resultados, porque los mensajes radiofónicos penetran más y alcanzan por consiguiente, a un mayor número de receptores.

Sin embargo, al momento de exponerles el tema a los representantes de los grupos, algunos de ellos mostraron poco interés y hasta incredulidad hacia el mismo. Pero afortunadamente son pocos los que encasillan a la radio en el lugar de plataforma idónea para vender tiempo, productos y servicios únicamente, y en cambio son cada vez más los que están dispuestos a impulsar el desarrollo de la persona, la familia, y la sociedad mediante el uso de la comunicación radiofónica.

### LOS RADIOESCUCHAS

-Las estaciones de radio en las que los sujetos de investigación escuchan mayor número de mensajes que les ayudan a aprender cosas interesantes, son: XEHL FM Sonido 103, XEWK "W" Guadalajara, XEAD Radio Metrópoli, XHRA Stéreo Soul, y XHUG, Radio Universidad, más un porcentaje importante de emisoras que clasificamos en el renglón de "varias", porque los encuestados no recordaron el nombre de la estación. Se comprobó de inmediato que estas estaciones transmiten ese tipo de mensajes tanto en programas como en cápsulas esporádicas.

-El 56% de las personas pudo recordar los horarios en los que escucharon los mensajes, lo que indica que cuando el mensaje cumple con su cometido, el receptor trata de memorizar la hora aproximada en que lo escuchó para buscarlo de nuevo.

-También respecto a esto, el 83% manifestó estar de acuerdo con esos horarios y sólo el 17% sugirió otros, que se adaptan más a sus preferencias y necesidades.

-Los mensajes fueron útiles para la superación social en un 41% de los radioescuchas, lo que apoya perfectamente la opinión de los grupos de radio que se inclinan, como ya vimos, hacia ese aspecto. Esto es un punto importante de lo que la gente ha escuchado, para saber qué es lo que quiere seguir escuchando para aprender.

Al aspecto social, le sigue el individual con un 33% para dejar al familiar en un 26% del total de 100 personas encuestadas en la Zona Metropolitana.

-Por lo que respecta al contenido de los mensajes, los aspectos que sobresalen son: salud, cultura, formación familiar, formación social, economía familiar, historia, política, y superación personal, lo que concuerda con lo que

los grupos transmiten según resultados de la investigación.

-A los radioescuchas (84%), les interesa mucho que se incrementen en número y calidad, los mensajes formativos. Los temas que les interesa escuchar son: historia, (13%), cultura (22%), salud (9%), música(7%), arte (7%), educación (7%), tecnología (4%), economía familiar (7%), y formación social (7%), entre otros.

-Prevalece la necesidad de formación en aspectos sociales y familiares.

-Un 18% de este 84% mencionado, desea que la radio formativa llegue a lugares pequeños y alejados geográficamente de la zona metropolitana, donde las oportunidades de aprender son más limitadas. Sin embargo, hay que aclarar que ésta fue una resultante no prevista en nuestra investigación, porque hubo un error en el planteamiento de la pregunta número seis, tal como lo explicamos ya en la página 103.

-La razón por la que les interesa que se fomente los mensajes en cuestión, es social principalmente (40%), seguida con un 25% por la razón familiar y con 22% por la razón individual.

-Contrario a lo que opinaron los grupos, el 83% de los radioescuchas están a favor de que se impartan clases por radio, y principalmente aquellos que por una u otra razón suspendieron su educación y desean aprender y prepararse. El 17% restante no considera que sea apropiado que se eduque por radio por las mismas razones de limitantes naturales del medio que, en su momento, expusieron los representantes de las empresas radiofónicas.

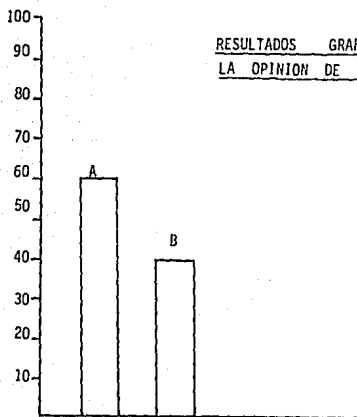
-Las preferencias de los radioescuchas encuestados favorecen con un 25% a la educación técnica. Esto es un claro indicador de que se necesita de preparación con remuneración a corto plazo, acorde con el desenvolvimiento del país que requiere de un desarrollo tecnológico e industrial para crecer. La educación primaria, por su parte, se vió favorecida con un 23% del total de las encuestas, seguida por la secundaria con 17%, la preparatoria con 13%, "otras"

y preprimaria con 12% y 10% respectivamente.

-El horario que sugieren con más frecuencia los receptores para escuchar esas clases es el nocturno (56%), dadas las condiciones de trabajo de la mayoría de los encuestados.

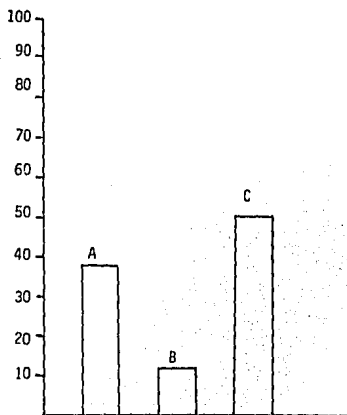
A continuación presentamos gráficamente los resultados de la investigación llevada a cabo entre los grupos radiofónicos de Guadalajara:

RESULTADOS GRAFICOS DE  
LA OPINION DE LOS GRUPOS RADIOFONICOS :



1.- ¿Transmiten mensajes formativo-educativos?

SI-----A: 60%      NO-----B: 40% = 100%



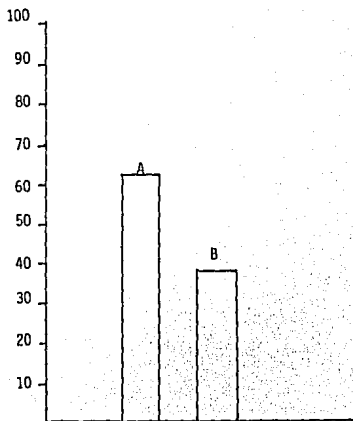
A: Horarios Definidos: 38%

B: Esporádicos: 12%

C: Ambos: 50%

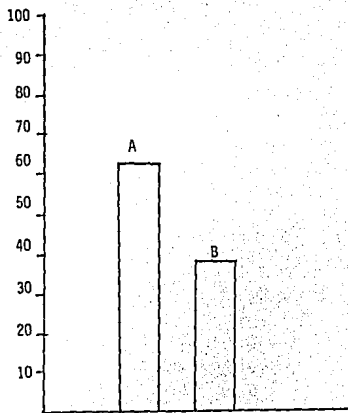
100%

2.- ¿En qué horarios los transmiten?



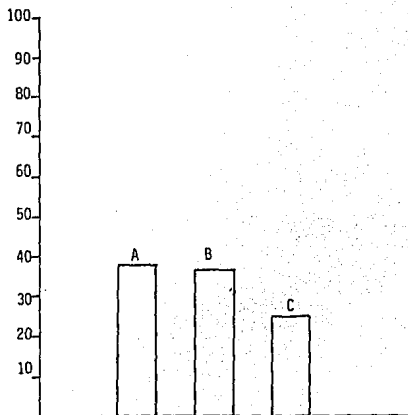
3.- Indicaron horarios definidos:

SI-----A: 62%      NO-----B: 38% = 100%



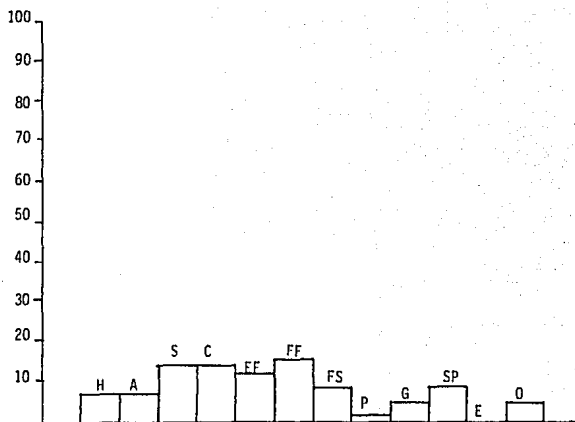
4.- Indicaron cuántas veces al día los transmiten:

SI-----A: 62%      NO-----B: 38% = 100%



5.- ¿Quién elabora los mensajes?

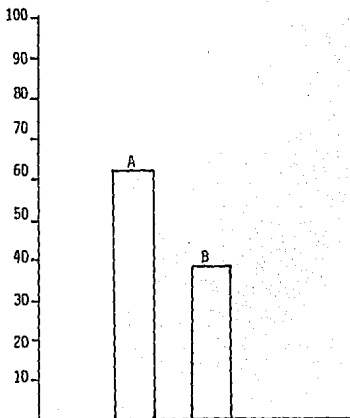
Los grupos los estructuran -----	A	38%
Los reciben de alguna dependencia-----	B	37%
Los estructuran y los reciben-----	C	25%
		<hr/>
		100%



6.- ¿Qué áreas del conocimiento abarcan esos mensajes?

Historia-----	H	7%
Arte-----	A	7%
Salud-----	S	14%
Cultura-----	C	14%
Economía Familiar-----	EF	12%
Formación Familiar-----	FF	16%
Formación Social-----	FS	9%
Política-----	P	2%
Gubernamental-----	G	5%
Superación Personal-----	SP	9%
Educación Formal-----	E	0%
Otras-----	O	5%

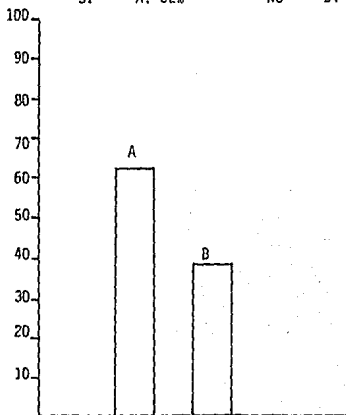
100%



7.- ¿Tienen verificación de las respuestas de los radioescuchas?

SI-----A: 62%

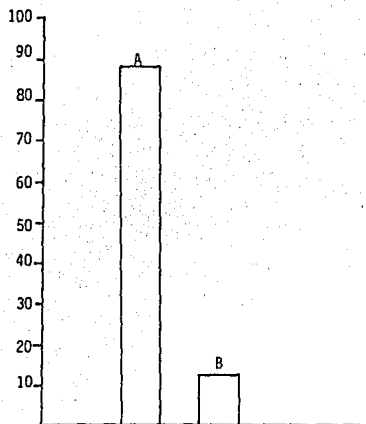
NO-----B: 38% = 100%



8.- ¿Cómo realizan esa verificación?

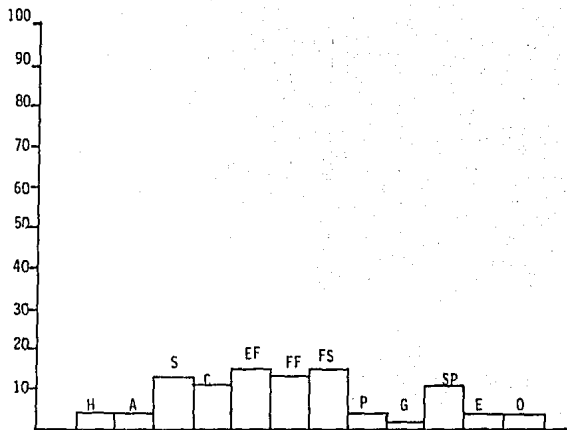
Comprueban verificación-----A 62%

No comprueban verificación -----B 38% = 100%



9.-¿ El grupo considera que deben fomentarse esos mensajes?

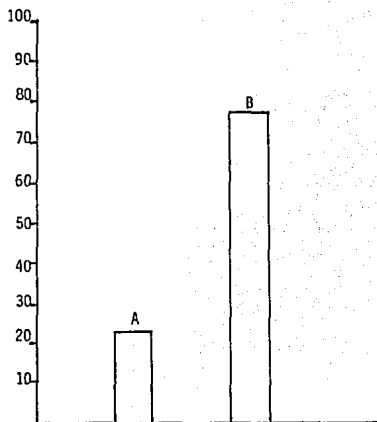
A FAVOR-----A:	88%
EN CONTRA-----B:	12%
	<hr/>
	100%



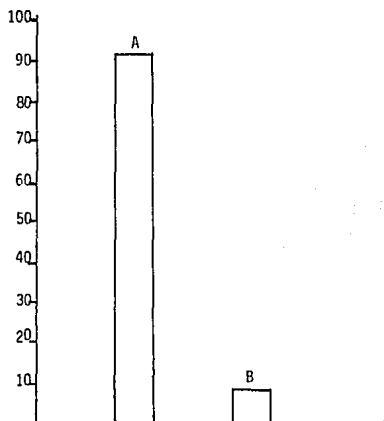
10.- ¿En qué área debe hacerse tal fomento?

Historia-----	H	4%
Arte-----	A	4%
Salud-----	S	13%
Cultura-----	C	11%
Economía Familiar-----	EF	15%
Formación Familiar-----	FF	4%
Formación Social-----	FS	15%
Política-----	P	4%
Gubernamental-----	G	2%
Superación Personal-----	SP	11%
Educación Formal-----	EF	4%
Otras-----	O	4%

100 %



11.- ¿Qué perspectivas existen para utilizar a la radio en educación formal? A FAVOR----- A 23% EN CONTRA-----B 77% = 100%

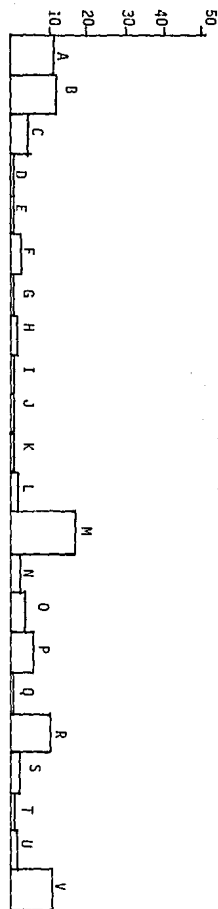


12.-¿Considera que la radio es un instrumento importante para elevar el nivel formativo-educativo de la sociedad yucateca?  
AFIRMATIVO-----A 92% NEGATIVO-----B 8% = 100%

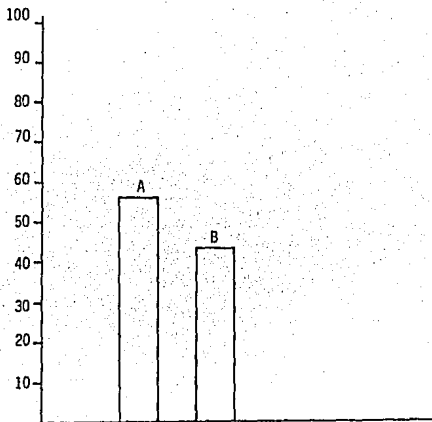
## RESULTADOS GRAFICOS DE LA OPINION DE LOS

## RADIOESCUCHAS:

W Guadalajara-----A	11%
Radiómetrópoli-----B	12%
La Poderosa HL-----C	5%
Radio Variedades-----D	1%
Radio Cañón-----E	1%
Canal 14-10-----F	3%
Sonido 82-----G	1%
Canal 58-----H	2%
DK La Grande-----I	1%
La Cotorra-----J	1%
FM Globo Estéreo-----K	1%
Estéreo Amistad-----L	2%
Sonido 103-----M	17%
La Nueva Onda-----N	3%
Radio Tapatía-----O	4%
Radio Universidad-----P	6%
Estéreo Juventud-----Q	1%
Estéreo Soul-----R	11%
El Toque Mágico-----S	3%
Fórmula Melódica-----T	1%
Señal 90-----U	2%
V A R I A S-----V	11%
	<hr/> 100 %

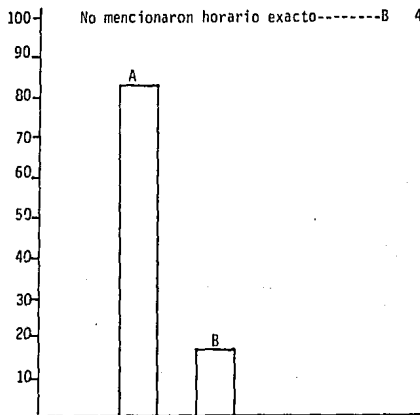


1.-¿En qué estaciones de radio ha escuchado mensajes que le ayuden a aprender cosas interesantes?



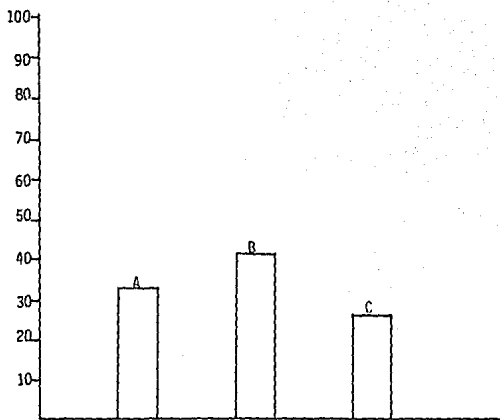
2.- ¿A qué horas los ha escuchado?

Mencionaron horario exacto -----A 56%  
 No mencionaron horario exacto-----B 44% = 100%



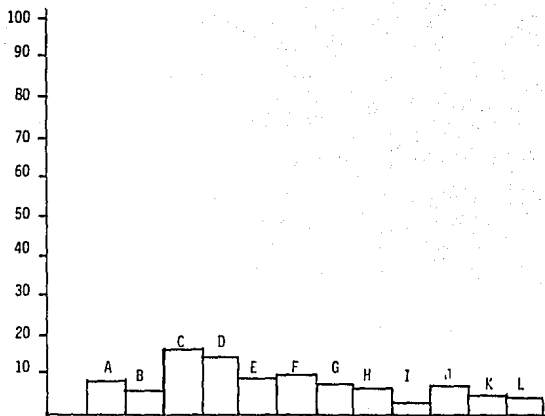
3.- ¿Le parecen adecuados esos horarios?

SI-----A 83%  
 Sugieren otro horario-----B 17% = 100%



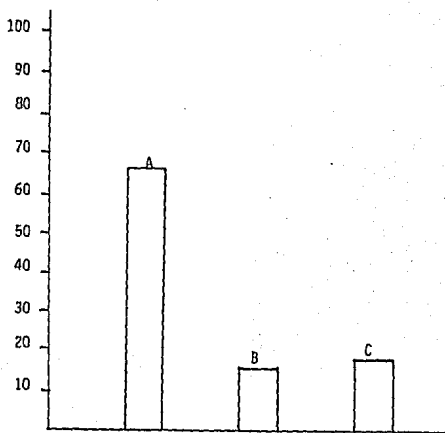
4.- Esos mensajes fueron útiles para su superación :

Individual-----A	33%
Social-----B	41%
Familiar-----C	26% = 100%



5.- ¿A qué área del conocimiento se refieren esos mensajes?

Historia-----	A	9%
Arte-----	B	6%
Salud-----	C	17%
Cultura-----	D	15%
Economía Familiar-----	E	9%
Formación Familiar-----	F	10%
Formación Social-----	G	8%
Política-----	H	7%
Gubernamental-----	I	3%
Superación Personal-----	J	8%
Educación Formal-----	K	5%
Otras-----	L	4% = 100%



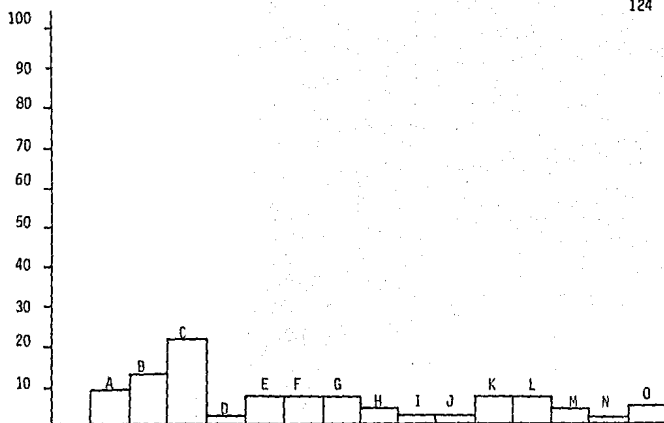
6.- ¿A usted le interesaría que se incrementaran las transmisiones en alguna área de su preferencia? ¿Cuál?:

Están interesados-----A 66%

No están interesados-----B 16%

\* Interesados en área geográfica----C 18% = 100%

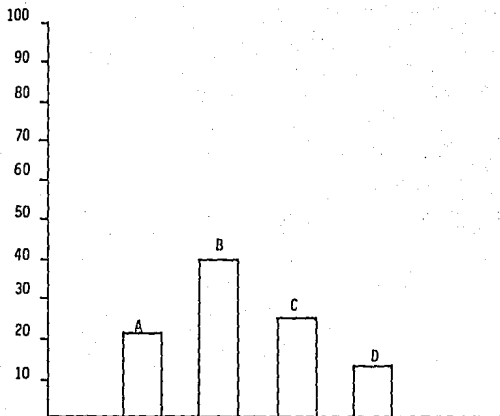
\*Son las personas que se interesan en el incremento de estos mensajes en un área geográfica específica por el mal planteamiento de la pregunta, tal como se explica en la página 103.



G.- (Continuación...)

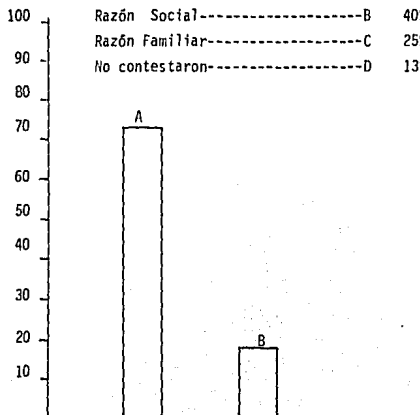
¿Cuál es el área que le interesa para que se incrementen los mensajes formativo-educativos?

Salud-----A	9%
Historia-----B	13%
Cultura-----C	22%
Superación Personal-----D	2%
Música-----E	7%
Arte-----F	7%
Educación-----G	7%
Tecnología-----H	4%
Comercio-----I	2%
Gubernamental-----J	2%
Economía Familiar-----K	2%
Formación Social-----L	7%
Deportes-----M	4%
Orientación Vocacional-----N	2%
Política-----O	4% = 100%



7.- ¿Porqué te interesa esa área en especial?

Razón Individual-----A	22%
Razón Social-----B	40%
Razón Familiar-----C	25%
No contestaron-----D	13% = 100%

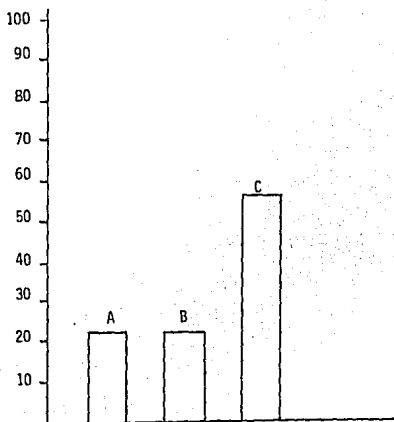
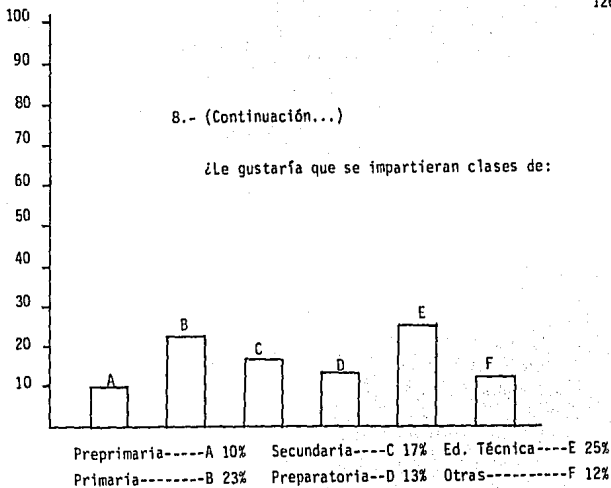


8.- ¿Le interesaría que se impartieran clases por radio?

A FAVOR-----A	83%	EN CONTRA-----B	17% = 100%
---------------	-----	-----------------	------------

## 8.- (Continuación...)

¿Le gustaría que se impartieran clases de:



## 9.- ¿A qué horas le gustaría escuchar esas clases?

Horario Matutino---A 22%    Horario Vespertino---B 22%  
 Horario Nocturno---C 56% = 100%

**C Á P I T U L O    I V****SUGERENCIAS PARA PROGRAMACION  
FORMATIVA-EDUCATIVA.**

## P R E A M B U L O.

Con base en las encuestas llevadas a cabo entre radioescuchas y ejecutivos de radio de la zona metropolitana de Guadalajara, y de acuerdo con el propósito de esta tesis, hemos considerado necesario abordar el aspecto de la programación radiofónica; con este fin, sugerimos el diseño y contenido de tres cápsulas y el guión de un programa de carácter formativo-educativo, a la vez que explicamos las características de cada uno de estos géneros.

Pero, además de presentar nuestras sugerencias al respecto, daremos a conocer la opinión de los patrocinadores potenciales de este tipo de programación, porque es muy importante vislumbrar la aceptación y los alcances reales que este tipo de comunicación conlleva dentro de nuestra comunidad.

Como epílogo, reconsideraremos los resultados que obtuvimos en nuestra investigación, mismos que formaron el cuerpo de nuestra tesis y contribuyeron para conocer el panorama y las perspectivas de la radio formativo-educativa en Guadalajara.

a).- LA CAPSULA Y EL PROGRAMA: SUS CARACTERISTICAS.

Tal como ya lo sugerimos, la programación formativo-educativa de las emisoras de Guadalajara, puede basarse en dos formatos: la cápsula y el programa. Presentaremos aquí las características de ambos géneros para conocerlos de manera general.

LA CAPSULA.

Es un formato radiofónico que se caracteriza porque, en un lapso muy corto de tiempo, transmite un mensaje sintetizado, a través del cual se pueden tocar todos los temas.

La cápsula de radio puede ir acompañada de música y efectos sonoros para realzar el contenido de la misma y ponerlo al alcance de los radioescuchas. Sin embargo, recomendamos que el empleo de estos dos elementos del código radiofónico, logre un balance y un volumen adecuados para poder lograr a su vez, el objetivo de formar por medio de ellos.

Una cápsula puede durar desde 15 segundos hasta 10 minutos aproximadamente; justamente por esta característica, sugerimos que se utilice este formato con el propósito de formar y educar en Guadalajara, ya que puede intercalarse entre la programación normal de las estaciones de radio, y contribuir con su contenido a presentar mayores opciones en cuanto a formación, sin que ésto signifique una fuerte inversión de tiempo y dinero para las empresas.

Hay tantas variedades de cápsulas como actividades hay en la vida del hombre. Así encontramos por ejemplo: históricas, anecdóticas, geográficas, musicales, de orden artístico, de hechos y casos insólitos, sobre temas de salud y muchas otras más.

Para planear una cápsula, hay que tener capacidad de sintetizar, en lenguaje radiofónico, el tema que quiere tratarse. La cápsula debe grabarse con una voz perfectamente clara y agradable para que pueda captar la atención de los oyentes, quienes con frecuencia y facilidad, pasan por alto el contenido de los mensajes que no son musicales o informativos, porque los consideran aburridos.

Por lo tanto sugerimos que las cápsulas se intercalen entre una pieza musical y otra, y no en el bloque de comerciales donde se perderían casi por completo, resultando contraproducente para nuestros fines.

Actualmente las radiodifusoras tapatías que transmiten mensajes formativo-educativos en cápsulas, lo hacen en un promedio de 8 a 15 veces diarias, y, de acuerdo a la opinión de los radioescuchas que intervinieron en nuestra investigación, es muy interesante escucharlas porque en un tiempo muy corto, logran aprender cosas interesantes, que tomaría tiempo conocer por otros medios.

#### EL PROGRAMA.

Un programa es un formato radiofónico que, a través de la música, la voz y los efectos sonoros, lleva un mensaje, durante un tiempo determinado a un grupo numeroso de receptores.

A diferencia de la cápsula, un programa de radio puede durar 15 minutos, dos horas o aún más; dependiendo de su contenido su forma, su auditorio y los objetivos para los que se creó.

Hay una gran variedad de programas de radio, "en la radio se reza, se rfe, se canta y se cuentan narraciones, se dan noti

cias y se dan avisos. En fin, los programas de la radio son tan variados como variadas son las actividades del hombre" (1).

Así por ejemplo hay:

Noticieros: que nos ponen al día de los acontecimientos locales, nacionales, internacionales y deportivos.

Programas de comentarios: donde además de informar sobre un determinado tema, se interpretan los hechos y se opina acerca de ellos con una tendencia establecida.

Charla: es una narración sobre uno o varios temas específicos que puede hacerse en forma de monólogo o bien incluir entrevistas.

Programa de Entrevistas: donde varios invitados al estudio son cuestionados acerca del tema establecido, porque, o son actores de los hechos, o son especialistas en el tema.

Mesa Redonda: reúne a varias personas con diferentes posiciones frente a un determinado asunto. Aquí, como en todas las mesas redondas, hay un moderador para encausar el tema, y coordinar al grupo.

La Revista Radiofónica: consta de muchas secciones para todos los gustos y se transmite periódicamente.

El Documental: es un programa donde se analiza con profundidad un tema o varios.

Radiodrama: también llamado radionovela. Es la representación teatral de un tema adaptado para la radio. Por su naturaleza dramática y emotiva, es el tipo de programa que mejor utiliza la música, las palabras, los efectos especiales, los ruidos, los silencios y los sonidos puros.

Hay algunos otros tipos de programas que varían de acuerdo al tipo de receptores, lugar, y condiciones socioculturales de la zona donde se transmiten.

En Guadalajara y su zona metropolitana se radiodifunden programas de noticias, charlas, comentarios, entrevistas y radiodramas, entre otros, dirigidos a todo tipo de público.

Muchos de esos programas, cualquiera que sea su tipo, fueron pensados con el afán de orientar al radioyente y provocar en él, el deseo de aprender porque la radio "ofrece también la posibilidad de crear y desarrollar el gusto por aprender, ya que permite participar de experiencias que no son las propias provocando un enriquecimiento cultural. De esta forma, además, funciona involuntariamente o voluntariamente como un medio de educación permanente, dado que está mostrando constantemente patrones de conducta, modelos de vida, etc." (2).

Precisamente porque la radio muestra patrones de conducta en forma constante, los mensajes deben ser planeados y estructurados de manera que los receptores aprovechen la oportunidad de escuchar para aprender.

Por esta razón, es sumamente importante que la radio formativo-educativa se apoye sobre cimientos sólidos; esos cimientos son los programas y las cápsulas, porque de un buen contenido depende, en gran medida, el éxito o el fracaso de la misión formativa.

Ahora bien, para planear un programa de radio, podemos partir de dos puntos, según el modelo diseñado por el Profesor de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guadalajara, Sr. Ubaldo López C.T.I.:

" Podemos partir de:

1.- De los contenidos concretos, que nos proponemos comuni-  
car, o

De la temática definida que deseamos abordar.

A partir de esto determinaremos:

-El formato y

-La estructura radiofónica más adecuada para vehicular esos mensajes.

2.- O bien, podemos partir de:

De una estructura previamente determinada, de ricas y  
variadas posibilidades, y que se adecua bien a un men-  
saje o temática general.

Luego seleccionaremos:

-Los mensajes que queremos comunicar,

-Los contenidos que pondremos en cada capítulo de la se-  
rie.

Así escogemos un FORMATO, por ejemplo:

-Un radiodrama, o una serie de reportajes.

Después ideamos la estructura básica del programa,

Y escogemos los temas que iremos tratando en las siguientes  
emisiones "

En nuestro caso , decidimos partir del punto número 2, es decir, de la temática y contenidos definidos, porque la investigación que realizamos arrojó resultados que nos permitieron conocer lo que el receptor quiere escuchar en la radio para aprender. Así determinamos dos formatos radiofónicos: Cápsula y Programa, a través de los cuales enviaremos nuestro mensaje formativo.

b).- PRESENTACION DE CAPSULAS.

Las tres cápsulas que presentamos enseguida pretenden ser una sugerencia para intercalarlas entre la programación de las estaciones de radio de Guadalajara.

El contenido se determinó de acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los radioescuchas y lo definimos así:  
Cápsula No. 1: La Organización de las Naciones Unidas y la Paz.

Tema de interés general porque la paz mundial nos involucra a todos (razón social). Es interesante conocer los propósitos de las naciones que forman este organismo.

Cápsula No. 2: Tenga cuidado en el Supermercado.

Tema referente a la economía familiar, que pretende provocar la atención sobre los detalles que en un supermercado nos hacen comprar más de lo que realmente necesitamos, afectando así nuestro presupuesto familiar.

Cápsula No. 3: Usted y su Familia.

Tema referente a la formación familiar que enfrenta al radioescucha con la importancia de la familia, desde el punto de vista de las tres principales misiones que ésta lleva a cabo en favor del individuo.

Aún cuando es una emisora ficticia, RADIO COMUNICACION XEGA-AM, aparece como identificación para las cápsulas, que sugerimos se intercalen en los bloques musicales de las emisoras, en un promedio de ocho a diez veces diarias.

RADIO COMUNICACION XEGA-AM

Serie de Cápsulas: Escuche, Usted Debe Saberlo

Guadalajara, Jalisco

Cápsula No. 1 LA ONU Y LA PAZ

Hoja No. 1

Fecha de Transmisión: .....

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
3"	EFECTO: RUBRICA SONIDO DE CAMPANAS. DISCO: EFECTOS 1, BANDA 5 SE CORTA DE GOLPE CUANDO ENTRA LOCUTOR.	LOCUTOR: Hoy, casi todos los países del mundo son miembros de la Organización de las Naciones Unidas.
9"		Al ingresar, cada país firma un acuerdo que dice: LOCUTORA: Todos los miembros son iguales. Todos los miembros prometen resolver los problemas internacionales por medio de la paz.
17"		Ningún miembro usará su fuerza contra los demás. Todos los miembros ayudarán a la ONU en sus acciones. Las Naciones Unidas no tratarán de resolver problemas internos de los países, excepto para procurar la paz. LOCUTOR:
4"		Lograr la paz del mundo y luchar por los derechos humanos no es una tarea fácil. Sin embargo, hay miles de representantes de este organismo en el mundo para brindar apoyo
6"		médico, agrícola, industrial, educativo y científico, y mejorar las condiciones de vida de los pueblos.  SIGUE.....

RADIO COMUNICACION XEGA-AM

Cápsula No. 1: LA ONU Y LA PAZ

Hoja No. 2

Fecha de Transmisión:.....

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
2"	CORTINA: RUBRICA SE CORTA DE GOLPE CUANDO ENTRA LOCUTOR.	LOCUTORA; ¿Escuchó?  LOCUTOR: La ONU une al mundo en busca de la paz.
Tpo. TOTAL 50"		

RADIO COMUNICACION XEGA-AM

Serie de Cápsulas: Escuche, Usted Debe Saberlo

Cápsula No. 2 : TENGA CUIDADO EN EL SUPERMERCADO

Hoja No. 1

Fecha de Transmisión:.....

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
3"	EFECTO: RUBRICA. DISCO EFECTOS I, BANDA 5 SE CORTA CUANDO ENTRA LOCUTOR	
9"		LOCUTOR: ¿Cómo decide usted lo que comprará en el supermercado?
4"		LOCUTORA: Tenga cuidado, porque el supermercado toma algunas decisiones por usted.
10"		LOCUTOR: Por ejemplo, los productos de primera necesidad, los encontramos siempre hasta los últimos rincones de la tienda. Así, para encontrarlos recorreremos muchos anaqueles con cosas muy atractivas y caras que talvés no necesitamos.
8"		LOCUTORA: Los alimentos caros casi siempre tienen envolturas de brillantes colores y están colocados a la altura de la vista para que los alcancemos fácilmente.
4"		LOCUTOR: Lo que les gusta a los niños, como dulces, galletas, y juguetes, están también al alcance de sus manos.
4"		LOCUTORA: Las carnes y verduras de los supermercados pueden lucir más frescas de lo que son, debido a las luces artificiales y envoltura

SIGUE....

RADIO COMUNICACION XEGA-AH

Cápsula No. 2 TENGA CUIDADO EN EL SUPERMERCADO

Hoja No. 2

Fecha de Transmisión: .....

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
3"		LOCUTOR: Las ofertas no siempre son lo que parecen.  ¿Escuchó?
7"	CORTINA: RUBRICA SE CORTA DE GOLPE CUANDO ENTRA EL LOCUTOR.	LOCUTORA: Tenga cuidado (ADVERTENCIA) El supermercado puede decidir sus compras.
Tpo. TOTAL 50"		

RADIO COMUNICACION XEGA-AM

Serie de Cápsulas: Escuche, Usted Debe Saberlo

Cápsula No. 3 : USTED Y SU FAMILIA

Hoja No. 1

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
3"	EFECTO: RUBRICA DISCO EFECTOS 1, BANDA 5. SE CORTA DE GOLPE CUANDO ENTRA LOCUTOR.	LOCUTOR: Desde que el mundo es mundo, sus habitantes han vivido en familia. Talvés por eso se habla tanto de ella.
20"		¿Se ha preguntado usted por qué, después del individuo, la familia es la entidad que le sigue en tamaño e importancia?
25"		LOCUTORA: Porque la familia induce la reproducción, por lo tanto, renueva la sociedad. Porque la familia pone en contacto a sus miembros con los valores morales, culturales y sociales de la comunidad. Y porque la familia protege a los suyos, alimentándolos, vistiéndolos y enseñándolos a valerse por sí mismos.
5"	EFECTO: RUBRICA . SE CORTA DE GOLPE CUANDO ENTRA LOCUTOR.	LOCUTOR: ¿Escuchó?
5"		LOCUTORA: Usted es importante, porque su familia es importante.
Tpo. TOTAL 50"		

c).- PRESENTACION DE UN GUIÓN PARA PROGRAMA RADIOFONICO  
 FORMATIVO - EDUCATIVO.

Una de las estructuras que sugerimos para transmitir mensajes formativos es el programa, y el guión es precisamente el ci miento de todo programa.

Sobre el guión se ha escrito mucho y naturalmente existe u na gran variedad de frases y autores que lo definen. Pero, sin duda, todo converge en un solo punto fundamental: el guión es la forma ordenada en que se presenta por escrito un programa, conteniendo lo referente a la voz, la música, los efectos sonoros, y los requerimientos humanos y de tiempo necesarios.

Algunas de las definiciones que encontramos para el guión, son las siguientes:

Mario Kaplún, afirma que: " las emisiones de radio no se improvisan, sino que se emiten sobre la base de un texto previamente escrito. Aún en la charla o comentario, si bien el ideal se ría que el comentarista pudiera improvisar su charla con desenvoltura y en forma ordenada y lógica, de cien personas sólo una o dos pueden hacerlo así", para concluir definiéndolo como: "el esquema detallado y preciso de la emisión que comprende el texto hablado, la música que se va a incluir, y los efectos sonoros que se insertarán e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa" (1).

Jimmy G. Camargo, dice por su parte: "el libreto es para la radio, lo que los planos de una construcción son para el arquitecto, o el plan de vuelo para un piloto de aviación.

El libreto marca toda la estructura del programa, sus diferentes pasos, la forma de manejo del sonido, la manera de interpretarse, la duración de los parlamentos, de la música y de los efectos sonoros o del ruido" (2).

El guión por lo tanto, debe contener todo aquello que será escuchado a través de la radio.

"La importancia del guión radica básicamente en dos puntos: a) el guión incluye todo lo que va a aparecer, verse o escucharse en el programa o mensaje a transmitir, y b) es el esqueleto primordial respecto del cual se valora el tema, su atractivo y desarrollo, así como las posibilidades y previsiones necesarias tanto técnicas como administrativas, para asegurar un resultado satisfactorio" (3).

El contenido del guión puede ser tan variado e ilimitado como la imaginación del propio guionista, quien puede escribir dramas, aventuras, programas educativos, turísticos, históricos, musicales, anecdóticos, de noticias y muchos más. La radio es, en este sentido, la más rica forma de expresión para un guionista porque no encuentra limitaciones del lugar, tiempo, época, acción, movimientos, personajes o ambientación.

#### EL GUIÓN DE RADIO.

El guión de radio para cualquier tipo de programa se elabora siguiendo este orden de actividades:

1o.- Se elige el tema tomando en cuenta los mensajes esenciales que se desean transmitir, de acuerdo a las necesidades del público radioescucha. A este respecto el guionista debe tomar en cuenta:

- a) que el único sentido con el que participa el receptor, es el oído, por tanto el guionista deberá sustituir las imágenes visuales por sonidos y silencios que propicien la imaginación del oyente para que éste vea lo que escucha, y escuche lo que ve.
- b) estar perfectamente identificado con el tema sobre el cual escribirá, consultando para esto todas las fuentes de información a su alcance y valorando los datos que intervendrán en el guión.
- c) asegurarse de que el tema que desarrollará es interesante y atractivo para su público receptor y que, consiguientemente, atraerá su atención.
- d) poseer capacidad de síntesis para que el guión no sea tedioso sino un compendio de conocimientos enmarcados en diálogos interesantes y sencillos.

2o.- Una vez que elegimos el tema, procederemos a elaborar un preguión, que es un esqueleto o estructura de lo que será el guión final. El preguión deberá indicar todo el contenido del programa, incluyendo efectos sonoros, voces y música. La información del preguión podrá modificarse de acuerdo a las correcciones del mismo escritor y realizadores.

En el caso específico que proponemos, como se trata de un programa de carácter formativo-educativo, debemos tomar en cuenta lo siguiente para la elaboración del guión:

Lograr un equilibrio adecuado entre los tres elementos radiofónicos: voz, música y efectos de sonido, para no crear confusión y resultados no deseados en el oyente.

Nuestro programa no debe rebasar los 30 minutos de duración, de esta forma los receptores mantendrán su atención en él.

Los diálogos son muy importantes en este tipo de programas para que refuercen nuestros conocimientos. Debemos cuidar de que no sean redundantes ni demasiado largos y confusos.

En los programas formativos debemos tener especial cuidado con la redacción para que podamos cumplir con nuestro objetivo de formar a los radioescuchas a través de palabras y diálogos sencillos pero llenos de información.

Para escribir y presentar un guión de radio, seguiremos estas reglas generales:

1.- Utilizar siempre hojas tamaño carta, blancas y de papel grueso para que no hagan demasiado ruido al moverlas frente al micrófono. El guión debe presentarse escrito a máquina y a doble espacio.

2.- Dividir la hoja en tres columnas. La primera para el tiempo; la segunda para las indicaciones técnicas (música y efectos sonoros), y la tercera para el diálogo y la narración (audio).

Ejemplo:

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O

3.- En la columna del tiempo debe indicarse el tiempo parcial de cada fragmento, y el total que es la suma de todo el tiempo acumulado hoja por hoja del guión.

4.- Las indicaciones de música y efectos de sonido deben escribirse con mayúsculas y subrayadas. Todo lo escrito en mayúsculas por regla general no sale al aire.

Para las anotaciones sobre música hay que especificar el título de la pieza, el disco en el que se encuentra, así como la banda del mismo. A este respecto es importante que en la columna destinada al tiempo, se especifique claramente el tiempo exacto que durará la música al aire.

Para los efectos sonoros seguiremos las mismas reglas.

Todas las anotaciones sobre indicaciones técnicas deberán hacerse en mayúsculas y a renglón seguido.

5.- Por lo que respecta a la columna de audio, los nombres de los personajes se escriben con mayúsculas, incluyendo la palabra narrador o locutor según sea el caso.

Cuando se termina el margen hay que procurar no dejar palabras cortadas sobre todo al terminar la parte correspondiente al lado derecho de la hoja de guión. Cuando no cabe la palabra completa, no debemos escribirla sino cambiar de renglón.

6.- Las fechas, cantidades y porcentajes deben escribirse con letras y no con número.

7.- Tendrá que haber tantas copias del guión como personas intervengan en el programa, incluyendo actores, locutores, operadores de cabina y realizadores.

Ahora que conocemos lo que es un guión, su importancia en la radio, y la forma de presentación del mismo, veamos un ejemplo de guión para un programa formativo.

Como ya dijimos, el contenido de nuestro programa partirá de la temática definida por los resultados de la investigación, donde los radioescuchas manifestaron qué les gustará escuchar para aprender cosas interesantes sobre: historia, salud, y música preferentemente; sin dejar a un lado aspectos como: arte,

educación, economía familiar, formación familiar, formación social, tecnología, deportes y política.

El tipo de programa que sugerimos como ejemplo es una REVISTA RADIOFONICA que consta de varias secciones para todos los gustos y se transmite periódicamente.

PARA SABER MAS

RADIO COMUNICACION XEGA-AM

Fecha de Transmisión: .....

Programa No. 23 Guadalajara Jalisco

Hoja No. 1

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
5"	RUBRICA:	
	SOSTIENE Y BAJA A FONDO	LOCUTOR:
5"		Radio Comunicación presenta:
3"	BAJA MUSICA HASTA DESAPARECER	Una miscelánea de cosas muy interesantes, Para Saber Más.
5"		LOCUTOR:
5"		Bienvenidos amigos, qué bueno que nos acompañan y que participan en este programa.
5"		LOCUTORA:
3"		Claro, porque quince minutos juntos, bastarán para saber más.
3"		LOCUTOR:
3"		Oye, ¿dijiste quince minutos?
3"		LOCUTORA:
5"		Sí, es el tiempo que dura el programa, ¿porqué?
5"		LOCUTOR:
5"		Es que yo pienso que el tiempo es algo muy importante para nuestra vida.
	EFECTO: TIC TAC DE RELOJ	
	SOSTIENE Y BAJA A FONDO	LOCUTORA:
		Sí, en esta época de relojes de extrema precisión y con nuestro estilo de vida
		totalmente influido por la técnica, parece
		increíble que hace dos siglos la mayoría de
	SIGUE.....	

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
15"		<p>LOCUTORA ( CONTINUA):  las personas no tenfa una idea real sobre la determinación del tiempo.</p>
5"	<p>ENTRA MUSICA SOSTIENE COMO FONDO. DISCO 7B, BANDA 2</p>	<p>LOCUTOR:</p>
15"		<p>Tienes razón, durante dos siglos, Isaac Newton consideró que el tiempo transcurrfa uniformemente, por la fuerza de su propia naturaleza, sin depender de ninguna otra cosa.</p>
20"		<p>LOCUTORA:</p> <p>Pero Einstein, con su teoría de la relatividad, descubrió que el tiempo es algo que depende del observador, del grado de sus movimientos o de la gravitación que actúa sobre él en ese momento.</p>
20"		<p>LOCUTOR:</p> <p>Y desde entonces se empezó a estudiar más profundamente al tiempo, hasta que llegaron a precisararlo tanto que todas nuestras actividades dependen de la dimensión de los segundos, los minutos y las horas.</p>
20"		<p>LOCUTORA:</p> <p>Y por supuesto, de la dimensión de esas fracciones de tiempo, depende nuestra puntualidad o nuestro retraso. Lo que sí es cierto es que cada quien aprovecha su tiempo</p>
	<p>SIGUE....</p>	

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
8"		<p>LOCUTORA (CONTINUA)..  y lo administra a la medida de sus  necesidades.  LOCUTOR:  Y hablando de tiempo, vayamos a unos  comerciales de nuestros patrocinadores.  Enseguida regresamos.</p>
5"	CORTINA: RUBRICA, PRIMER CORTE A COMERCIALES	
5"	RUBRICA SOSTIENE Y BAJA A FONDO .	<p>LOCUTOR:  Es hora de presentar al doctor Alfredo Pasos  Castillejos que como siempre preparó una  sección muy interesante para saber más.</p>
8"		
5"	CORTINA: EFECTO DE GRUVIDOS DE UN HOMBRE MUY ENOJADO. DISCO 4. BANDA B	<p>DOCTOR:  Oiga, le voy a recomendar algo. Si está  enojado, haga ejercicio.  Enojarse puede ser sano o peligroso, depende  Si se enoja y la sensación de cólera  desaparece como llegó, todo va bien.  Pero si no se desahoga, el organismo  empieza a segregar una hormona muy tóxica  llamada noradrenalina que puede causar  incluso trastornos cardiacos.</p>
20"		<p>SIGUE....</p>

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
30"	CONTINUA MUSICA DISCO 8 BANDA 3. SOSTIENE Y BAJA A FONDO.	<p>DOCTOR (CONTINUA,,)</p> <p>Esta hormona, junto con la adrenalina, es útil porque provoca un mayor flujo de sangre al cuerpo para que los músculos puedan accionar con rapidez. Lo que resulta realmente malo es un arrebato de cólera silencioso, es decir, que usted se enoje sin desahonarse, porque el cerebro continúa produciendo la acción de la noradrenalina y ésto es perjudicial para el corazón.</p> <p>Pero la solución es muy fácil. Como no siempre podemos exteriorizar nuestro coraie, para cuemar la producción de esta hormona, debemos hacer ejercicio físico.</p>
5"	PUENTE: RUIDO DE PERSONA CORRIENDO. PERMANECE HASTA QUE TERMINA LOCUTOR.	<p>Cuando se sienta muy enojado, brinque, corra, haga gimnasia o camine mucho.</p>
8"		<p>Verá usted como el peloro se esfuma, y el coraie desabarece.</p>
3"	PUENTE: SUSPIRO DE ALIVIO	<p>LOCUTORA:</p>
5"		<p>Es increíble lo que nosotros mismos podemos hacer por nuestra salud.</p>

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
5"	RUBRICA SOSTIENE	
5"	CORTE A COMERCIALES	
5"	RUBRICA SOSTIENE Y SE CORTA	
	CUANDO ENTRA EL LOCUTOR	<p>LOCUTOR:</p>
		<p>Para continuar con esta miscelánea de cosas interesantes, queremos agradecer sus llamadas telefónicas al 53-22-11 porque con sus opiniones y preguntas, enriquecen el programa.</p>
15"		<p>LOCUTORA:</p>
5"		<p>Siga llamando porque su llamada puede ser la llamada sorpresa.</p>
3"		<p>LOCUTOR:</p>
4"	EFECTO: DESPERTADOR DE UN	<p>Sí, hoy la clave para detectar la llamada sorpresa es...</p>
4"	RELOJ. SOSTIENE Y DESAPARECE	<p>LOCUTORA:</p>
15"		<p>El despertador de un reloj. Si su llamada llega exactamente cuando suene el despertador, recibirá un interesante regalo.</p>
		<p>Un regalo que también es sorpresa. No dejen de llamar al 52-22-11 con diez líneas a su disposición.</p>

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
3"	PUENTE: SONIDO DE CAMPANITAS QUE DESAPARECE AL ENTRAR EL LOCUTOR	LOCUTOR:
4"	CORTINA: VOCES GRITANDO PORQUE. CINTA 8 LADO B	Ahora pasemos a una de las secciones más gustadas por ustedes amigos radioescuchas LOCUTORA:
2"		Se trata de los porqués verdad? LOCUTOR:
8"		Acertaste! Nuestros amigos mandaron sus cartas con preguntas muy interesantes, y con mucho gusto hemos tratado de responder algunas de ellas hoy. LOCUTORA:
15"		Para todos los demás, cuyas cartas no serán contestadas al aire por falta de tiempo, queremos decirles que las respuestas a sus preguntas las enviaremos a vuelta de correo a su domicilio y verán que esas cartas también servirán para saber más.
3"	PUENTE: SONIDO DE CAMPANITAS DISCO EFECTOS I, BANDA 6	LOCUTOR:
8"		Esta carta por ejemplo, la mandó el señor Constantino Reyes porque quiere saber más sobre los huracanes. Nos pregunta porqué los huracanes tienen nombres de personas.



TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
10"		<p>LOCUTORA:</p> <p>Es posible que algunos nombres se repitan en años diferentes, pero si el huracán fue muy destructivo, no se podrá utilizar nuevamente su nombre, al menos en los veinte años siguientes.</p>
5"	RUBRICA: SOSTIENE Y BAJA A DESAPARECER.	
5"	CORTE A COMERCIALES	
5"	RUBRICA: SOSTIENE Y DESAPARECE CUANDO ENTRA LOCUTOR.	
20"		<p>LOCUTOR:</p> <p>Bien, pues contestada la pregunta del señor Reyes, escuchemos lo que preparó en esta ocasión la jovencita Mariana Rosales, alumna de segundo año de secundaria, quien colabora con nosotros para saber más de nuestra historia.</p>
5"	ENTRA MUSICA MEXICANA DISCO 23, BANDA 4 SOSTIENE Y PERMANECE DE FONDO.	
8"		<p>LOCUTORA 2:</p> <p>Claro es muy importante saber cada vez más de la historia de nuestro país. Ahora hablaremos de la bandera mexicana.</p>
3"	PUENTE: SUBE MUSICA DE HONORES A LA BANDERA, DISCO 9, BANDA 1	

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
10"		<p>LOCUTORA 2 (CONTINUA):</p> <p>La Bandera Nacional data de la consumación de nuestra Independencia, sin embargo, sus orígenes proviene del México antiguo.</p>
3"	<p>PUENTE: MUSICA AZTECA DISCO B7, BANDA 10. SOSTIENE Y BAJA A FONDO.</p>	
15"		<p>Los ejércitos aztecas, tlaxcaltecas, xochimilcas y otros, ya utilizaban símbolos o estandartes para los grandes jefes militares. Por ejemplo en la época de Moctezuma, se usaba una águila con un tigre entre sus garras bordada en un manto de plumas.</p>
3"	<p>PUENTE: MUSICA DE ESPAÑA. DISCO 43. BANDA 3 SOSTIENE Y BAJA A FONDO.</p>	
5"		<p>Después de la conquista, los españoles introdujeron sus propias banderas y sus estandartes.</p>
3"	<p>PUENTE: MUSICA DE FONDO. DISCO 65, BANDA 2.</p>	
10"		<p>En Septiembre de 18180, cuando inició la lucha por nuestra independencia, el cura Miguel Hidalgo y Costilla adoptó la imagen de la Virgen de Guadalupe.</p>
5"	<p>CORTINA: TAMBORES Y REDOBLES DISCO EFECTOS 11, BANDA 5.</p>	<p>Alrededor de 1817, apareció la primera bandera tricolor. Hubo muchas desde entonces.</p> <p>LOCUTORA 2 (CONTINUA):</p> <p>Pero el 20 de noviembre de 1916, el primer jefe constitucionalista, Venustiano SIGUE.....</p>

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
3"	PUENTE: MUSICA MEXICANA, DISCO 23, BANDA 4, SOSTIENE Y BAJA A FONDO.	<p>LOCUTORA 2 (CONTINUA):</p> <p>Carranza también decretó que este blazón lo rodearan dos ramas, una de laurel y otra de encino.</p> <p>Así se uniformó la bandera de México, que hoy conocemos. Además de los días festivos nacionales, la bandera se iza en los edificios sede de los Poderes de la Unión, en las oficinas de aduanas, en las capitanías de puerto y en los aeropuertos. También en las representaciones diplomáticas y consulados de nuestro país en el extranjero y en el asta monumental de la Plaza de la Constitución en México D.F.</p>
3"	MUSICA BAJA Y DESAPARECE	<p>LOCUTOR:</p>
5"		<p>No se olviden de la llamada sorpresa, el despertador puede sonar en cualquier momento y usted puede ganar llamando al 52-22-11.</p>
5"	RUBRICA: SOSTIENE Y DESAPARECE	
5"	CORTE A COMERCIALES RUBRICA: SOSTIENE Y DESAPARECE AL ENTRAR LA LOCUTORA	<p>LOCUTORA:</p> <p>Esta ocasión nos visita en cabina una prestigiada musicóloga, la señora Lety Vega, maestra de la Escuela Superior de Música de Guadalajara, quien va a platicar con</p>

SIGUE...

EMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
	<p>CORTINA REPRODUCCION DE ESOS SONIDOS, DISCO 7, BANDA 8. SOSTIENE Y BAJA A FONDO</p>	<p>LOCUTORA (CONTINUA): nosotros acerca de la historia de la música. Bienvenida maestra.</p> <p>INVITADA: Muchas gracias .</p> <p>LOCUTORA: Maestra ¿cómo surgió la música?</p> <p>INVITADA: Siempre existieron sonidos agradables en la tierra. Aún cuando sólo había agua sobre ella se debieron oír ruidos como el romper de las olas, el trueno al descargarse un rayo, y también el agudo silbar de un huracán.</p> <p>Y luego se oyó el suave murmullo de las hojas, el gorgoteo de los arroyos, el zumbido de los insectos, y el canto de los pájaros. Todo esto es la música de la naturaleza, la música que los primeros compositores se esforzaron en imitar con sus flautas, tambores y cuernos. Imaginemos por un momento, un concierto así:</p> <p>Con el tiempo, los hombres primitivos aprendieron los sonidos que se logran .</p>

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
40"		<p>INVITADA (CONTINUA):  pulsando una cuerda y los tonos que emiten una caña o un tubo cuando se les perfora en los sitios adecuados. Así se crearon la guitarra y la flauta, y más tarde, los violines y la trompeta.</p> <p>Algo bien interesante es que los hombres primitivos, por mucho tiempo no inventaron la manera de escribir su música, por eso no la conocemos, aunque varios de los instrumentos que tocaban han llegado hasta nosotros.</p> <p>Por ejemplo uno de esos instrumentos es el pandero que todos conocemos y aunque es común a muchas culturas como los asirios, los primitivos de Brasil, Groenlandia, Inglaterra y el Norte de Europa, nunca se encontraron restos de escritura musical.</p>
15"		<p>LOCUTORA:  Maestra, el tiempo se nos ha terminado ahora, pero quiero decirles a nuestros amigos, que el próximo programa la señora Vega estará aquí de nuevo, y seguiremos hablando de la historia de la música.</p>
3"		<p>INVITADA:  Por supuesto que sí, gracias por invitarme.</p>

PARA SABER MAS

Hoja No. 13

TIEMPO	INDICACIONES TECNICAS	A U D I O
5"	RUBRICA: SOSTIENA Y DESAPARECE CORTE A COMERCIALES	
5"	RUBRICA SOSTIENE Y DESAPARECE	LOCUTOR:  (.....) CONTINUA....
Tpo. Total:	12 MINUTOS APROX.	

Notas.-c).- Presentación de un Guión para Programa Radiofónico  
FORMATIVO - EDUCATIVO.

- 1.- KAPLUN, MARIO. Inclu. en La Escritura Radiofónica, Manual para guionistas. de Fernando CURIEL, UNAM. Pags. 60 y 61.
- 2.- Ibidem, pag. 61
- 3.- GONZALEZ, Alonso Carlos. El Guión. Trillas Pag. 8.

d).- LOS PATROCINADORES POTENCIALES.

Puesto que la radio es un medio de comunicación que, como todos los demás, requiere de equipo y personal técnico, creativo y administrativo, es necesario, como ya lo mencionamos en el apartado referente a problemas estructurales, contar con el apoyo económico necesario.

En el caso que proponemos en nuestra tesis, es decir, el manejo de mensajes formativo-educativos dentro de la programación normal de las radiodifusoras Comerciales y No Comerciales de Guadalajara y su Zona Metropolitana, se necesitará apoyar e conómicamente todo un proceso de producción de cápsulas y programas que deben a su vez sostenerse en un sólido respaldo creativo y económico.

Así pues, dentro de nuestra investigación consideramos importante conocer la opinión de los posibles patrocinadores para el proyecto que nos ocupa. Acudimos para ésto, a dos tipos de patrocinadores: el sector oficial y la iniciativa privada, y a través de su posición frente a nuestra propuesta, nos formamos una idea general del panorama que encontraríamos al poner en práctica nuestra sugerencia sobre radio formativa-educativa.

El Sector Oficial

Por parte del sector oficial, entrevistamos a patrocinadores potenciales de las áreas municipal y estatal. Ellos se manifestaron totalmente a favor de patrocinar económicamente la elaboración y transmisión de mensajes formativos, puesto que consideraron que los medios de comunicación deben coadyuvar en la labor

educativa que constituye una de las necesidades primordiales a satisfacerse, para lograr el desarrollo de nuestra ciudad y Estado.

Señalaron también que, como parte de la responsabilidad social que el sector oficial tiene con la comunidad tapatza, están dispuestos a financiar programas de radio formativos por que consideran que este medio es, por sus ventajas propias, un instrumento importante para llevar formación y educación a todos los rincones del país.

Con una planeación adecuada de la forma y contenido de los mensajes formativos, opinaron que se pueden coordinar esfuerzos entre varias instituciones oficiales para crear un soporte capaz de cubrir la producción y transmisión de los mismos en todas las estaciones radiofónicas de Guadalajara.

#### Iniciativa Privada

Por lo que respecta a la iniciativa privada, acudimos en busca de patrocinadores entre industrias, agencias de publicidad, comercios, y algunas otras empresas de diversos tipos, quienes, después de escuchar nuestra propuesta, sugirieron que, no obstante el carácter lucrativo que las caracteriza, estarían dispuestos a patrocinar programas y cápsulas formativas en la radio tapatza.

Los entrevistados por parte de la iniciativa privada estiman que patrocinando este tipo de programas, además de que ellos promocionan sus productos y servicios alcanzando beneficios tangibles, cumplen con la responsabilidad social de contribuir al progreso de nuestra ciudad y sus habitantes.

Además, creen que esta sería una buena forma de dar a conocer a la gente los aspectos positivos de la iniciativa privada, como motor fundamental en el desarrollo del país.

Después de esta breve reseña del punto de vista de los patrocinadores potenciales, poco queda por decir acerca de las expectativas reales que existen en Guadalajara para formar a través de la radio, porque los resultados son definitivamente positivos.

## e).- EPILOGO.

Si la radio es un medio de comunicación que ejerce una determinante influencia en las actitudes individuales y colectivas de los radioescuchas, consecuentemente es un instrumento muy útil para educarlos y formarlos, dadas las ventajas propias que ya dimos a conocer en su momento en esta tesis.

Siguiendo el orden natural de las cosas, esta tesis empezó por los cimientos, con la concepción de una idea que maduró en proyecto, el cual a su vez se convirtió en realidad, dando pie quizá a nuevos planteamientos y perspectivas sobre el tema.

Y es que ante la palpante necesidad de formación continua de todos los que habitamos en la zona metropolitana de Guadalajara, hubiera resultado inverosímil no recurrir a los medios de comunicación social para satisfacerla. Esto fue lo que motivó mi interés por dar a conocer, a través de estas páginas, las expectativas que existen para la radio formativa.

A medida que la idea fue modelándose, el proyecto sustentaba más posibilidades de resolver mi proposición, y el propio tema me exigía investigar hasta develar resultados verdaderos pero además útiles para aquellos interesados en el asunto.

La labor de investigación se vió coronada con la respuesta del público radioreceptor, los ejecutivos de radio, y los patrocinadores potenciales para el proyecto, quienes, en su gran mayoría, se mostraron interesados en participar activamente en la radioformación.

De esta manera, y con base en los datos que obtuvimos en nuestra investigación, es de esperar que lo que proponemos para Guadalajara, se pueda llevar a cabo en todo el país con excelentes resultados, debido a que la necesidad de formación y educación no es exclusiva de nuestra ciudad sino, al contrario, es una realidad de cada uno de los lugares de nuestro país. Por lo tanto, con el perfeccionamiento adecuado a cada lugar, y por ende, al tipo de necesidades de los receptores, la programación radiofónica de todas las emisoras puede ayudar en gran medida, a educar y formar a la comunidad mediante sus mensajes.

#### RESUMEN DEL CAPITULO IV

- La programación formativa-educativa que sugerimos se basa en dos formatos: la cápsula y el programa.
- La cápsula se caracteriza porque, en un lapso muy corto de tiempo, transmite un mensaje sintetizado sobre temas muy variados.
- La cápsula la sugerimos porque, dadas sus características, puede ser fácilmente intercalada en la programación normal de las emisoras.
- Sugerimos además que se intercalen las cápsulas en el bloque musical de las estaciones y no, en el espacio destinado a comerciales, para atraer al oyente.
- Un programa es un formato radiofónico que, a través de la música, la voz y los efectos sonoros, lleva un mensaje durante un tiempo determinado a un grupo numeroso de radioescuchas.
- La radio ofrece la posibilidad de crear y desarrollar el gusto por aprender, ya que permite participar de experiencias que no son las propias provocando un enriquecimiento cultural.
- Funciona involuntaria o voluntariamente como un medio de educación permanente, dado que muestra constantemente patrones de conducta y modelos de vida.
- Para planear nuestro programa partimos de los resultados que arrojó nuestra investigación entre los radioescuchas..
- Para realizar un programa de radio es necesario contar con un guión. El guión es la forma ordenada en que se presenta un programa por escrito.

-El guión debe contener todo lo que va a escucharse (voz, música, efectos sonoros, silencios, requerimientos humanos y de tiempo).

-Para llevar a cabo nuestro proyecto necesitamos patrocinadores.

-Los representantes de los patrocinadores por parte del sector oficial, se mostraron a favor de cumplir con la responsabilidad social que tienen con la comunidad tapatza, de contribuir al desarrollo de los habitantes y el país en general.

-Por su parte, la iniciativa privada también está dispuesta, según aseguraron los entrevistados, a patrocinar cápsulas y programas formativos, porque además de promocionar sus productos y servicios en el radio, ellos cumplen con la responsabilidad social de contribuir al progreso de México.

-Ambos patrocinadores recalcaron la necesidad de planificar el contenido, la forma, el tiempo y los elementos creativos del material.

-La labor de investigación recibió buena respuesta por parte de los radioescuchas, los ejecutivos de los grupos de radio y los patrocinadores potenciales.

## CONCLUSIONES :

De esta tesis estimamos que se derivan las conclusiones que signamos a continuación:

-No proponemos crear emisoras que funcionen exclusivamente para formar y educar.

Sugerimos, en cambio, que las estaciones de radio del área Metropolitana de Guadalajara, incluyan en su programación diaria, mensajes formativo-educativos.

-Los mensajes formativo-educativos son aquellos que, de manera continua, aportan conocimientos y favorecen el aprendizaje de temas de interés para los radioescuchas.

-Proponemos fundamentalmente, una radiocomunicación que forme y eduque en un sentido amplio, es decir que lleve asesoramiento en los aspectos familiar, social e individual.

-La programación radiofónica de todas las emisoras puede ayudar en gran medida, a formar y educar a la comunidad mediante sus mensajes, adaptándolos a las necesidades propias de los receptores.

-Nuestra labor de investigación recibió buena respuesta por parte de los radioescuchas, los ejecutivos de radio, y los patrocinadores potenciales.

### Los Grupos Radifónicos

-El 61% de los trece grupos de radio encuestados, transmite mensajes que pueden considerarse formativos más no completamente.

-Las cuatro áreas del conocimiento que predominan en el contenido de los mensajes son: salud, cultura, economía familiar, y formación familiar.

-El 88% de los grupos están a favor de que se fomente la educación y la formación a través de la radio.

-Definitivamente el 99% de los grupos afirman que la radio SI es un instrumento para elevar el nivel formativo de la sociedad ta pat fa.

#### Los Radioescuchas

-Los mensajes formativo-educativos que han escuchado, los localizaron preferentemente en Sonido 103, H Guadalajara, Radiométró poli, Stéreo Soul y Radio Universidad.

-Se comprobó que estas emisoras sí transmiten mensajes tanto en formato de programa como en cápsulas.

-Los mensajes fueron útiles para la superación social de los ra di o e s c h u c h a s.

-Contrario a lo que opinaron los grupos radiofónicos, el 83% de los encuestados está a favor de que se impartan clases por radio.

#### Los Patrocinadores Potenciales

-La opinión de nuestros patrocinadores potenciales (Sector Oficial e Iniciativa Privada), es muy favorable a nuestro proyecto. Se mostraron completamente a favor de ayudar económicamente a producir y transmitir programas y cápsulas formativas porque consideran que los medios de comunicación tienen una función so cial que ellos comparten, la de contribuir al desarrollo y pro greso de los habitantes de nuestra ciudad.

-Todos los resultados que arrojó nuestra investigación, nos lle va ron a concluir que las posibilidades reales que existen de fomentar la transmisión de mensajes formativo-educativos, son muchas. Es de esperar que la idea que proponemos pueda llevarse

a cabo no sólo en Guadalajara, sino en todo el país con excelentes resultados.

-El proceso de cambio de la radio mexicana continúa gestándose ahora. Ese proceso debe contemplar la verdadera función social de la radio como medio de comunicación y, por consiguiente, debe responder a la necesidad de formación y educación de la sociedad.

## B I B L I O G R A F I A .

- ARREDONDO Ramirez, Pablo. Los Medios de Comunicación en Jalisco. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.
- ARREGUIN J.L.M. Sistemas de Comunicación y Enseñanza. Ed. Trillas. México 1983, 126 p.p.
- BOLETIN No. 11 del Instituto Nacional para la Educación de Adultos (INEA). Febrero-Marzo de 1985. México.
- CASTAREDA Yáñez, Margarita. Los Medios de Comunicación y la Tecnología Educativa. Ed. Trillas México 1984, 184 p.p.
- COMUNICACION Y CULTURA, Vol. 8. Universidad Autónoma Metropolitana. México 1982. 219 p.p.
- CONNOTACIONES. Los Niños y la Radio. No. 2. Ed. El Caballito. México, 1982, 128 p.p.
- CURIEL, Fernando. La Escritura Radiofónica, Manual para Guionistas. UNAM. México, 1984, 167 p.p.
- DALE, Edgar. Métodos de Enseñanza Audiovisual. Ed. Reverté, México, 1964, 573 p.p.
- DIRECTORIO del Departamento de Investigación y Servicios de la Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A. edición de 1986.
- DICCIONARIO Enciclopédico Abreviado. T. VI Ed. Ocran Sanabu, Espasa-Cape.
- DICCIONARIO Enciclopédico Quillet. Vol. 7. Ed. Grolier.
- ENCICLOPEDIA Gran Sopena. T. 14 Ed. Sopena.
- ENCICLOPEDIA de México. T. XI, México 1978, 3a. ed.
- ESCUADERO Yerena, Ma. Teresa. La Comunicación en la Enseñanza. Ed. Trillas. México 1985, 72 p.p.
- FORSYTHE, Richard O. Radiodifusión Educativa. Inclu. en La Educación en la era tecnológica. Tickton G. Sidney (compilador) Ed. Bowker. Argentina, 1974.
- GONZALEZ Alonso, Carlos. El Guión. Ed. Trillas, México 1984, 61 p.p.

GRAN Enciclopedia del Mundo. T. 16. Ed. Durvan, España 1978.

LINARES, Marco Julio. El Guión, Elementos, Formatos y Estructuras. Ed. Edicupes. México.

MEJIA Prieto, Jorge. Historia de la Radio y la T.V. en México. Octavio Colmenares Editores. México. 1972. 322 p.p.

REVISTA Referencia. No. 11 Mayo de 1986. Ed. Agencia de Comunicación Rojas-Mendoza, Guadalajara, México.

ROMO, Cristina. Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio. Publicación de Ciencias de la Comunicación. ITESO, Guadalajara, México 1985, 57 p.p.

TEXTOS Escogidos. Tres Textos sobre Radio Educativa. ITESO. Guadalajara, México. 1985.