

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

UNIDAD AJUSCO

TESIS:

ESCALERA AL CIELO:

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PROYECTO RADIOFÓNICO QUE
CONTRIBUYA AL REFORZAMIENTO DE LA IDENTIDAD MUSICAL DE LOS
ADOLESCENTES URBANOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

CRUZ LUENGAS ELIDETH.

O'FARRILL DUQUE KATHIA H

ASESOR: DAVID MAGAÑA FIGUEROA

Índice

	Pág
Introducción	5
CAPÍTULO I: La acción de comunicar y educar.	9
1.1 Comunicación.	9
1.2 Tipos de comunicación.	13
1.2.1 Comunicación verbal y no verbal.	13
1.2.2 Comunicación interpersonal e intrapersonal.	14
1.2.3 Comunicación para las masas y comunicación social.	15
1.3 Función de los medios de comunicación para las masas.	18
1.4 Educación.	21
1.5 El vínculo Comunicación-Educación: Comunicación Educativa.	22
1.6 Aprender a ver, aprender a escuchar: Educación para la recepción.	25
CAPÍTULO II: Una mirada al mundo adolescente.	30
2.1 Visión global de la etapa adolescente.	30
2.2 Concepto del yo y concepto de identidad en el adolescente.	34
2.3 Adolescencia y familia.	36
2.4 El Adolescente y Grupos Sociales.	38
2.4.1 Sociabilidad y Socialización.	38
2.4.2 Adolescente y Grupos.	39
2.5 Adolescente y Estereotipos.	42
2.6 Adolescente y Cultura.	43
2.6.1 Culturas Juveniles.	45
CAPÍTULO III: La Contracultura: Movimientos Juveniles.	47
3.1 Definición de contracultura.	47
3.2 Movimientos Contraculturales.	49
3.2.1 Existencialistas.	49
3.2.2 Beatniks.	50
3.2.3 Hippies.	52
3.2.4 Época Contemporánea.	55

3.3 Tribus urbanas.	56
Punks.	58
Dark.	58
Rockers.	59
Skinhead.	59
Heavies.	60
S.H.A.R.P.	60
B-Boys.	61
Grunges.	61
Rastas.	62
Rapers.	62
Ska.	63
Ravers.	63
CAPÍTULO IV La Música: un arte en el tiempo.	65
4.1 Definiendo la música.	65
4.2 Breve historia de la música.	67
4.3 Función social de la música.	69
CAPÍTULO V La Radio: un medio de escenarios musicales.	75
5.1 Una aproximación a la radio.	75
5.2 Características de la radio.	77
5.3 La radio como medio de comunicación.	79
5.4 Función social de la radio.	81
5.5 La radiodifusión en México.	84
5.5.1 Tipos De Radiodifusoras.	88
5.5.1.1 Radio Comercial.	98
5.5.1.2 Radio Oficial.	89
5.5.1.3 Radio Universitaria.	90
5.5.1.4 Radio Comunitaria.	91
5.5.1.5 Radio Cultural.	93
5.5.1.6 Radio Indígena.	94

5.5.1.7 Radio Educativa.	95
5.6 Tipos de programas.	95
5.7 Lenguaje radiofónico.	100
5.7.1 ¿Qué es el lenguaje radiofónico?	100
5.7.2 La Voz.	102
5.7.3 La Música.	105
5.7.4 Efectos Sonoros.	108
5.7.5 El Silencio.	109
5.8 ¿Cómo hacer un programa radiofónico?	111
5.8.1 ¿Qué es un programa?	111
5.9 Metodología para realizar un programa radiofónico.	112
5.9.1 Guión radiofónico.	115
5.9.2 Guión literario.	116
5.9.3 La redacción.	118
5.9.4 Guión técnico.	119
CAPÍTULO VI Diseño y producción de programa radiofónico:	124
<i>Escalera al cielo.</i>	
6.1 Justificación.	124
6.2 Delimitación.	127
6.3 Objetivos.	127
6.4 Estructura Del Programa.	128
6.5 Guión para el programa “Escalera al cielo”.Tema: Música en el tiempo.	129
6.6 Guión para el programa “Escalera al cielo”.Tema: Reggaeton un baile candente.	136
6.7 Guión para el programa “Escalera al cielo”.Tema: La electrónica una revolución musical.	142

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

La adolescencia es un periodo de transición y para muchos jóvenes de incertidumbre. En estos tiempos, la juventud pasa la mayor parte del tiempo expuesta ante el bombardeo de mensajes de medios de comunicación como la radio, que conforman una parte importante del saber cotidiano de los adolescentes. Bajo la máscara de entretenimiento, la radio educa nuestros gustos y valores, la existencia de formas de pensar, de vida, las maneras de ver el mundo y de actuar.

El presente trabajo surge de la inquietud por dar respuesta a las preguntas: de manera general ¿cómo podemos acercar al adolescente a los contextos de la música que escucha cotidianamente?; de manera particular. ¿Cómo incidir en la formación del adolescente a través de la radio como medio de comunicación? ¿Cuál es la concepción que se tiene del adolescente en la sociedad? ¿Qué es lo que mueve al adolescente para la elección de determinado tipo de música? ¿Cuál es el papel de la música en la socialización y en la formación de la identidad del adolescente?

A partir de estas preguntas nuestro trabajo pretende el diseño y producción de tres programas radiofónicos “piloto” dirigidos a adolescentes urbanos de la Ciudad de México nacidos a partir de 1987, al año de 1991. Esto significa que el periodo de adolescencia que estamos abarcando es de los 14 años a los 18 años de edad actual aproximadamente. Única característica de la población seleccionada; a pesar de esto, no descartamos la posibilidad de que la propuesta sea escuchada por público de otras edades.

Con esta propuesta intentamos darle un nuevo sentido a las prácticas culturales de los adolescentes en cuanto a música se refiere y de esta manera, ampliar su horizonte musical. Asimismo, pretendemos contribuir en la formación, socialización y reforzamiento de la identidad musical del adolescente de manera implícita, ya que es sabido que los medios de comunicación, además de competir con la escuela respecto de los contenidos que manejan, ejercen una gran influencia sobre los individuos, al grado de incidir en la visión que cada cual tiene de la vida. Lo anterior lo consideramos un fenómeno social que tiene mucho que ver con el aprendizaje de actitudes y la formación de valores y conductas, procesos que son propiciados también por los medios de comunicación. En este sentido la

radio, es nuestra herramienta de la cual nos valdremos para formar en el adolescente una conciencia crítica ante la música que en ella se transmite.

Para lograr los propósitos antes mencionados los programas tendrán como las siguientes características: el formato a manera de mosaico con información miscelánea. Cada programa contendrá cápsulas informativas referentes al género y contexto de la música que se transmita durante el mismo, así como una barra musical de tres a cuatro canciones. También constará de cápsulas en las que se pretende dar a conocer información política, social, cultural de la ciudad de México. El programa tendrá una duración aproximada de una hora. Contendrá pequeños flashes culturales con información sobre obras de teatro, carteleras del cine, exposiciones de museos y eventos musicales; y de conocimientos generales con información sobre temas de diferente interés como: ciencia, política, ecología, sexualidad, salud, entre otros. El programa será transmitido tres días a la semana, lunes, miércoles y viernes, su género es Informativo, Educativo-Cultural y Entretenimiento.

La metodología para el diseño y producción de los programas radiofónicos estará basada en los estudios realizados por Mario Kaplún y Mario Alberto Pérez Hernández los cuales consideramos que aportan una amplia descripción de la construcción de un programa radiofónico.

Con base en lo antes expuesto, nuestro objetivo fundamental es el diseño y producción de una propuesta radiofónica que considere elementos pedagógicos para que medios de comunicación como la radio colaboren en el desarrollo social, cultural y musical de los adolescentes de la Ciudad de México, tomando en consideración la importancia de la música durante dicha etapa. Para tal efecto, dividimos el trabajo de la siguiente manera:

CAPÍTULO I: LA ACCIÓN DE COMUNICAR Y EDUCAR. Retomando autores como Antonio Paoli, Carlos González y Ma. Teresa Escudero se explica brevemente el proceso de comunicación y el proceso de comunicación a través de medios como la radio. También se muestran los principales tipos de comunicación y se analiza la función social de los medios de comunicación para las masas con la finalidad de entender los procesos que interviene al exponerse aun medio de comunicación como la radio. De igual manera se explican los conceptos de educación, comunicación educativa y educación para la recepción

ya que son los conceptos básicos que sustentan nuestra propuesta que sustenta nuestro trabajo.

CAPÍTULO II: UNA MIRADA AL MUNDO ADOLESCENTE. Con la finalidad de conocer el auditorio al que irá dirigida nuestra propuesta, en este capítulo se abordan conceptos y aspectos de la etapa adolescente de manera general. También se explican aspectos que están relacionados con el contexto social y cultural en el que el adolescente está inmerso. Procesos como la búsqueda de la identidad y la relación del adolescente con la familia y su grupo de iguales son tomados en cuenta dado que, culturalmente, la música está presente y es parte de dichos procesos. Retomando definiciones de autores como Francisco Prieto, Juan Delval, Gonzalo Musitu, Dobra Nicolson y Eric Erikson quienes abordan dicha etapa desde una perspectiva social.

CAPÍTULO III: LA CONTRACULTURA: PRESENCIA DE LA JUVENTUD EN EL MUNDO. En este capítulo se define el concepto contracultura y se hace una revisión de la historia de los movimientos contraculturales desde sus inicios hasta nuestros días desde la perspectiva de autores como José Agustín, Parménides García y Carles Feixa los cuales consideramos los principales exponentes de dicho tema en México.

Por último, se definen y describen algunas de las tribus urbanas, con la finalidad de visualizar algunos de los contextos en los que los adolescentes pueden estar inmersos y en los que la música es parte importante.

CAPÍTULO IV LA MÚSICA: UN ARTE EN EL TIEMPO: Debido a que nuestra propuesta esta basada principalmente en la música, en este capítulo abordaremos la definición, un recorrido breve a lo largo del desarrollo de la música, así como su función social con la finalidad de resaltar la importancia que ha tenido la música a lo largo del tiempo en el ser humano. Dicho estudio es abordado desde la perspectiva de la musicoterapia con autores como Mariano Betés de Toro y desde una perspectiva social con autores como Julia Bernal y Graciela Agudelo.

CAPÍTULO V LA RADIO: UN MEDIO DE ESCENARIOS MUSICALES. En este capítulo retomamos definiciones que teóricos de la radio como: Romeo Figueroa, Mariano Cebrian y Ramiro Garza han hecho de la radio así como sus características esenciales con la finalidad de conocer el medio del que nos estamos valiendo para llevar a cabo nuestros

propósitos. Por otro lado y como parte fundamental de nuestro trabajo, se aborda la metodología que se sigue para hacer un programa de radio desde la perspectiva de Mario Kaplún, Romeo Figueroa y Mario Alberto Pérez Hernández. Se aborda también la función social de la radio y los tipos de radio que hay con la finalidad de conocer la utilidad que tiene la radio como medio de comunicación en México.

CAPÍTULO VI PROPUESTA RADIOFÓNICA: ESCALERA AL CIELO. En este capítulo se da a conocer el proyecto radiofónico que emerge de la investigación realizada a lo largo de este trabajo, estructurado con una justificación, delimitación y objetivos, así como, el diseño, estructura, contenidos y los guiones de cada uno de los tres programas propuestos.

Esta propuesta es resultado de nuestra preocupación que se acentuó, en el último año de nuestra preparación, por valorar la importancia de los medios masivos de comunicación dentro de la educación y como pedagogos hacer del binomio comunicación-educación parte fundamental de la educación integral de los individuos.

CAPÍTULO I: La acción de comunicar y educar

Los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías, también contribuyen en la educación de las sociedades, pues tengan o no explícitamente el objetivo de enseñar lo hacen. Por otro lado, los procesos de enseñanza-aprendizaje, parte de la educación, exigen de la comunicación, debido a que sin esta última no se puede generar la primera; entonces la relación entre comunicación y educación es una constante.

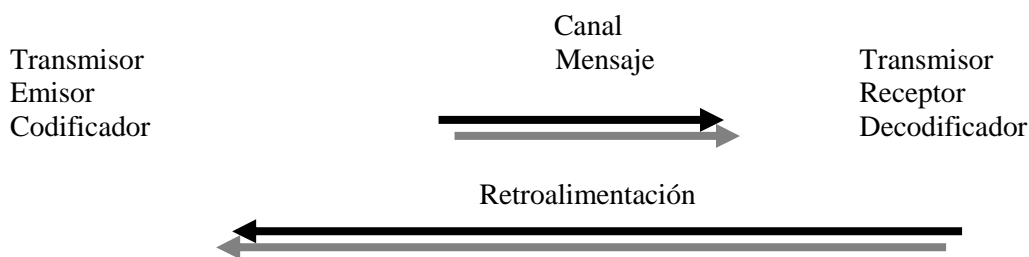
Si los medios tienen y han tenido un papel importante en la educación en que jóvenes y adolescentes se desarrollan ¿por qué no utilizarlos con fines distintos a los mercantiles? Así pues y como parte fundamental de nuestro trabajo y para adentrarnos al binomio comunicación-educación, es necesario partir de la conceptualización de estas dos grandes dimensiones: la educación y la comunicación.

1.1 La comunicación

Consideramos que todo acto educativo requiere de un acto comunicativo, no es posible hablar de educación sin una relación comunicativa, Paoli menciona al respecto: “la comunicación es un hecho social, que no se refiere sólo a medios de comunicación masivos, ni a la lengua hablada, sino que tiene que ver con todos los procesos sociales”¹

Aún en los niveles más simples, la comunicación es un asunto que involucra varios elementos básicos. Inicialmente debe existir un emisor o codificador, que es alguien que formule un mensaje, un canal y un decodificador receptor, que es la persona a la cual va dirigido el mensaje.

Para una mejor comprensión del modelo básico de comunicación que queremos dar a conocer, presentamos el esquema que explica el proceso de comunicación antes mencionado:



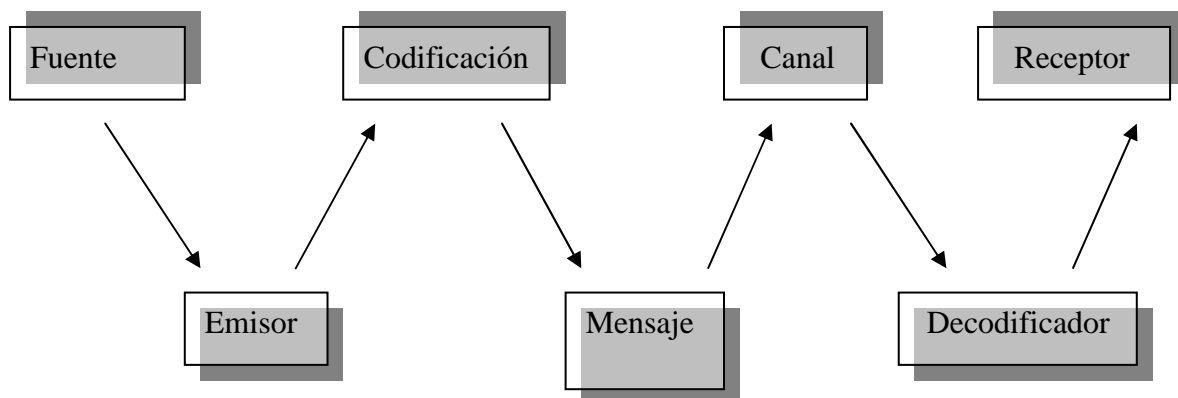
¹ PAOLI, J: Antonio. “comunicación e información: perspectivas teóricas” México, 1983. 6 p.

Cabe señalar que para que exista comunicación es de vital importancia que emisor y receptor compartan, al menos, una parte de su universo de conocimientos. El modelo hasta aquí explicado, es el modelo básico de comunicación, en el que no se puede negar la desproporción que existe entre emisores y receptores, considerando un medio de comunicación electrónico como la radio. Roberto Aparici citando a Antoine Vallet afirma que “la relación comunicativa entre emisor y receptor se debilita desde el momento mismo en que el receptor desconoce en gran medida los procedimientos de descodificación del mensaje generado por el emisor”.²

Por su parte, J. Antonio Paoli entiende la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos mediante el cual se evoca en común un significado. El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante y un significante puede ser una palabra, un gesto, un sabor, un olor.

Para que realmente pueda existir un proceso de comunicación necesitamos haber tenido algún tipo de experiencias similares evocables en común, requerimos experiencias comunes y cuantas más ricas sean éstas, más y mejor podremos comunicarnos.

Por su parte, Carlos González Alonso define a la comunicación desde los principios de la humanidad como “el acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea”.³ La comunicación, para González se constituye en una necesidad desde el comienzo. El proceso se representa en el siguiente esquema:



² APARICI, Roberto. “La educación para los medios de comunicación”. México, 1996. 49 p.

³ GONZÁLEZ Alonso, Carlos. “Principios básicos de comunicación”. México, 1989. 12 p

Los elementos fundamentales de todo proceso de comunicación son: el emisor, el mensaje y el receptor; o dicho de una manera más fácil; la fuente, el mensaje y el destino. El emisor es quien formula un mensaje; el mensaje es la unidad, idea o concepto que puede ser la tinta en un papel, las ondas de sonido, alguna manifestación corporal o cualquier otra señal capaz de ser interpretada significativamente; el receptor es la persona a la cual va dirigido el mensaje, puede ser un individuo el cual escucha, lee, es miembro de un grupo, un grupo o un individuo que pertenece a un grupo particular al llamado público masivo.

El proceso de codificación es tomar la información o lo que se desee compartir y se transforman de manera tal que pueda ser transmitida y comprensible para la persona a la cual va dirigido el mensaje. Para completar el acto de comunicación, el mensaje se tiene que decodificar para entenderse en los mismos términos en los cuales fue hecho. Se considera que codificador y emisor, así como decodificador y receptor, pueden ser una persona respectivamente. En este proceso el emisor y el receptor son los elementos más importantes.

La retroalimentación o retroinformación es la respuesta, la cual dice al emisor cómo está siendo interpretado el mensaje, si ha sido entendido o si se ha interpretado de otra manera. Su función primordial es complementar la información emitida.

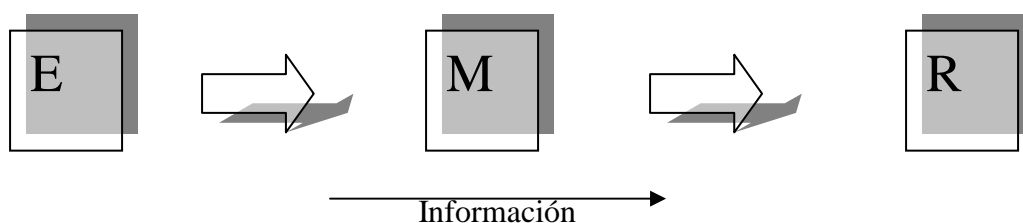
Entendemos a la comunicación como el proceso por medio del cual se intercambian mensajes en estado de total reciprocidad hasta alcanzar una conciencia común. Esta es una definición hecha retomando los conceptos antes expuestos, ya que coincidimos en afirmar que la verdadera comunicación no se da por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más sujetos que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia a través de medios artificiales como lo es la radio; para nosotras y en nuestro trabajo la importancia de la comunicación yace en su capacidad de conectar significados simbólicos y crear una comprensión común. Aunado a esto resaltamos lo que John C. Merrill y otros mencionan al respecto “la meta de la comunicación es establecer una comunidad de comprensión o compartir representaciones significativa”.⁴

Hay autores como Lasswell y John Merrill quienes consideran se puede estudiar el proceso de comunicación considerando la siguiente pregunta: quién dice qué, a quién, a

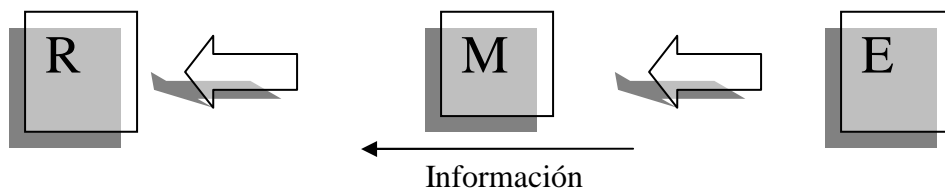
⁴ MERRILL, C. John. “Medios de comunicación social”. Madrid, 1992. 41 p.

través de qué canal y con qué efecto. El hecho de considerar que en todo proceso de comunicación, la palabra clave es “compartir”, lingüística y/o simbólicamente significados, la pregunta antes mencionada va más allá de la simple observación superficial, se tienen que tomar en cuenta el tono y la forma en el que el mensaje está siendo emitido para que, aparte de una programación creativa, el lenguaje asuma el papel de herramienta de expresión y de verdadera estructura para la comunicación.

En relación con la comunicación a través de la radio y en un sentido más estricto, podríamos decir que la comunicación referida al medio radiofónico puede ser comparada con la información que es solamente una parte de la comunicación:



Para Ma. Teresa Escudero, la información, al contrario de la comunicación se caracteriza por la ausencia de retroalimentación. “cuando el receptor se transforma en emisor y da una respuesta, ésta es ya una nueva información que, igualmente tiene un solo sentido.



Hasta el momento en que estas dos informaciones se unen y pasan a formar parte de un mismo proceso de transmisión e intercambio de informaciones, se puede hablar de comunicación.⁵ Por lo antes mencionado podemos decir que el proceso de comunicación que se da en el medio radiofónico es unidireccional, autoritario y rara vez se propicia una retroalimentación, dado que no se toma en cuenta al receptor para producir los mensajes, sin

⁵ ESCUDERO Yereña, Ma Teresa. “La comunicación en la enseñanza”. México, 1990. 16 p.

embargo, en la actualidad esta practica comunicativa se ha ido modificando de manera que cada vez se abran más canales para propiciar la participación de los receptores, aunque consideramos que todavía hace falta mucho por hacer para que exista una verdadera retroalimentación.

1.2 Tipos de comunicación

La comunicación puede ser de varias formas o tipos, daremos una breve mirada a 3 pares de tipos de comunicación que son considerados por autores como Tim O'Sullivan, John C. Merrill y Hielen McEntee como básicos para una mejor comprensión de la comunicación. Cabe mencionar que para efectos de esta investigación nos enfocaremos a la comunicación para las masas, concepto que abordaremos con más detenimiento en apartados siguientes.

1.2.1 Comunicación verbal y no verbal

La comunicación verbal es toda aquella comunicación que utiliza la palabra, ya sea de manera oral o escrita. A medida que tratamos de comunicarnos, nos expresamos verbalmente. La comunicación verbal es importante porque es una de las formas básicas como nos relacionamos socialmente.

Eileen McEntee citando a Gary Hunt define la comunicación no verbal: “se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales”⁶

Cabe señalar que la comunicación no verbal puede reforzar o sustituir a la comunicación verbal. Para Corner las funciones de la comunicación no verbal son:

- “-Expresa emociones.
- Transmite actitudes interpersonales.
- Presenta a los demás a la propia personalidad.
- Acompaña al habla administrando las intervenciones, la retroalimentación, la atención, etcétera.”⁷

⁶ MCENTEE, Eileen. “Comunicación oral”. México 1996. 185 p.

⁷ FORNER, A. “La comunicación no verbal”. Barcelona, 1987. 17 p.

Por su parte, Tim O`Sullivan menciona que no es exactamente lo mismo comunicación no verbal y lenguaje corporal, ya que afirma que “cualquier afirmación sobre un lenguaje debe referirse a una gramática y a una sintaxis acordadas e identificables”⁸. O`Sullivan define la comunicación no verbal como comunicación entre personas por medios que no sean el habla y ésta procede de las siguientes principales fuentes parte del lenguaje corporal: contacto visual, boca, postura, ademanes, orientación, distancia corporal, aromas, piel, pelo, ropa.

1.2.2 Comunicación interpersonal e intrapersonal

En primer lugar queremos aclarar el significado de los prefijos “intra” e “inter.” Inter es un prefijo latino que significa “entre”: una relación interpersonal es aquella que se da entre una persona y otra. La comunicación interpersonal, por lo tanto, se refiere a la comunicación entre personas que puede ser de una a otra o puede involucrar pequeños o grandes grupos. A este tipo de comunicación O`Sullivan la define como: “una comunicación entre personas sin la mediación de una tecnología mediática, como la televisión, radio, prensa o cine.”⁹

Por su parte, John C. Merrill, afirma que la comunicación interpersonal puede tener lugar a través de un medio artificial como la radio. Consideramos que la diferencia entre estas dos posturas radica en que O`Sullivan considera que cualquier relación de persona a persona tiene que ser de frente, sin tomar en consideración que a través de un medio se puede entablar un verdadero proceso comunicativo. Coincidimos con O`Sullivan en que si hablamos de una “relación”, en ésta debe existir reciprocidad en el proceso comunicativo y muy difícilmente mediante un medio, el receptor puede contestar “de tú a tú” al mensaje emitido.

Por otra parte, Intra es un prefijo que significa dentro, por lo tanto, la comunicación intrapersonal probablemente estaría fuera de lo que, hasta ahora, entendemos por comunicación, porque es la que se da dentro de una sola persona. Eileen McEntee la define como: “la comunicación intrapersonal es comunicación con uno mismo. En este nivel de

⁸ FORNER, A. Op, Cit. 71 p.

⁹ O`SULLIVAN, Tim et al. “conceptos clave en comunicación y estudios culturales”. Buenos Aires, 1995. 68 p.

comunicación la persona recibe las señales que representan las propias sensaciones o sentimientos”¹⁰ Sin embargo, cada persona, efectivamente, está comunicándose a sí misma. Podría decirse que uno se comunica consigo mismo en una especie de circuito cerrado de comunicación, a este proceso comúnmente lo llamamos pensar o razonar. Al pensar, formulamos o codificamos mensajes y de igual manera, decodificamos para nosotros mismos, inclusive, es necesario comunicarnos con nosotros mismos para comunicarse con alguien más.

1.2.3 Comunicación para las masas y comunicación social

Consideramos que el desarrollo tecnológico y de los modernos medios masivos ha hecho posible una nueva forma de comunicación humana: la comunicación de masas. Para John C. Merrill, el proceso de comunicación de masas es un proceso complejo y le da tres características principales: formalizado, institucionalizado e impersonal. El proceso consiste en “mensajes que se envían a través de cualquier medio tecnológico a grandes grupos de personas o público masivo.”¹¹ En este tipo de comunicación la tecnología está involucrada y forma parte importante del proceso de comunicación.

Los mensajes pueden ser emitidos desde varios medios: radio, televisión, cine, prensa, carteles, espectaculares, entre otros. Tomando en consideración que los mensajes van dirigidos a grandes grupos de personas o público masivo, es necesario definir el término “masa”, para lo que describiremos las características del público masivo:

- Están constituidos por un gran número de personas.
- Son anónimos, es decir, se componen de personas que no se conocen entre sí, ni conocen personalmente al comunicador.
- Son heterogéneos, es decir, esta compuesto por una gran variedad de personas de diferente sexo, ocupación, edades, nivel económico, intereses.

Recurrimos a la definición clásica hecha por Charles R. Wright quien dice que la comunicación de masas: “se diferencia de los antiguos sistemas de comunicación, principalmente, por las siguientes características: se dirige a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo; los mensajes son transmitidos públicamente, y muchas

¹⁰ MCENTEE, Eileen. “Comunicación oral”. México 1996. 132 p.

¹¹ MERRILL, C. John. “Medios de comunicación social”. Madrid, 1992. 45 p.

veces llegan simultáneamente a gran cantidad de personas y en forma transitoria, la cual puede implicar grandes gastos”¹²

Charles Wright agrega otras características a la comunicación de masas: pública, rápida y transitoria. “lo primero porque en tanto el mensaje no va dirigido a nadie en especial, su contenido está abierto a la atención pública. Rápida, porque los mensajes están dirigidos a grandes auditorios en un tiempo relativamente pequeño y aún simultáneamente. Es transitoria porque por lo general se hace en vista a un empleo inmediato y no para un registro permanente.”¹³ Es importante resaltar que para Wright, los mensajes enviados a personas específicas no son considerados comunicación de masas, pero ese es el caso de las cartas o pensando en las nuevas tecnologías, los correos electrónicos.

La comunicación de masas es considerada un proceso complejo que puede tener importantes consecuencias sociales. La simultaneidad del mensaje, esa capacidad de llegar a grandes auditorios en pequeños espacios de tiempo, sugiere un poder de impacto social sumamente potente, razón por la cual se han hecho numerosas investigaciones sobre el impacto de los medios de comunicación en el individuo.

Podemos afirmar que la comunicación de masas es la producción y distribución masiva, mediante medios de difusión masiva, de mensajes públicos. Desde este punto de vista, la comunicación de masas es un sistema de comunicación que transmite mensajes a individuos que negocian sus significados dentro de un complejo de relaciones sociales e interpersonales. Sin embargo, como ya lo mencionamos, en la comunicación de masas el receptor es visto desde fuera dadas sus características como son: anónimo, heterogéneo y grande.

Para evitar no tomar en cuenta al receptor para la emisión de mensajes, retomamos el concepto de comunicación social el cual se define como el proceso mediante el cual el individuo transmite signos con el fin de modificar o transformar la conducta de otras personas. En la medida en que una persona influye en otra y a la vez es influida por ella se convierte en el portador real de proceso. La comunicación social hace posible la interacción

¹² WRIGHT, Charles. “Comunicación de masas”. Buenos Aires, 1980. 15 p.

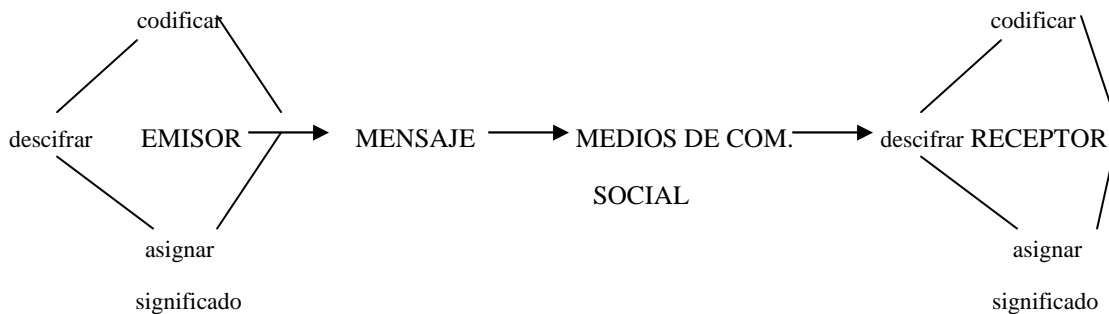
¹³ WRIGHT, Charles. Op cit. 13 p.

a través de la cual los hombres se conservan como seres sociales. En dicho proceso los componentes son entendidos de la siguiente manera:

* Emisor: persona o sistema social que toma parte activa en la selección y transmisión intencional de los mensajes. El emisor descifra, codifica y le asigna significado a la información que va a transmitir.

* Mensaje: contenido de la comunicación; objeto y eventos seleccionados en forma transmisible.

* Receptor: persona o sistema social que requiere y utiliza las comunicaciones sobre las condiciones de su ambiente para la satisfacción de sus necesidades y la solución de sus problemas o simplemente para estar informado. El receptor descifra, codifica y le asigna significado a la información recibida.



En el proceso de comunicación, el medio es el intermediario que transporta todos esos mensajes a través del espacio y el tiempo. Podríamos decir que la radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones hechas en el pasado como ejecuciones en vivo, de igual manera, se le llama a esta característica instantaneidad, la cual consideramos una de las virtudes de la radio que, de igual manera, define en gran medida la especificidad del medio que estamos tratando.

En este sentido, consideramos ideal aquella comunicación que se realice, aunque sea eventualmente, en dos vías: yo emito, tú reaccionas y, de acuerdo a tu reacción, sigo emitiendo para establecer cada día una comunicación más adecuada. Ramiro Garza considera que es urgente pensar en una comunicación en la que se tome al receptor en

cuenta y afirma: “el problema es: comunicación urgente y necesitada de contenidos cada día más significativos dada su penetración e influencia en más de 95% de nuestra población”.¹⁴

Por otra parte tenemos que comprender entre el papel que juegan los medios de comunicación, como la radio, para cada uno de nosotros como individuos y el papel que juegan para el conjunto de la sociedad. Como individuos todos tenemos gustos, intereses y necesidades especiales. El contexto en el que uno crece y la educación que hemos recibido varía, esto hace que cada quién tenga intereses específicos, metas propias y curiosidades personales que satisfacer. Los medios de comunicación debieran intentar o intentan, no siempre con éxito, satisfacer esas necesidades de cada uno de nosotros. Al mismo tiempo, los medios debieran de satisfacer las necesidades culturales, políticas y económicas de la sociedad, sin embargo, el papel social de los medios varía de cultura a cultura e incluso cambia dentro de cada cultura.

Para Mariano Cebrián la comunicación social es un proceso de potenciación del intercambio de mensajes y no de imposiciones directas o indirectas; en este tipo de comunicación se intenta una participación de todos los receptores, incluso hasta los receptores mas desfavorecidos para así conseguir los equilibrios de todos los grupos sociales.

1.3 Función de los medios de comunicación para las masas

Consideramos importante destacar el impacto que tienen dichos mensajes en los individuos dentro de las sociedades, así como las funciones de los medios en las mismas, dado que los medios masivos de comunicación son sostenidos por grandes empresas comerciales inscritas en el sistema social y económico vigente, dichos medios contribuyen al mantenimiento de ese sistema. Alma Rosa Alba de la Selva señala que la radio forma parte de la vida cotidiana y es precisamente esta cotidianidad la que reviste una gran trascendencia social. Al respecto ella menciona “...es justamente ahí, en la vida cotidiana, donde realmente se construye la conciencia de los sujetos, donde se expresa lo social y lo

¹⁴ GARZA, Ramiro. “La radio, presente y futuro”. México, 1998. 16 p.

individual, se produce la apropiación de los objetos y la acumulación de las experiencias de vida”.¹⁵

En la medida en que los medios de comunicación de masas han tenido una influencia sobre su público, éste ha surgido no sólo de lo que se dice, sino, más importante, de lo que no se dice. Es que estos medios no sólo afirman permanentemente el *status quo* sino que, en igual medida, reservan promover cuestiones importantes sobre la estructura de la sociedad. Con ello, guiando hacia el conformismo y proporcionando muy poca base para alguna evaluación crítica de la sociedad, los medios masivos de comunicación con patrocinio comercial traban de modo indirecto, pero eficaz, el desarrollo de receptores desde una perspectiva auténticamente crítica.

Es importante resaltar que hay autores que definen las funciones de los medios de comunicación de masas desde diversas teorías. De dichas teorías mencionaremos únicamente la teoría crítica y la funcionalista, ya que son teorías que tienen que ver con la acción social de los medios y ven a los mismos como partes vitales de la sociedad que cumplen ciertas funciones. Cabe señalar que estas teorías serán explicadas de manera muy sintética debido a que el interés de este trabajo se centra en las funciones actuales de la radio.

Las primeras teorías formales sobre el impacto social de la comunicación de masas se encuentran en los planteamientos filosóficos y sociológicos referentes a la sociedad de masas, desarrollados principalmente en las primeras tres décadas del siglo pasado, pero con antecedentes en el siglo XIX. Sin embargo, de teorías anteriores a las que serán explicadas a continuación, surgió la imagen de las grandes audiencias como conglomerados de individuos pasivos, aislados, manipulables, irracionales e ignorantes. La masificación, según perspectivas anteriores, hacía a las personas susceptibles de ser influenciadas por los medios masivos de comunicación. Pero estas teorías analizan el impacto de los medios de comunicación más allá de sus funciones.

¹⁵ ALVA de la Selva, Alma Rosa. Los escenarios de la radio en “Comunicación, derecho y sociedad”. México, 1997. 139 p.

Denis McQuail menciona que tanto la teoría crítica de la comunicación masiva como la funcionalista han relacionado la actividad de los medios masivos con el orden social. La primera teoría atribuye a los medios masivos la función de asegurar la continuidad de un orden social dado, mantener el control, establecer un amplio consenso de valores, integrar actividades, fijar a los individuos y los grupos en la sociedad.

La teoría crítica a menudo ha entendido que los medios masivos están bajo el control de poderosas élites de clase que imponen sus sentidos dominantes a la mayoría y utilizan los medios para marginar y deslegitimar a la oposición.

Para la teoría funcionalista según Charles R. Wright, los medios de comunicación se convierten en instituciones que cubren ciertas necesidades y cumplen una función. Para Paoli, el medio de comunicación de masas es contemplado en esta teoría, como el soporte de un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de una clase social determinada.

Esta posición no dista mucho de la de Pasquali que se mencionará mas adelante con la cual compartimos opinión, ya que consideramos los medios de comunicación como el medio para transportar el mensaje y lo importante aquí es el mensaje y no el medio.

Por su parte, Pasquali considera que los medios de comunicación tienen la función de transportar mensajes significantes de cualquier naturaleza; coincidimos con él al decir que en nuestra propuesta, la radio, no es más que nuestra herramienta por medio de la cual, pretendemos hacer llegar a los adolescentes mensajes que contribuyan a la formación de su identidad musical; pero es una herramienta que por sus características, y porque parte importante de nuestro mensaje es la música, la consideramos idónea para conseguir que el proceso comunicativo que pretendemos lograr se cumpla; y también que la radio no sea vista simplemente como un medio de información o de difusión sino de comunicación.

John C. Merrill menciona que existen cinco funciones de los medios de comunicación en relación con la sociedad; éstas están relacionadas con los mensajes que son difundidos por los mismos y afirma que “cualquier mensaje de los medios de comunicación puede divertir, persuadir o vender un producto, así como puede también

aumentar la experiencia total, lo cual facilita la transmisión de la cultura”.¹⁶ Estas funciones son:

- ❖ Información: que es la función periodística de los medios.
- ❖ Diversión.
- ❖ Persuasión: los medios pueden ser utilizados para formar la opinión pública, vender productos, cambiar actitudes, moderar la conducta.
- ❖ Servir: al sistema económico al promover las empresas económicas a través de noticias sobre negocios o coberturas informativas sobre tendencias económicas, impuestos y productos.
- ❖ Transmisión de cultura: en esta función se encuentra la educación ya que al estar dirigido a un público tiene un efecto socializante, así sea muy leve.

1.4 Educación

Consideramos que el concepto de educación es amplio por lo cual retomamos la definición hecha por Ausubel quién afirma que: “La educación es el conjunto de conocimientos, órdenes y métodos por medio de los cuales se ayuda al individuo en el desarrollo y mejora de las facultades intelectuales, morales y físicas. La educación no crea facultades en el educando, sino que coopera en su desenvolvimiento y precisión”¹⁷

En este sentido, entendemos que la educación es el proceso por el cual el hombre se forma y define como persona. Se entiende como un proceso de vida que involucra no solamente conocimientos y habilidades, sino que tiene que ver con la esencia misma del ser, sus sentimientos, el sentido y el significado mismo de la vida. De acuerdo con lo anterior cada persona aporta una parte a la construcción de la sociedad y sus representaciones, que son producto del pensar y el actuar de cada persona, el cual se encuentra mediatizado y determinado por la educación recibida por cada persona. Consideramos que actualmente la educación debe ser exigente, desde el punto de vista que el sujeto debe poner más de su parte para aprender y desarrollar todo su potencial.

¹⁶ MERRILL, John C. “Medios de comunicación social”. Madrid, 1992. 110 p.

¹⁷ Ausubel, D, et al. “Psicología Educativa”. México, 1990.

En nuestros días, la educación no es responsabilidad exclusiva de instituciones formales como la escuela e instituciones informales como la familia y ahora los medios de comunicación los juegan un papel importante en la educación. A pesar de que el proceso de enseñanza-aprendizaje conlleva una intención educativa, el aprendizaje puede suceder de manera espontánea; a este respecto, resaltamos lo que Agustín García Matilla menciona: “En la educación informal el aprendizaje se produce de forma desorganizada y asistemática y comprende el proceso por el cual el individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos, merced a la experiencia diaria. Es aquí donde la influencia de los medios de comunicación de masas tiene un papel educativo peculiar”¹⁸.

De esta manera; consideramos importantes los aprendizajes que se obtienen de los medios de comunicación aún en los casos en los que no tienen la intención explícita de educar ya que caen en esta modalidad educativa informal, la cual Abraham Paín citando a Coombs la define como “el proceso a lo largo de la vida, en el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, habilidades, actitudes y percepciones de las experiencias cotidianas y de la exposición al entorno –entre ellas la radio- (...) Aquello que un individuo aprende la educación informal está, no obstante, limitado a lo que el entorno personal puede ofrecerle”¹⁹

1.5 El Vínculo Comunicación-Educación: Comunicación Educativa

La extensa difusión que han tenido los medios de comunicación en el mundo ha llevado a considerar la relación educación-comunicación como un campo de la investigación educativa importante, entre otras cosas porque al igual que instituciones como la familia y la escuela, los medios de comunicación se han convertido en una institución social que no sólo informan sobre lo que acontece el mundo político, social y cultural sino como bien afirma Aurora Alonso del Corral: “...los medios de comunicación colectiva han sido reconocidos como una institución social por su función como portadores,

¹⁸ GARCÍA Matilla, Agustín, “Los medios para la comunicación educativa” en Aparici (comp.) La Educación para los medios de comunicación”. México, 1994. 53 p.

¹⁹ PAIN, Abraham. “Educación informal. El potencial educativo de las situaciones cotidianas”. Buenos Aires, 1992. 219 p.

creadores y difusores de visiones del mundo y formas de vida en sociedad”²⁰ De esta manera, proporcionan un conjunto de valores, creencias, actitudes y modelos que forman parte de los individuos.

La comunicación educativa aborda el estudio de estos dos sistemas en relación a los medios de comunicación y/o nuevas tecnologías. Para Alonso la comunicación educativa es un campo amplio y complejo el cual: “estudia a la educación como un proceso social esencialmente comunicativo de interacción y relacionalidad dialógica. Engloba el estudio de fenómenos diversos de comunicación social y colectiva, sus nexos con los espacios educativos y, por supuesto, incluye todos los medios de comunicación posibles, sus lenguajes, sus mensajes e influencia en los procesos de enseñanza-aprendizaje”²¹

Asimismo y tomando en cuenta que la educación es un proceso que se da a lo largo de la vida, consideramos importante lo que Alonso del Corral afirma: “...la comunicación educativa ocurre en los procesos educativos formales, no formales e informales, es decir, incluye tanto los procesos intencionados para influir a otros a través de un proceso estructurado de enseñanza, cuanto en los procesos espontáneos de aprendizaje, en los que la intencionalidad por educarse, ser influido o modificado consciente o inconscientemente proviene del sujeto que aprende”.²²

Existen varios enfoques de la comunicación educativa desde los cuales se puede estudiar la relación comunicación-educación en los que sin duda, la educación adquiere un papel importante. Algunos de estos enfoques son: La Educación para los Medios (EPM) la cual Agustín García Matilla define citando al Consejo Internacional de Cine y Televisión como:

Por educación en materia de comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía.²³

²⁰ ALONSO Del Corral, Aurora. “Los medios en la Comunicación Educativa”. México, 2004. 13 p.

²¹ ALONSO Del Corral, Aurora. Op. Cit 141 p.

²² *Ibíd.* 55p.

²³ GARCÍA, Matilla, Agustín. Op. Cit. 63 p.

Alonso considera que la educación para los medios tiene en gran medida centrado su objeto de estudio y su origen en las orientaciones de los aprendizajes que se obtienen a través de los medios de comunicación de masas. Tomando en consideración dichas definiciones definimos a la educación para los medios como: Educar para ampliar las capacidades de análisis activo y crítico de la oferta televisiva, periodística y radiofónica y, en general, mediática.

Otro enfoque de la comunicación educativa es la pedagogía con imágenes o educación por los medios, en este enfoque destaca la utilización de los medios audiovisuales para la educación. García Matilla la describe: “ desde la pedagogía con imágenes, se sirven de los medios -tanto de los materiales realizados dentro del aula, como aquellos otros que proviene de otra empresas productoras-, con una variada finalidad: con el fin de lograr la motivación, transmitir una experiencia, conocer un proceso...”²⁴. Esta pedagogía se lleva a cabo mediante el uso de medios de comunicación específicos dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Por otro lado, si consideramos que la comunicación en una de sus dimensiones es transmisión de información, la información es un concepto importante en la comunicación educativa ya que sin información no hay comunicación, Paoli la define como: “...un conjunto de mecanismos que permiten a un individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que sirvan como guía de su acción”²⁵ ya que son los mensajes o el contenido de los mensajes los que el receptor asimila, organiza, interpreta y reorganiza, en este sentido “Desde la perspectiva comunicativa, la educación, cubre la obligada selección-elaboración-emisión de la información”²⁶.

De esta manera, Castillejo Brull afirma: “en la comunicación educativa, pues, no se trata, sólo, aunque también, de lograr una correcta recepción y transformación, sino sobre todo de promover la adecuada puesta en acción, para que sus efectos se reintroduzcan como

²⁴ Op cit. 67p

²⁵ PAOLI, J. Antonio. Op. Cit. 15 p.

²⁶ CASTILLEJO Brull, José Luis et. al. “Comunicación y construcción humana” en Sarramona, Comunicación y Educación. Barcelona, 1988. 48 p.

información congruente a la comunicada, potenciando y consolidando así la transformación y autoconstrucción prevista”.²⁷

Es importante destacar cómo los desarrollos tecnológicos han revolucionado la forma en que el ser humano recibe, procesa, almacena y utiliza la información, así como la manera en que aprende, se entretiene, utiliza su tiempo libre e interactúa con los demás, ya que la realidad misma y sus interpretaciones cambian en función de lo anterior, por ende los imaginarios sociales que se construyen se modifican también.

En este sentido, el receptor es un actor importante de la comunicación educativa, ya que es un receptor-procesador de información que la capta, asimila, organiza, interpreta y reorganiza según sus propias categorizaciones y experiencia previa, Charles y Orozco afirman que: “el proceso de la recepción es complejo y no se circunscribe al mero momento de interactuar directa y/o físicamente con los mensajes, sino que trasciende esa situación, fusionándose con las prácticas cotidianas de los públicos. Es en ellas donde se negocian significados y sentidos y se realiza su apropiación o se resisten”²⁸

1.6 Aprender a ver, aprender a escuchar: Educación para la recepción

Nuestro trabajo se apoya también en la educación para la recepción, la cual surge por la preocupación de que los sujetos receptores, individuales y colectivos, tomen distancia de los medios de comunicación y sus mensajes; la educación para la recepción (ER) nace como una necesidad educativa ante el desarrollo técnico acelerado de los diversos medios de comunicación en Europa y Estados Unidos.

Jensen y Rosengren²⁹ señalan que en términos teóricos los estudios de recepción se vinculan con la teoría de la respuesta del lector proveniente de los estudios literarios. Las teorías sobre la estética de la recepción surgieron de la hermenéutica literaria, es decir, el cómo se interpretan los textos, como una reacción contra las concepciones que depositaban

²⁷ CASTILLEJO Brull, José Luis et, al. Op. Cit. 49 p.

²⁸ CHARLES Creel, Mercedes y Guillermo Orozco. “El proceso de recepción y la educación para los medios” en Aparici (comp.) La Educación para los medios de comunicación”. México, 1994. 164 p.

²⁹ Jensen, K. y Rosengren, K. “Cinco tradiciones en busca del público”. En D. Dayan (comp.), En busca del público”. Barcelona, 1997. 335-370. p

el valor absoluto de la obra ya fuera en el autor o en el texto, ignorando la participación constructiva del lector.

Para Mattelart,³⁰ ésta concepción, venida de la literatura, tuvo repercusiones en la investigación de los procesos comunicativos, específicamente en los estudios que sobre la recepción de medios, se comenzaron a desarrollar investigadores como Stuart Hall y David Morley, que, aunque enfocados a la recepción televisiva, sentaron las bases para la investigación de los procesos de recepción mediática en el contexto de la vida cotidiana.

Hablando de la Educación para la Recepción, Orozco menciona que no existe una definición única para ésta, en uno de sus libros, realiza un recorrido por las diversas formas de encararla. Como factor común encuentra “la preocupación por hacer que los sujetos receptores, individuales y colectivos, tomen distancia de los medios de comunicación y sus mensajes, que les permita ser más reflexivos, críticos y, por tanto, independientes y creativos; esto es, que les permita recobrar y asumir su papel activo en el proceso de la comunicación”.³¹ Entendemos por papel activo del receptor como la participación y respuesta ante los mensajes que son transmitidos por los medios.

Para Jensen y Rosengren, los análisis de la recepción parten de una lectura comparativa de los discursos de los medios y de los discursos de los públicos. El acceso al discurso del público se realiza a partir de investigaciones empíricas en pequeña escala, utilizando entrevistas en profundidad, observación participante y/o grupos de discusión. Al comparar su discurso con la estructura del contenido mediático considerado para el estudio, los análisis de recepción pueden mostrar la manera en que los públicos asimilan, rechazan, reformulan los géneros y temas del contenido analizado. Este acercamiento puede mostrar cómo las personas participan en una producción social de sentido y de formas culturales a través de su pertenencia a comunidades interpretativas socialmente definidas.³²

El supuesto teórico es la posibilidad de intervenir en los procesos de recepción: percepción, asimilación y apropiación de mensajes, para promover sujetos creativos, críticos y selectivos a la oferta de los medios. También poder intervenir en los contenidos

³⁰ Mattelart, A. y M. “Historia de las teorías de la comunicación.” Barcelona, 1997. 91 p.

³¹ CHARLES Creel, Mercedes y Guillermo Orozco. “Educación para a recepción”. México, 1990. 21 p.

³² Jensen, K. y Rosengren, K. Op. Cit. 335-370. p

propuestos. Buscan también afectar el desenvolvimiento de los medios, pero a partir del polo del receptor e involucrado a los actores sociales.

La Educación para la Recepción plantea que la preocupación actual es ver cómo se adecua la educación para la recepción a los sistemas de educación ya existentes, cómo se prepara a los docentes o cuáles son los enfoques pedagógicos más adecuados para llevar adelante esta tarea.

Uno de los mayores retos es el de poder pasar de la participación de sujetos individuales a la de sujetos colectivos en los procesos de comunicación. Otro, es como servirse de los medios para que los sujetos colectivos sean reconocidos socialmente como sujetos históricos. Hay que entender a la Educación para la Recepción como un medio y no como un fin.

Retomamos la perspectiva de la ER denominada recepción activa, la cual Charles y Orozco definen como aquella que se centra en la forma en que los receptores se relacionan con los medios de comunicación y sus mensajes; en esta perspectiva el aspecto problemático no es el medio o el mensaje, sino el proceso de la recepción; se centra en el análisis crítico de la recepción en el que se involucran los individuos, es decir, cómo se relaciona el receptor con los medios de una manera más reflexiva. Se toma en cuenta al receptor como individuo y en grupo; Charles y Orozco mencionan a este respecto: “esfuerzos en esta dirección se han centrado en preparar al sujeto individual para que colectivamente se reapropie del proceso de comunicación y pueda participar activamente en la generación de su propia cultura. El receptor se entiende aquí como un sujeto situado histórica y socialmente.”³³

Queremos recalcar que el proceso de la recepción es un proceso complejo y múltiple, en el que intervienen otros procesos tales como la percepción, asimilación y apropiación de mensajes; por lo que nuestra propuesta se centrará en promover, por un lado, la construcción de sujetos críticos, creativos y selectivos ante la oferta de mensajes a los que están expuestos cotidianamente; y por otro lado, promover los procesos de asimilación de información que ofrece la radio dentro de las circunstancias ambientales de cada individuo.

³³ CHARLES Creel, Mercedes y Guillermo Orozco. Op. Cit.. 28 p.

En términos piagetianos la adquisición de conocimiento es paulatina y se va construyendo con los conceptos previos que el sujeto posee y que se integran a los nuevos contenidos que le son significativos y lo motivan a seguir aprendiendo. La adquisición de conocimiento es un proceso que el sujeto realiza de manera individual y en forma endógena, a través de los procesos de asimilación y acomodación.

La relevancia del proceso de aprendizaje en el ámbito de la comunicación es que al igual que el primero, tiene como objetivo lograr una modificación en la conducta del receptor y si observamos detalladamente, los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías, también contribuyen en la educación de las sociedades, pues como lo hemos señalado, tengan o no explícitamente el objetivo de enseñar, lo hacen.

Charles y Orozco, mencionan 6 indicaciones importantes para explicar el proceso de recepción, estas son:

- La recepción es un proceso necesariamente mediado.
- La recepción es una interacción en distintas direcciones: con el medio, con el género programático, con el mensaje, con la cultura, con las instituciones, con lo que recientemente ha sido conceptualizado como los “grandes temas” que influyen nuestra significación de lo real.
- La exposición a los medios es condición necesaria, pero no suficiente.
- La exposición a los medios no es la variable determinante. Lo importante en todo caso sería “la manera de exponerse” a sus mensajes (pasiva o activamente, crítica o acriticamente, individual o colectivamente, entre otros).
- Los miembros del público son siempre agentes sociales.
- La comunicación se produce en el proceso de recepción.

La recepción de un mensaje, consiste en el esfuerzo positivo llevada a cabo por un receptor para recibir y comprender una comunicación codificada. La recepción adecuada presenta muchas ventajas: ayuda al receptor a comprender las emociones, ideas y necesidades de los comunicadores; muestra interés por el emisor y lo que tiene que expresar; a su vez, mejoran las actitudes del emisor hacia el receptor, y por esta razón ambos se tornan más receptivos.

En esta bien formada costumbre de tomar distancia de los mensajes, somos receptores críticos cuando establecemos un nuevo uso de los medios, mediante la apropiación de los elementos que nos resulten útiles en nuestro proceso de construcción

humana, cultural y educativa. Los individuos no somos seres inermes e incapacitados para decodificar los mensajes que nos llegan; es nuestra formación la que determina nuestra calidad de respuesta ante el influjo de mensajes masivos que por lo general tienden a uniformar estereotipos, valores y patrones de conducta no siempre favorables al desarrollo integral.

Es necesario que al pensar en el fomento de hábitos de recepción crítica tengamos en cuenta que ésta es una labor que compete a los medios de comunicación, a los programas oficiales de educación básica, a los comunicadores y profesionales de la educación para formar receptores activos, no pasivos.

A manera de conclusión y bajo las concepciones revisadas en este capítulo, tenemos que admitir que para producir un mensaje en cualquier medio de comunicación masivo, es necesario tomar en cuenta los procesos de comunicación-educación-recepción que intervienen para cumplir los objetivos planteados, de lo contrario, se corre el riesgo de que el mensaje no sea relevante para el receptor y no se cumpla el cometido de la comunicación, es decir, la retroalimentación.

CAPITULO II: Una mirada al mundo adolescente

La adolescencia es esencialmente una época de cambios. Es la etapa que marca el proceso de transformación del niño en adulto, es un período de transición que tiene características peculiares. Se llama adolescencia, porque sus protagonistas son jóvenes de identidad y de una clara definición, que ya no son totalmente niños, pero tampoco son adultos, son una especie de híbrido, con rasgos de adulto y a la vez actitudes de niño. La evolución que el adolescente vive en esa etapa, los hace entrar en crisis, pues se encuentran en la búsqueda de su propia identidad, en el proceso de configurar su personalidad.

Debido a que el auditorio al que irá dirigida nuestra propuesta radiofónica son adolescentes de 14 a 18 años en el presente capítulo se abordan de manera general las características propias de esta etapa, así como la relación de la adolescencia con aspectos sociales; con la finalidad de conocer un poco más tanto al adolescente como su entorno socio-cultural. Dichos aspectos son tomados en cuenta ya que forman parte importante en la construcción de la identidad del adolescente.

2.1 Visión global de la etapa adolescente

Al hablar de adolescencia podemos decir que tanto la opinión popular como el pensamiento científico nos la describen como un periodo de crisis individual, de conflicto, de tensión, como si esta edad o etapa remitiera de manera automática y sin remedio a una identidad negativa y problemática. Si bien es cierto, la adolescencia es un periodo de transición y para muchos jóvenes de incertidumbre en la cual el individuo trata de crear su propia identidad y un sentido de autonomía, también puede ser vista desde distintas perspectivas.

Desde un punto de vista cognitivo, la adolescencia es una época en la que, en términos piagetianos, se alcanza el máximo de desarrollo cognitivo genético, es decir, la etapa de las operaciones formales, lo cual significa que los adolescentes deben ser capaces de razonamiento lógico y abstracto, de considerar las posibilidades hipotéticas. De igual manera deben ser capaces de realizar operaciones de metacognición, es decir, reflexionar sobre sus propios procesos cognitivos. Siguiendo a Piaget, Edward P. Sarafino afirma que en la adolescencia se alcanza:

un nivel superior de pensamiento y razonamiento. Incluye la habilidad para:

- a) aplicar conceptos abstractos
- b) concebir sucesos hipotéticos y futuros
- c) considerar todas las posibles combinaciones de conceptos; y
- d) coordinar simultáneamente varios factores relacionados.³⁴

Psicólogos y médicos visualizan a la adolescencia como la edad de los peligros y excesos. La formación del adolescente implica un proceso de actos de rebeldía, de contradicciones y genera una crisis en las relaciones con los demás y consigo mismo. De igual manera es un periodo de cambios hormonales y corporales, es decir, la adolescencia se caracteriza por una serie de cambios físicos enormes que trasladan a la persona desde la niñez hasta la madurez física. Los cambios rápidos y súbitos a nivel físico que experimentan los adolescentes le agregan a este periodo del desarrollo las características de conciencia propia, sensibilidad y preocupación sobre los propios cambios corporales, a la vez que se presentan comparaciones angustiosas entre sí mismo y los compañeros.

Desde la perspectiva social, Dobra Nicolson y Harry Ayers definen a la adolescencia como “una etapa de transición entre la infancia y la edad adulta. Es un periodo de desarrollo biológico, social, emocional y cognitivo que, si no se trata satisfactoriamente puede llevar a problemas afectivos y de comportamiento en la vida adulta”.³⁵

Nicolson y Ayers mencionan que la adolescencia puede ser contemplada en relación con la cognición social tomando en consideración que la adolescencia es una época en que los adolescentes razonan sobre sí mismos y su mundo social. Destacan algunas características de dicha etapa que consideramos importantes resaltar, estas características son: “...se hacen egocéntricos al pensar que otras personas reales o imaginarias están interesadas por ellos como lo están ellos por sí mismos. Dan gran importancia a cómo los ven los demás y experimentan el deseo de destacar y de que se les reconozca. Se hacen idealistas y se interesan por las ideas y movimientos religiosos, filosóficos y políticos”.³⁶

Por su parte, Robert E. Grinder define a la adolescencia como un periodo de desarrollo de la personalidad y la interacción con la sociedad, “es un periodo en que los

³⁴ SARAFINO, Edward P. “Desarrollo del niño y del adolescente”. 399 p.

³⁵ NICOLSON, Dobra y Harry Ayers. “Problemas de la adolescencia”. Madrid, 2002. 10 p.

³⁶ NICOLSON, Dobra y Harry Ayers Op. Cit. 12 p.

individuos empiezan a afirmarse como seres humanos distintos entre sí. Así, la personalidad propia de cada adolescente depende de la trascendencia que tiene para él las personas con quienes trata, de los tipos de comportamiento que se le presentan en sus modelos y de las maneras como asimila las nuevas expectativas y las experiencias anteriores”.³⁷

Podemos observar que dichas definiciones se remiten al hecho de la adolescencia como un periodo en el cual el individuo se forma para la edad adulta, en este sentido la importancia de la adolescencia radica en el hecho de que, junto con la infancia, sirve de fundamento a la edad adulta. Kalus Allerbeck y Leopold Rosenmayr definen a la adolescencia desde un punto de vista sociológico y asocian el concepto de adolescencia con el concepto de juventud. Al igual que los autores revisados, Allbeck y Rosenmayr consideran que la adolescencia se ve determinada de una manera decisiva y fundamental por factores sociales. Citan a Augusto Hollingshead y definen la adolescencia como:

El periodo en la vida de una persona en que la sociedad no lo considera ya...un niño, pero no le otorga el pleno status, los roles y funciones del adulto. En cuanto al comportamiento, se define a la juventud por los roles que el joven, dado su status en la sociedad, debe y puede desempeñar, por los que le son prohibidos. No la determina un momento especial, como ser la pubertad biológica, sino que se encuentra delimitada de diferentes maneras por la forma, el contenido, la duración y etapa en las distintas culturas y sociedades.³⁸

En términos generales la etapa de la adolescencia se caracteriza porque el individuo le da una mayor importancia a las relaciones sociales, especialmente con sus iguales, la amistad y el amor. Se dirige la atención hacia el propio cuerpo, a la impresión que se produce a los otros; es una etapa de descubrimiento de sí mismo, de los otros y del mundo entero. El cuadro que a continuación se presenta, señala las características propias de la etapa adolescente en la mujer y el hombre desde tres aspectos desde los que la adolescencia ha sido abordada, tomando en consideración lo que la mayoría de los autores afirman como características distintivas de dicha etapa de manera muy general:

³⁷ GRINDER E., Robert. “Adolescencia”. México, 1987. 17 p.

³⁸ HOLLINGSHEAD, Augusto en Allerberck “Introducción a la sociología de la juventud”. 21 p.

Características generales de la adolescencia

	MUJER	HOMBRE
DESARROLLO FÍSICO	<ul style="list-style-type: none"> -Aparición de vello, en particular, en la región genital y axilar. -un año máximo de crecimiento durante el cual crece de cinco a diez cm. -aparición de barros y espinillas -sus senos comienzan a crecer -sus caderas se ensanchan -comienza la menstruación o el periodo de ovulación (generalmente alrededor de los 13 años) - se forma en ella una capa de grasa subcutánea que le da a la silueta femenina su aspecto característico. 	<ul style="list-style-type: none"> -aparición de vello, en particular, en la región genital y axilar, bigote, barba; algunas veces en el pecho. -aparición de barros y espinillas. -cambio de voz -crecimiento de diez a doce cm. -los hombros se ensanchan, sus caderas se vuelven más angostas; sus brazos y piernas se alargan. -su piel se vuelve más gruesa -sus órganos sexuales aumentan de tamaño. -comienza la espermatogénesis: aparición de espermatozoides en el líquido seminal.
DESARROLLO PSICOLÓGICO	<p>Se producen cambios que se rigen por dos elementos: la inteligencia y la afectividad. Inteligencia se refiere a una forma de pensar más lógica, abstracta y sistemática. La afectividad se refiere a cambios de emociones, sentimientos y pasiones que se encuentran en plena efervescencia. Un periodo lleno de equilibrios y desequilibrios también llamados conflictos de independencia y dependencia, de autonomía y heteronomía, seguridad e inseguridad en sí mismo, manifestados en relación tanto con la familia, la autoridad o los adultos, cuanto con los iguales y grupo de compañeros.</p>	
DESARROLLO SOCIAL	<p>Un elemento considerado como característico de la etapa adolescente es el de la identidad personal y social. En la adolescencia se desarrolla la capacidad de observar y analizar los sentimientos, motivos que le llevan a actuar, actitudes, entre otros, y tenerlos en cuenta al juzgar su comportamiento. Actitud crítica frente al mundo de los padres. Dificultades en la adaptación social. Impulso de aislamiento y a la vez una necesidad de comunicación e información, por las que el adolescente suele unirse con otros en grupo.</p>	

Cuadro 1

2.2 Concepto del yo y concepto de identidad en el adolescente

Hacia el fin de la infancia, el individuo se enfrenta con una jerarquía de roles comprensibles que abarca desde los hermanos menores hasta los abuelos y cualquier otro miembro de la familia. Durante toda la infancia esto le da una especie de conjunto de expectativas respecto de lo que va a ser cuando crezca. Durante la adolescencia, la necesidad de saber quién es uno mismo, cuáles son sus creencias y valores, qué es lo que se quiere realizar en la vida y obtener de ella, lleva al adolescente a tratar de definir una identidad independiente de la autoridad y del apoyo de sus padres, consideramos que el tema fundamental durante dicha etapa es la búsqueda del reconocimiento y de prestigio; de una identidad en cuanto miembro de un grupo.

En relación a la construcción de la identidad, Erikson menciona que el individuo tiende a acumular diversas identidades a lo largo de su vida, el adolescente, por ejemplo, se puede identificar con alguno de sus padres, algún familiar, un amigo o un maestro; es precisamente en la adolescencia cuando este cúmulo de identificaciones que experimenta el individuo puede crear lo que Erikson citado por Watson, define como *difusión de identidad*, dicha difusión se soluciona cuando el adolescente selecciona, desecha y/o combina las identificaciones acumuladas para ajustarlas a su yo y de esta manera ir construyendo una “identidad propia” de acuerdo con sus necesidades particulares.

Watson afirma que éste es un proceso difícil, considerando que el adolescente está en una etapa de desarrollo que implica muchos cambios y se debe considerar que el entorno del adolescente no se reduce únicamente al contexto familiar sino que el entorno social comienza a incidir en esta búsqueda de la identidad.

La formación de la identidad en la adolescencia se realiza a partir de las identificaciones anteriores, y de su integración con otras nuevas. Mientras las identificaciones con los padres mantienen su significación, a éstas se añaden otras efectuadas con figuras ideales, amigos, compañeros, entre otros. La formación de la identidad implica no solamente identificaciones a personas sino también a grupos, siendo en la adolescencia donde éstos últimos cobran significación. A la identificación con la familia se agregan ahora, las identificaciones con grupos religiosos, políticos, con determinada clase social o subcultura.

Hemos mencionado que la adolescencia es la etapa en términos piagetianos, de las operaciones formales. Etapa que para autores como Erikson: “constituye el momento clave y también crítico de formación de la identidad”³⁹

Girar la mirada hacia el yo, va acompañado de una especial capacidad de reflexión, ya que el individuo precisa conocerse y comprenderse no sólo en el plano individual-subjetivo, sino en el plano social; al respecto Alfredo Fierro menciona que el proceso de identidad es de naturaleza psicosocial y contiene elementos cognitivos “el individuo se juzga a sí mismo a la luz de cómo advierte que le juzgan los demás, en comparación con ellos mismos y en el bastidor de los criterios de alguna tipología significativa,”⁴⁰ de tal manera que la identidad es a la vez personal y social.

Juan Delval afirma que tanto los cambios físicos como la opinión de los otros constituyen factores que inciden en los cambios del concepto de sí mismo o autoconcepto, término que define como “el conjunto de representaciones que el individuo elabora sobre sí mismo y que incluyen aspectos corporales, psicológicos, sociales y morales”⁴¹. Así, la construcción de la identidad en el adolescente es el resultado de las aspiraciones propias y de la imagen que devuelven los demás.

Fierro define a la identidad como “diferenciación personal inconfundible; es definición o, mejor, autodefinición de la persona ante otras personas, ante la sociedad, la realidad y los valores; y es en fin, autenticidad.”⁴²

Asimismo, Francisco Prieto señala que “la identidad no significa otra cosa sino que uno se reconoce a sí mismo en sus obras, en sus acciones que son las que dan consistencia al sentimiento y las seguridades que tenemos de nosotros mismos. En lo social, la identidad es un sentimiento de arraigo, una capacidad de decir nosotros, de reconocer ámbitos propios. Es desde otra perspectiva, saberse apreciado o amado por lo que se es, por uno mismo; en otras palabras, tener un nombre.”⁴³

³⁹ ERIKSON, h. Eric. “Sociedad y adolescencia”. 12 p.

⁴⁰ FIERRO, Alfredo. “Desarrollo social y de la personalidad en la adolescencia” en “Psicología Evolutiva. Adolescencia, madurez y senectud”. 110 p.

⁴¹ DELVAL, Juan. “El desarrollo humano”. 577 p.

⁴² FIERRO, Alfredo OP. Cit. 110 p.

⁴³ PRIETO, Francisco. “La comunicación interpersonal”. 69 p.

Francisco Prieto señala que la identidad se forma a partir de varios factores tanto personales como a nivel social, estos son:

En lo personal:

- Vocación
- Círculo de familia
- Círculo profesional

En lo social:

- Nación
- Cuerpo político
- Iglesia y gremio
- Comunidad lingüística o étnica.⁴⁴

En la medida en que dichos factores se encuentren de manera armónica dentro de cada individuo, la construcción de la identidad será más sólida o deficiente. Así, la búsqueda de identidad en el adolescente indica su preocupación por encontrarse consigo mismo, su identidad personal y su relación con el mundo exterior y se produce como resultado de la interacción social.

2.3 Adolescencia y familia

Para efectos de esta investigación consideramos a la adolescencia como un periodo de transición difícil en el desarrollo del ser humano en el cual se producen cambios físicos, psicológicos y sociales que influyen en la imagen que el adolescente tiene de sí mismo, en su relación con los demás y en su comportamiento en general.

En este sentido el contexto familiar constituye un ambiente y un contexto socializador importante tal como afirma Gonzalo Musitu: “En relación con el contexto familiar, esta etapa se caracteriza entre otros aspectos, por un cuestionamiento de las normas de funcionamiento familiar.”⁴⁵ Así, la adolescencia se convierte en un periodo difícil no sólo para los adolescentes, sino también para sus padres. Sin embargo, es preciso señalar que existen diferencias individuales y culturales y hay situaciones en las que los

⁴⁴ PRIETO Op. Cit. 70 p.

⁴⁵ MUSITU, Gonzalo et al. “Familia y adolescencia”. 14 p.

conflictos y la implicación de los padres en conductas no controladas se reducen considerablemente.

La familia es considerada como contexto de socialización, tomando la definición de Musitu cuando afirma que “la socialización familiar se refiere al conjunto de procesos de interacción que se producen en el contexto familiar y que tienen como objetivo inculcar en los hijos un determinado sistema de valores, normas y creencias.”⁴⁶ Sin embargo el adolescente está expuesto a cambios contextuales que también influyen en la socialización de los mismos, como los amigos, la escuela, los medios de comunicación, entre otros, que en ocasiones crean conflictos en el entorno familiar, por lo que se requieren de constantes cambios de las estrategias de socialización y de las formas de relación entre padres e hijos.

La importancia del contexto familiar reside en que, como es sabido, es el primer mundo social del hombre y es en la familia en donde nacen las primeras señales de conciencia de grupo. En este sentido cabe señalar cómo definen a la familia autores como Gonzalo Musitu quién menciona: “la familia es un contexto de aprendizaje sobre el mundo y las relaciones que en él se establecen.”⁴⁷

Francisco Prieto afirma que “la humanidad alcanza su nivel más alto de realización con la instauración de la familia,”⁴⁸ y la considera como el grupo primario más importante. Para Ángeles Ituarte de Ardevín la familia “es la primera sociedad natural en la que surge la vida humana y se desarrollan las personas [...] la familia es el lazo que une al individuo con la comunidad social.”⁴⁹ Para Dobra Nicolson y Harry Ayers las familias “pueden considerarse como sistemas sociales que han establecido un conjunto de reglas, adscrito y asignado roles, tienen una estructura de poder y estrategias para resolver disputas.”⁵⁰ Marta Schufer y otros la definen como “una unidad biopsicosocial”⁵¹

Así, podemos considerar a la familia como grupo primario, como principal agente educativo, como primer transmisor de pautas culturales y definirla como un sistema que tiene como finalidad procurar el desarrollo y crecimiento de cada uno de sus miembros

⁴⁶ MUSITU, Gonzalo. Op. Cit. 17 p.

⁴⁷ Op. Cit. 119 p.

⁴⁸ PRIETO, Francisco. “La comunicación interpersonal”. 37 p.

⁴⁹ ITUARTE de Ardevín, Ángeles. “Adolescencia y Personalidad”. 87 p.

⁵⁰ NICOLSON, Dobra y Harry Ayers. “Problemas de la adolescencia”. 130 p.

⁵¹ SCHUFER, Marta et al. “Así piensan nuestros adolescentes”. 45 p.

dotándolos de diversos valores, reglas, roles y funciones que les permitan desenvolverse de forma armónica dentro de su núcleo familiar y en su contexto social.

2.4 El Adolescente y Grupos Sociales

2.4.1 Sociabilidad y Socialización

El ser humano es un ser social por naturaleza, sin embargo, a lo largo de su vida se desarrollan y/o maduran posibilidades sociales necesarias para relacionarse, convivir y comunicarse. Psicólogos como Ignacio González y Anne Marie Rocheblave destacan dos procesos que aunque están presentes a lo largo de la vida social del individuo, pueden resultar más intensos durante la infancia y la adolescencia: *la sociabilidad y la socialización*

La sociabilidad se manifiesta en la búsqueda de un compañero; o también por la integración en un grupo. Anne-Marie Rocheblave la define de la siguiente manera: “La sociabilidad es la capacidad, la aptitud que permite al individuo vivir con los otros y en grupo, y es fruto de comprensión hacia el otro, de posibilidad de simpatía y empatía.”⁵²

La simpatía consiste en el hecho de compartir los sentimientos del otro, de experimentar con él las penas y alegrías, y la inclinación, el atractivo hacia el otro, y tiene en cuenta sobre todo las cualidades afectivas del otro; y la empatía se mueve en el plano intelectual, la facultad de ponerse en el lugar del otro y mirarse a sí mismo con la mirada del otro, Dymonds citado por Anne-Marie Rocheblave, define a la empatía como “el esfuerzo que permite llegar a una representación del mundo adecuada del otro, por transposición imaginativa de sus pensamientos, de sus sentimientos, de sus actos”⁵³

Por su parte, Ignacio González Almagro define la socialización como “un proceso a través del cual el individuo aprende a interiorizar los diversos elementos de la cultura en la que se halla inmerso, integrándolos en su personalidad con el fin de adaptarse en su contexto social.”⁵⁴ Y señala las características de la socialización entre las que distinguimos:

- “Supone una capacidad de relación del individuo, que se concreta en la convivencia con los demás y su inserción social, por medio del aprendizaje.

⁵² ROCHEBLAVE-SENLÉ, Anne-Marie. “El adolescente y su mundo”. Pág. 116.

⁵³ Ibidem.

⁵⁴ GONZALEZ Almagro, Ignacio en “Psicología de la adolescencia”.Pág. 215

- Aceptación o rechazo de normas, valores, etcétera, y su consiguiente internalización, lo que contribuye a la personalización.”⁵⁵

El autor menciona tres tipos de socialización:

1. *Socialización primaria*: es la primera que el individuo realiza durante su infancia, y normalmente dentro de la familia. Se hace miembro de la sociedad al asimilar la cultura básica de su grupo, imitando e identificándose con las figuras mayores con las que mantiene lazos de sangre y/o afecto.
2. *Socialización secundaria*: Se produce en otros grupos, normalmente secundarios o formales, a través de los cuales el individuo contacta con nuevas formas sociales, ampliando la visión de la realidad. Prolonga y completa la socialización primaria en el grupo de iguales, centro educativo, medios de comunicación, etc.
3. *Socialización terciaria*: en ocasiones, puede darse una discontinuidad o disocialización en un individuo que se aparta temporalmente de los valores, costumbres o normas de su grupo.⁵⁶

2.4.2 Adolescente y Grupos

El ser humano es un individuo que vive en sociedad, por eso necesita pertenecer y ser reconocido dentro de un grupo para poder desarrollar su vida, ya que nunca podrá vivir solo ni aislado. Es por eso que surge la necesidad de pertenencia a un grupo, entendido éste como un “conjunto de personas que interactúan entre sí de modo que cada miembro del grupo recibe la influencia de cada una de las otras personas y, a su vez, ejerce influencia en ellas”.⁵⁷

En este sentido, el adolescente se forma y desarrolla dentro de un círculo familiar, sin embargo, tiende a separarse de aquel primer círculo que le ha formado para buscar a un grupo de iguales que sienten y piensan lo mismo que él, para buscar otra forma de identificarse con la sociedad en la que él convive; como lo menciona Marisol Rodríguez: “el adolescente tiende a agruparse durante los periodos problemáticos con otros que como él experimentan las mismas necesidades, dudas y frustraciones. De ahí, que la vivencia común grupal va a proporcionarle un excelente marco donde ritualizar la separación y superación del primitivo esquema familiar.”⁵⁸

⁵⁵ GONZALEZ Op cit. 216 p.

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ FERNÁNDEZ Collado, Carlos. “La comunicación humana en el mundo contemporáneo”. 59 p.

⁵⁸ RODRIGUEZ Gutiérrez, Marisol en “Psicología de la adolescencia”. Pág. 198.

Los valores, la educación, la forma de pensar y hasta la forma de hablar y vestir son elementos, según Maria de la Rosa, para definir en qué grupo se va a encajar; señala que la necesidad de un adolescente de pertenecer a un grupo es “la expresión de hambre social, pues cuando se tiene acceso a la vida externa completa y estimulante, contrarresta sus sentimientos de vacío, aislamiento y soledad.”⁵⁹

Anne-Marie Rocheblave apunta que la adolescencia antiguamente se reducía a una situación de paso, afirma que hoy se constituye como un grupo con un sistema propio de referencia y señala dos factores que han contribuido a éste fenómeno:

- Indiferenciación ambigua y marginal.
- Aumento de adolescentes por dos razones; *biológica*: precocidad de la pubertad; y *social*: prolongación escolar y entrada tardía a la vida profesional.⁶⁰

La influencia del grupo entre iguales puede ser muy grande, y no siempre beneficiosa pero al mismo tiempo le resulta difícil alejarse de éste, ya que necesita encontrar apoyo en alguna parte, como lo menciona Juan Delval “cuanto mayor es la distancia con la familia, más necesita a los amigos”⁶¹

El vínculo grupal⁶², según Marisol Rodríguez, le va a proporcionar al adolescente todo aquello que anhela encontrar: una seguridad, un reconocimiento social, un marco afectivo y un medio de acción, un espacio vital e imaginario, fuera del dominio adulto.

Mariano Moraleda señala algunas formas en las que el grupo brinda al adolescente apoyo y sentimiento de valoración personal:

- El grupo ofrece al adolescente la seguridad indispensable para lograr su independencia.
- El grupo provoca en el adolescente la sensación de prestancia personal que da el verse aceptado por los compañeros.
- El grupo proporciona al adolescente prestigio a los ojos del resto de compañeros.
- El grupo ofrece al adolescente la oportunidad para desarrollar habilidades que le ayudarán a realizar una buena adaptación social.

⁵⁹ DE LA ROSA, Maria Eugenia. “YO SOY...”. Pág.42

⁶⁰ ROCHEBLAVE-SENLE, Anne-Marie. “El adolescente y su mundo”.Pág. 14.

⁶¹ DELVAL, Juan. “El adolescente y el mundo social”.Pág.584.

⁶² RODRIGUEZ Gutiérrez, Marisol. Pág. 195

- El grupo proporciona al adolescente, finalmente, la oportunidad para liberar sus tensiones emocionales. En la atmósfera del grupo, el adolescente puede dejar caer su máscara y ser él mismo, expresarse franca y libremente.⁶³

De acuerdo con lo antes expuesto consideramos *al grupo* como un representante y una estancia para ensayar roles adultos y un escenario del que surgirán amistades duraderas, algunas de por vida; se ponen a prueba, consolidan o rechazan, los valores inculcados en el hogar. Así, paralelamente a la emancipación de la familia el adolescente establece lazos más estrechos con su grupo de iguales.

Es importante mencionar que los grupos se forman cuando dos o más personas descubren o creen que algo se puede lograr por medio de la acción conjunta. Las intenciones pueden ser infinitas: una tarea en específico, un problema difícil, la elección de un candidato político o simplemente la interacción con otros como en el caso de los adolescentes. Fernández Collado resalta tres factores que influyen para que una persona decida unirse a un grupo:

- Atracción interpersonal: cuando un individuo descubre que un grupo de personas es afín a sus actividades, debido a factores como proximidad, semejanza y percepción de la capacidad ajena.
- Metas del grupo: las personas deciden integrarse a un grupo porque están de acuerdo con las metas o propósitos de éste.
- Necesidad de afiliación: pertenecer a un grupo es una manera de generar contacto social, por tanto es una necesidad individual ser parte de una asociación o agrupación.⁶⁴

Sin embargo, hay que resaltar que existen varios tipos de grupo; Carlos Fernández Collado hace una clasificación de éstos, de los cuales resaltamos cuatro tipos:

- Grupos primarios: Es una asociación íntima, cara a cara, en la que sus miembros cooperan, simpatizan y se identifican mutuamente. El grupo primario al que pertenecemos al nacer es la familia.

⁶³ MORALEDA, Mariano. “Psicología del desarrollo”. Pág. 266

⁶⁴ FERNÁNDEZ Collado, Carlos. “La comunicación humana en el mundo contemporáneo”. 62 p.

- Grupos Secundarios: Estos grupos son grandes y sus miembros sólo tienen contacto intermitente entre sí. Aquí la comunicación intergrupala es impersonal e indirecta. Ej.: grupo de trabajo.
- Grupos formales: Son aquellos que poseen una estructura firmemente establecida, con frecuencia impuesta por autoridades externas.
- Grupos informales: la estructura surge a lo largo de la interacción; las normas, roles y relaciones suelen ser implícitas más que explícitas.⁶⁵

2.5 Adolescente y estereotipos

La necesidad del adolescente de pertenecer a un grupo, como una forma de identificación con la sociedad, nos lleva a abordar el concepto de estereotipo puesto que los estereotipos indican qué consideramos típico o característico de un grupo. Así, es importante hacer énfasis en aspectos del significado y función del estereotipo.

Retomando a Robyn Quin entendemos el término estereotipo como “una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple.”⁶⁶ Dado que el estereotipo es un concepto de grupo y describe a un grupo, usualmente en lo que se refiere a sus rasgos característicos, resaltamos que la función del estereotipo es justificar la conducta del grupo que cree en él en relación al grupo que se valora.

Robyn Quin menciona que el estereotipo se crea con:

1. La identificación de una condición social;
2. La evaluación negativa de tal condición social;
3. la formulación de esta evaluación como una característica innata del grupo;
4. la presentación de esta evaluación negativa como la causa de la condición social en vez del efecto de la misma.”⁶⁷

De esta manera, el adolescente es visto socialmente como un estereotipo que se caracteriza por ser rebelde, aislarse, ir en contra de lo establecido, por vestirse de determinada manera, escuchar determinada música, tener una forma de expresión propia;

⁶⁵ FERNÁNDEZ Collado, Carlos. Op. Cit. Pág.65

⁶⁶ QUIN, Robyn. Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: la enseñanza de los temas de representación de estereotipos. En Aparici “La educación para los medios de comunicación”. 81 p.

⁶⁷ QUIN, Robyn. Op. cit. 87 p.

consideramos que éste es un estereotipo erróneo puesto que coincidimos con Robyn Quin en señalar que “...toda generalización simplificada no toma en cuenta las diferencias que existen entre diversos grupos.”⁶⁸

El adolescente es evaluado negativamente dando como resultado la noción de que la adolescencia remite de manera automática a un período de rebeldía y problemas sin tomar en cuenta que los contextos socioculturales en los que se desarrolla el individuo son diversos y de éstos depende en gran medida la construcción de su identidad.

2.6 Adolescente y cultura

Para efectos de esta investigación sobre la adolescencia y el contexto en el que se desenvuelven, es preciso definir el concepto de cultura, el cual consideramos uno de los factores que determinan la personalidad individual, conformando los diferentes tipos de procesos sociales.

En primer lugar, citamos a Tylor quién la define de manera muy amplia e incluye prácticamente todos los ámbitos tanto internos como externos al individuo. Tylor señala que la cultura es “...complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de sociedad.”⁶⁹

Raúl Nieto citando a Giménez afirma que el término cultura admite dos grandes familias:

- 1) “la acción de cultivar o proceso de cultivar (formación, educación)
- 2) al estado de lo que ha sido cultivado:
 - estados subjetivos: buen gusto, hábitos o maneras distinguidas, modelos de comportamiento, estilos de vida
 - estados objetivos: patrimonio artístico cultura, de herencia o capital cultural, instituciones culturales, cultura material, etcétera”⁷⁰.

Roxana Morduchowickz la define como “una manera de posiciones frente al mundo, frente a los demás y frente a uno mismo.”⁷¹ Por otra parte, Héctor Rosales afirma que en

⁶⁸ Op. Cit. 83 p.

⁶⁹ TYLOR, Edward B. “Cultura primitiva. Los orígenes de la cultura”. Madrid, 1977.

⁷⁰ NIETO, Raúl. “Ciudad, cultura y clase obrera. Una aproximación antropológica”. México, 1997.

términos contemporáneos se concibe a la cultura como “la dimensión de significación presente en todas las prácticas sociales.”⁷²

A partir de estas definiciones podemos ver que ningún individuo o grupo social carece de cultura, sin embargo México se caracteriza por una gran heterogeneidad cultural, la cual se manifiesta en los grupos indígenas, los diferentes niveles de urbanización, nivel socioeconómico, entre otros rasgos que no profundizaremos en esta investigación pero que, de alguna manera, se refieren al sistema estructural de la sociedad en el que la cultura forma parte esencial.

Así, el concepto de cultura se basa en la variedad y diferenciación y la definiremos como un todo, un estilo de vida en el que están involucrados gustos, creencias, costumbres, normas y en general una serie de prácticas sociales que caracterizan a un individuo o a un grupo. También otros factores que deben considerarse en la caracterización de la cultura, son la edad y el sexo, factores que determinan la participación en el sistema social; en este sentido, los adolescentes tienen sus propias formas de actuar y de relacionarse que los distinguen incluso entre ellos mismos, es decir, se crean *subculturas* entendiéndose éstas como “la comunidad que se basa en los valores esenciales de la cultura a que pertenece y que se define más bien por los aspectos secundarios.”⁷³ Dichos aspectos secundarios se refieren a la forma de vestir, la música que escuchan, cómo se comportan, entre otras.

Cuando hablamos de cultura, no lo hacemos desde lo que algunos llaman la cultura elitista o clásica. Todo eso hace parte de un modo de ser cultural, pero no es la cultura en términos generales. La cultura tiene una parte que es exterior, que se expresa en prácticas que se ven como la moda, la comida, hasta la manera cómo se habitan los espacios. Eso es la parte visible de la cultura, pero la cultura tiene también una parte invisible que es un poco más subjetiva y tiene que ver con el sentido que se le da a las cosas que hacemos. El por qué nos ponemos esto o el por qué habitamos de esta manera.

En general de lo que se habla es que existe una cultura hegemónica o una cultura dominante, o sea que existen unas prácticas culturales, unos hábitos que se van imponiendo como la tendencia, como lo más usual (la moda, por ejemplo) que quiere decir que no es la

⁷¹ MORDUCHOWICKZ, Roxana. “El capital cultural de los jóvenes”. Buenos Aires, 2003. 39 p

⁷² ROSALES Ayala, Héctor. “Cultura, sociedad civil y proyectos culturales en México”. México, 1994. 205 p.

⁷³ BÉJAR Navarro, Raúl. “El mexicano. Aspectos culturales y psicosociales”. México, 1981. 183p.

única, pero que es la dominante. Ahí se está hablando de que la cultura es dinámica, cambia y nunca existe una cultura estática porque siempre está en transformación.

2.6.1. Culturas Juveniles

En relación con lo antes dicho, recurrimos a Carles Feixa quien se refiere al término en plural “culturas juveniles” para hacer hincapié en la heterogeneidad interna de las mismas; como mencionamos anteriormente, existen aspectos secundarios que definen diversas culturas juveniles: la cultura de la música rock, la cultura hippie, la cultura punk, la cultura de la música electrónica, entre otras, las cuales se caracterizan, según Feixa, por su poca integración en la cultura hegemónica, en las estructuras productivas y reproductivas. Por otro lado y según Carles Feixa, el concepto de jóvenes recién aparece en las sociedades postmodernas industriales y asociado a ciertas manifestaciones culturales que comienzan a emerger durante los años cincuenta, especialmente en los Estados Unidos, de la mano del rock and roll, van a ir dando origen a lo que conocemos como cultura juvenil

Muchas de estas subculturas giran en torno a la música, porque con la música no solamente se baila, en la música hay letras, moda y amistad, y es como una disculpa para encuentros de los jóvenes que están detrás de identidades y grupos. Muchos de estos grupos se clasifican como punketos, darketos, skatos, entre otros, pero en el fondo comparten las mismas preocupaciones.

En los barrios populares, no solamente se ve a un grupo de muchachos tocando sus conciertos o reunidos para intercambiar letras de canciones y socializar, pero en el fondo lo que tratan de hacer es crear comunidad.

De esta forma, cuando nos referimos a las culturas juveniles, tenemos que hacer referencia a la aparición de pequeños grupos o microsociedades juveniles, las cuales han adquirido cierto grado de autonomía del mundo adulto. Como señala Feixa “en un sentido amplio las culturas juveniles se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional”⁷⁴. Estas expresiones no son todas iguales, homogéneas, sino que van variando

⁷⁴ FEIXA, Carles. “El reloj de Arena” .60 p.

en el tiempo, en la medida que éstas son construcciones que realizan los jóvenes, que reciben la influencia de varios estilos, constituyéndose en estilos propios individuales que van identificando a las distintas culturas juveniles.

El estilo se convierte en lo distintivo de las culturas juveniles. Este puede ser definido siguiendo a Feixa como la “manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresadas en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo”.⁷⁵

Esto permite la construcción de estilos juveniles, los cuales están compuestos por una serie de elementos culturales, entre los cuales puede destacarse: a) el lenguaje, como forma de expresión oral distinta a la de los adultos. Los jóvenes realizan juegos lingüísticos e inversiones lingüísticas que marcan la diferencia con los otros; b) la música, y especialmente el rock, que se transformó en la primera música generacional, distingue a los jóvenes, internalizándose en el imaginario cultural juvenil, y marcando las identidades grupales, producto de su consumo o de la creación; y, c) la estética que identifica a los estilos juveniles, marcados por ejemplo, por el pelo, la ropa, accesorios, entre otros.

Nos encontramos con producciones culturales, que se construyen a partir de revistas, murales, graffiti, tatuajes, videos, música. Estas producciones, según Feixa, cumplen la función de reafirmar las fronteras del grupo y también de promover el diálogo con otras instancias sociales juveniles; es a partir de estos elementos, que se puede hablar de una diferenciación del mundo juvenil del mundo adulto.

Para finalizar este capítulo la relevancia que tiene el analizar al adolescente en su entorno socio-cultural es partir de las diferentes estancias en las que se va desarrollando para conocer sus gustos e intereses a partir de las manifestaciones culturales de los mismos que se ven reflejadas en el lenguaje, la forma de vestir, de actuar y por supuesto la música que escuchan. Y así considerar a nuestro receptor-adolescente en el diseño y producción de la propuesta radiofónica.

⁷⁵ FEIXA, Carles, Op cit. 65 P.

CAPITULO III: La Contracultura: Movimientos juveniles

La contracultura es un movimiento en el que el adolescente se ha visto inmerso, así como un escenario en el que busca una identidad o un grupo de iguales. Desde hace algunos años, en México, podemos encontrar jóvenes vestidos de forma diferente y estrafalaria, que se conducen de manera no convencional en casi todos los aspectos de su vida. Son grupos que no están de acuerdo con la manera tradicional de comportarse, pensar y ser: son las tribus urbanas. A lo largo de este capítulo se revisará el término contracultura y su desarrollo histórico, así como las principales características de algunos grupos contraculturales, esto con la finalidad de dar una visión más amplia y a la vez específica de los espacios en los que algunos adolescentes se desenvuelven y lo que representa la música para estos movimientos.

3.1 Definición de Contracultura.

Pero para comprender los grupos antes mencionados, primero, debemos entender los conceptos en los que se basan para organizarse, así como la historia que acarrean. Para Yanqui W. Burroghs⁷⁶, el término *contracultura* fue acuñado en la época de la posguerra en Estados Unidos y surgió como una rebeldía contra los llamados "hombres estables": patriotas ultra conservadores mayores de 35 años, cuya mentalidad contrastaba -muchas veces de forma violenta con los movimientos contraculturales, tales como el movimiento *hippie*. El escritor José Agustín en su libro *La contracultura en México*, manifiesta su definición de contracultura, la cual retomamos ya que es una de las definiciones más completas, menciona que la contracultura:

...es toda una serie de movimientos y expresiones culturales, regularmente juveniles, colectivas, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional. Y por cultura institucional se da a entender a la cultura dominante, dirigida, heredada y con cambios para que nada cambie, muchas veces irracional, generalmente enajenante, deshumanizante, que consolida al status quo y obstruye, si no es que destruye, las posibilidades de una expresión auténtica entre jóvenes, además de que aceita la opresión, la represión y la explotación por parte de los que ejercen el poder, naciones, centros financieros o individuos...⁷⁷

⁷⁶Burroghs, Yanqui W. "La contracultura y el cine español"

⁷⁷ AGUSTIN, José. Op. Cit. 129p.

Señala que en la contracultura el rechazo a la cultura institucional no se da a través de militancia política, ni ideológica, sino que de manera inconsciente la contracultura genera sus propios medios convirtiéndose en un cuerpo de ideas y señas de identidad como actitudes, conductas, lenguajes, modos de ser y de vestir una mentalidad y una sensibilidad alternativa.

Asimismo, el periodista Carlos Martínez Rentería menciona que: “El concepto de contracultura puede tener muchas interpretaciones, tiene que ver con aquellas manifestaciones culturales que se oponen a las generadas por las instituciones como la familia, la sociedad, el gobierno, va contra la cultura imperante, considerada por una sociedad como lo que debe ser, que tiene un consenso, lo que políticamente es bueno, tomado en una actitud elitista como bello o estético”.⁷⁸ La contracultura en México es un espacio oscuro y mítico: se nutre de una serie de momentos y movimientos que nos revelan otras posibilidades de abordar lo cotidiano y lo maldito, lo maldiciente y lo perseguido, a través de manifestaciones que marcan disyunciones con lo establecido por el sistema.

Para Carles Feixa, “la emergencia de las contraculturas refleja una ruptura en la hegemonía cultural, una crisis en la “ética puritana” que había caracterizado la cultura burguesa desde sus orígenes: ya no se requería trabajo, ahorro, sobriedad, gratificaciones, represión sexual, etc., sino ocio, consumo, estilo, satisfacciones inmediatas y permisividad sexual”.⁷⁹

A lo que nosotras podemos agregar que la contracultura es un movimiento que muestra los errores de un sistema institucional, sea éste gobierno, familia, sociedad; lo que trata de mostrar es la represión, la falta de libertad, en la que según están inmersos los jóvenes, es una manera de mostrar ideas con ansias de cambio manifestándose a través de la música, la forma de vestir, actuar, expresiones juveniles que suelen relacionarse con rebeldía; sin embargo consideramos que lo que reflejan es un sentimiento de exclusión de la sociedad en la que viven y en general una mentalidad y una sensibilidad alternativas a las del sistema.

⁷⁸ www.cna.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/feb/020201/vengaato.htm/

⁷⁹ FEIXA, Carles. “El reloj de arena. Culturas juveniles...”. México, 1998. 58p.

De esa manera surgen opciones para una vida menos limitada, por eso a la contracultura también se le conoce como culturas alternativas o culturas de resistencia. Se trata de fenómenos culturales que históricamente están ligados a incomprendiones y represiones, sin embargo son grupos establecidos con ideología propia que ofrecen opciones a los jóvenes para una vida menos limitada.

Un movimiento contracultural o cultural no se refiere a un grupo de gente idealizando que hacer para cambiar al país o al gobierno o simplemente a ellos mismos, no, un movimiento contracultural puede serlo aun sin que la gente del movimiento lo sepa. Un movimiento contracultural es todo aquel que muestra de una manera consciente o inconsciente lo que esta mal en un sistema, en un gobierno, en una sociedad que cree que todo esta bien cuando en realidad solo se sostienen de ideas carcomidas por el tiempo, muestra el cansancio, la necesidad, el ansia de un cambio.

Un movimiento contracultural, a *grosso modo*, es un grupo de gente que hace música, teatro, literatura, entre otros, para manifestar ese malestar en la cultura, ese “creo que debemos de cambiar algo por aquí”. A continuación se presenta un breve recorrido histórico de los principales movimientos contraculturales:

3.2 Movimientos Contraculturales

3.2.1 Existencialistas

Para autores como Fischerman y José Agustín los movimientos contraculturales tienen sus inicios en la década de los cuarenta con el movimiento existencialista en Europa. Después de la segunda guerra mundial el movimiento existencialista obtuvo gran popularidad, ya que, fue una de las primeras manifestaciones de un estado de ánimo colectivo fue uno de los más influyentes sistemas filosóficos y culturales; una tendencia particular de la concepción humanista que tiene por objetivo el análisis y la descripción del sentido y contradicción de la vida humana. Desde el punto de vista del existencialismo, el individuo no es una parte mecánica de un todo único (generación, clase, *socium*), sino lo íntegro por sí mismo.

Sartre junto con Albert Camus fueron los primeros en dar al término existencialismo un uso masivo al utilizarlo para identificar su propia filosofía y ser el principal

representante de un movimiento distinto en Francia que fue influyente a escala internacional después de la II Guerra Mundial. Su filosofía es atea y pesimista de una forma explícita; Sartre declaró que los seres humanos necesitan una base racional para sus vidas pero son incapaces de conseguirla y, por ello, la existencia de los hombres es "pasión inútil". No obstante, Sartre insistió en que el existencialismo es una forma de humanismo y resaltó la libertad, elección y responsabilidad humana. Con gran refinamiento literario, intentó reconciliar esos conceptos existencialistas con un análisis marxista de la sociedad y de la historia; era una corriente pesimista que en general, expresaba la atmósfera desoladora que había en Europa después del movimiento nazi, fascista y la bomba nuclear.

Este movimiento, junto con ideas también de Kierkegaard, Martin Heidegger, Karl Jasper y Federico Nietzsche generó una fuerte excitación en los jóvenes europeos, la influencia de la obra de Sartre se vio reflejada, por ejemplo en los jóvenes franceses, José Agustín menciona que “empezaron a llamar la atención porque se vestían de negro; se dejaban la barba y bigote. Eran jóvenes sensibles, insatisfechos...”⁸⁰.

Para Diego Fischerman, este movimiento juvenil fue consecuencia de que después de la segunda guerra mundial la población masculina adulta fue fuertemente devastada en Europa y la población juvenil sin padres empezó a agruparse teniendo como influencia el movimiento existencialista.

3.2.2 Beatniks

La definición original de Generación Beat fue acuñada por John Clellon Holmes y Jack Kerouac para describir a la gente de su edad (jóvenes de 20 a 30 años) que vivía en Nueva York a finales de los años '40.

El término "beat" viene de "beaten down" (derrotado), reflejando la desesperación frente a una sociedad barrida por la depresión económica, la segunda guerra mundial y la amenaza de la bomba atómica. Los beatniks (la partícula -nik es un sufijo despectivo yiddish -dialecto judeogermano-; así pues, beatnik viene a significar "derrotado") optaron, vista la situación, por una actitud que se despojase de todas las falsas moralidades y mostrara al hombre desnudo y sincero”⁸¹.

⁸⁰ AGUSTIN, José. “La contracultura en México”. 1996. 20p.

⁸¹ <http://contracultura.8m.com/beatniks.htm>

La política estadounidense en ese momento era considerada opresiva, ya que reflejaba un anticomunismo atroz y un desmesurado crecimiento de la burocracia, además de la aplicación de técnicas como el electroshock o la lobotomía para tratar "enfermedades sociales" como la homosexualidad o el inconformismo, situaciones a las que jóvenes estadounidenses estaban expuestos.

Eran jóvenes con una profunda insatisfacción ante el mundo de la posguerra, creían que urgía ver la realidad desde una perspectiva distinta consumían distintas drogas para encontrar el sentido de la espontaneidad como forma de vida, de la respuesta libre de pensamientos sociales, y de la austeridad frente a una sociedad básicamente materialista.

Este grupo, que acabó denominándose la Generación Beat, revitalizó la escena bohemia cultural norteamericana y fue absorbida por la cultura de masas y por la clase media hacia finales de los años cincuenta y principios de los sesenta. Parménides García define el beatnikismo como "... no es otra cosa más que un pandillero cansado de romperse el hocico ¡Es mas padre el jazz, el sexo y la mota!".⁸²

Musicalmente hablando el movimiento beatnik se caracterizaba por escuchar jazz, a este respecto Parménides García afirma "el beatnik había seguido al jazz porque era la música que drásticamente rompía las inhibiciones sexuales o que más las acentuaba"⁸³. Es importante señalar lo que autores como Diego Fischerman consideran el inicio de los movimientos contraculturales, ya que como bien afirma Diego Fischerman:

las sociedades urbanas que empezaron a consolidarse a fines de la década de 1950 estuvieron caracterizadas por el lugar progresivamente de la juventud en la formación de hábitos culturales, por nuevas músicas mediadas por la industria y operando como el más fuerte elemento identificatorio y formulador de identidad comunitaria e individual, por la generalización de las posiciones políticas de izquierda en los hábitos intelectuales y universitarios, por el dominio de las estéticas rupturitas en el arte culto y, cada vez más, por el mutuo interés entre la academia y esas formas de entretenimiento (...) que muchos empezaban a llamar arte popular.⁸⁴

En México estos movimientos se manifestaron a partir de la década de los cincuenta en algunos jóvenes de clase media urbana quienes para José Agustín eran "un híbrido de

⁸² GARCÍA Saldaña, Parménides. "En la ruta de la Onda". México 1974. 17p.

⁸³ GARCÍA, Saldaña. Op. Cit. 19p

⁸⁴ FISHERMAN, Diego. "Efecto Beethoven". Buenos Aires, 2004. 75p.

existencialistas y beatniks, pero en México se les conoció como – existencialistas-, supongo que porque así les decían a los cafés y porque a cualquier joven –raro- también se le decía así”.⁸⁵

3.2.3 Los Hippies

Durante la década del sesenta muchos fueron los movimientos de jóvenes que se formaron con el afán de mostrar sus ideales. Pero fue especialmente uno el que marcó no sólo a un país sino que al mundo entero con su moda, pensamientos, música y estilo de vida pacifista. Este movimiento se llamó el movimiento hippie. Fue en la década de los 50's cuando comenzó a apreciarse un cambio en la forma de actuar de los jóvenes norteamericanos. El panorama social, con el cual comenzaron los 50's no era demasiado atractivo; las esperanzas de libertad y justicia habían naufragado, y habían sido reemplazadas por la intolerancia de la Guerra Fría, e incluso por nuevas guerras, como la de Corea. La protesta juvenil se fue incubando dentro de una sociedad que, en pocos años, experimentó notables transformaciones en sus formas de organización. La década de los sesenta se caracterizó por la audacia, rebeldía y anticonvencionalismo del fenómeno hippie.

La juventud quería vivir de manera distinta, más libre, desprovista de prejuicios y normas, difíciles de entender. Parménides García señala que los líderes del hippismo fueron los rocanrolleros ingleses y norteamericanos y afirma *que* “el hippismo se mira como un fenómeno de la burguesía y la pequeño burguesía de los Estados Unidos de América”.⁸⁶

Así desde San Francisco hasta Europa y América Latina se extendió el movimiento hippie, el cual estaba integrado por jóvenes pacifistas e idealistas. Los hippies se transformaron de un momento a otro en portada de revistas tan importantes como Time y Life. La prensa ayudó a que esta corriente se difundiera y se imitara en todo el planeta. Cada país adoptó a su manera este nuevo concepto estético, musical y social.

La constante intervención de estas nuevas ideas filosóficas y el mal manejo de los problemas estudiantiles, creó un ambiente de alta tensión a nivel mundial, de donde surgieron numerosos movimientos estudiantiles a lo largo del globo, México no fue la

⁸⁵ AGUSTIN, José. “La contracultura de México”. México, 1996.21p.

⁸⁶ GARCÍA Saldaña, Parménides. “En la ruta de la onda”. México 1974. 8p.

excepción, y aunque cada uno perseguía objetivos diferentes, todos tenían algo en común: La lucha de los estudiantes contra el sistema.

El día, 2 de octubre de 1968, es una fecha trágica que México ha registrado en su historia. Los acontecimientos del movimiento estudiantil cambiaron a México en diferentes aspectos. Estos cambios se produjeron en la educación, la economía, la política, la sociedad, y más que nada cambió los valores, las ideas, y la manera de pensar de la gente.

El movimiento incluyó la participación de 90,000 estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México; 70,000 estudiantes del Instituto Politécnico Nacional, y los restantes fueron participantes de las escuelas normales y de la Escuela Nacional de Agricultura de Chapingo formando un total cerca de 200,000 estudiantes. El propósito del movimiento era romper con los largos años de mentiras y engaños hacia el pueblo. El carácter desarrollado por el movimiento tenía como base fundamental dos objetivos; “la democratización del país y el cumplimiento irrestricto de la constitución”⁸⁷

El movimiento estudiantil se desenvuelve en un marco de grandes preocupaciones nacionales. Para poder comprender el movimiento de 1968, es necesario reconocer los problemas preexistentes y los nuevos problemas que se iban formando a través de planteamientos y movilizaciones. Durante los años sesenta y desde muchos años atrás se produjeron diversos movimientos sociales influidos por grupos o ideas progresistas que tenían que ver con las formas como se articulaban los procesos de integración política corporativa del país y la formación del partido oficial.

Woodstock se anunció como “tres días de paz y música” en el verano del 25 de agosto de 1969 y se convirtió en el festival por excelencia, llevado a cabo en forma de protestar y exigir el término de la guerra de Vietnam, nació de la idea de dos jóvenes que vivían en una localidad cerca de San Francisco California, que vibraban con la música de esa época y soñaban con escuchar a sus grupos favoritos en un recital, la idea fue tomada y llevada a cabo por empresarios de esa época, y lo realizaron en dicha localidad.

⁸⁷ RAMIREZ, Ramón. “El Movimiento Estudiantil de México”. México: 1969. 385 p.

Como bien es sabido, la música acompañó a este movimiento destacando dentro de sus máximos exponentes: Jim Morrison, Janis Joplin, Joe Coker, Jimi Hendrix, Led Zeppelin, Pink Floyd y Santana, entre otros.

En México, la contraparte fue el festival de Avándaro realizado el sábado 11 de Septiembre de 1971, en Valle de Bravo, sobresale como la noche más espectacular en la historia del rock mexicano. En donde diversas bandas de rock tocaron al aire libre, frente a una audiencia conformada por más de 100,000 personas. Los músicos que participaron en el festival fueron, los *Dug Dug's*, a *Peace and love*, *El ritual* y a *Three souls in my mind* (actualmente el *TRI de México*), quienes llenaron el escenario con esta "música para locos" como diría Alex Lora. El concierto fue censurado y las autoridades reprimieron a los miles de jóvenes asistentes: la atmósfera era todavía muy tensa tras la masacre de Tlatelolco en 1968 y el "halconazo" (nueva masacre estudiantil en la ciudad de México), en el mismo año del concierto de Avándaro.⁸⁸

Los hippies formaron una contracultura políticamente atrevida y antibelicista, y artísticamente profílica en Estados Unidos y en Europa. Su estilo psicodélico y lleno de colorido estaba inspirado por drogas alucinógenas como el ácido lisérgico (LSD) y se plasmaba en la moda, en las artes gráficas y en la música de cantantes como Janis Joplin o de bandas como Love, Grateful Dead, Jefferson Airplane y Pink Floyd. Parménides García define al movimiento hippie como "adolescentes y jóvenes que disienten del modo de vida de la sociedad norteamericana. El disentimiento se manifiesta fumando mota, viajando en aceite y entregándose de lleno, en cuerpo y alma, al rock".⁸⁹

En general, los hippies, formaban una gama de protestas radicales contra el sistema se oponían en su conjunto: a su materialismo; al conformismo que caracteriza a los ciudadanos masificados; a la burocracia, que dirige y aniquila la fluidez de la vida; al juego de normas y prohibiciones que supuestamente posibilitan la libertad, pero que siempre la coartan, y al cuadro de valores dominantes, es decir, la propiedad, el trabajo, el dinero, la competencia, las diferencias de clase, la segregación racial y la represión ideológica.

⁸⁸ http://sepiensa.org.mx/contenidos/s_tribus/tribus.htm

⁸⁹ GARCÍA Saldaña. Op. Cit. 9p.

3.2.4 Época Contemporánea

A partir de la década de los setenta las influencias de las contraculturas extranjeras empezaban a crecer en los medios underground (subterráneos en inglés), como los hoyos funky y los antros a los que se llamó en ese entonces "el cinturón del vicio", que era la zona de tolerancia para los jóvenes en las afueras del Distrito Federal; los músicos de este momento tomaron como "cuarteles generales" los llamados "hoyos funky", que eran lugares muy pequeños, con muy pocas medidas de seguridad y en donde la libertad era absoluta, en donde se hacían los conciertos a mediados de los ochenta. Se les denominó así porque eran, en la mayoría de las veces, terrenos baldíos y ubicados en las orillas de la Ciudad de México.

Dentro de los conciertos en los hoyos funky, se daba plena libertad de expresión a las bandas así como al público, en la mayoría de los casos, la gente fumaba marihuana, tomaban en exceso y muchas veces terminaban en bronca. Así transcurrieron varios de estos conciertos hasta que desaparecieron por no haber ofrecido un ambiente más propicio para conciertos masivos, esto derivado también de la presencia de las autoridades, quienes llegaban a clausurar dichos lugares por no contar con los elementos necesarios para ofrecer un espectáculo masivo. En la misma década, el punk y el hip-hop fueron la bandera de los jóvenes rebeldes y radicales. El Pop Art demostró que todo podía convertirse en arte, siempre y cuando estuviera en las manos apropiadas "desde latas de conserva hasta cajas de embalaje". El punk llegó más lejos. Su premisa en el campo artístico es: "todo es arte lo haga quien lo haga, y no sólo lo realizado por la élite que quería vender el Pop", sus letras tienen un alto contenido de protestas sociales, políticas y culturales, sin embargo, el punk no es un género de música que sea muy comercial.

Para la revista *Rock Stage*, actualmente los géneros más comunes en que se puede observar un movimiento contracultural son el ska, el reggae, el metal (los menos) y últimamente el movimiento gótico.

Un buen ejemplo para hablar sobre contracultura son las tribus urbanas, que se manifiestan a través de movimientos y expresiones juveniles que adquieren distintos sentidos y significados, con el fin de enfrentar y trascender lo establecido y ser parte de un grupo.

3.3 Tribus urbanas

Cuando los jóvenes no tienen a su alcance los medios para expresarse y relacionarse con su entorno como desean, buscan un espacio físico donde expresarse e identificarse y reconocerse como individuos. En este sentido, la falta de espacios de acción cultural o recreacional provoca que los jóvenes hagan uso importante de los lugares públicos como calles, plazas y parques.

Se dice en Tribus urbanas que el espacio ocupado por la tribu le permite la posición simbólica de un “fuera” y de un “dentro” que ayuda a la (re)construcción de una identidad, creando dos identidades: la propia y la ajena. Las agrupaciones juveniles o pandillas se apropian de distintos espacios urbanos, espacios que, simbólicamente responden a las siguientes funciones expresivas:

- a) *De pertenencia*: los lugares a los que pertenezco y que por eso me pertenecen. Puntos de referencia territorial para todos los miembros de una tribu ejerce un control más directo sobre los acontecimientos.
- b) *De representación*: los lugares en que me presento (a mí mismo y a los demás) como miembro de una tribu, similar a todos sus miembros y distinto a todos los demás. Se trata del lugar en que se exhibe el aspecto más superficial, espectacular de la identidad.
- c) *De actuación*: los lugares en donde se persiguen los objetivos lúdicos y/o existenciales del grupo. Son espacios que pueden coincidir parcialmente con los anteriores, ya que el territorio de la actuación puede ser también el de representación de la identidad.⁹⁰

Para Ester López-Portillo, cada tribu urbana tiene una forma de actuar y de habitar el presente, así como una visión especial del mundo. Las tribus urbanas se consolidan como el espacio que hace posible compartir creencias, experiencias y rituales que generan y consolidan el sentido de pertenencia a la comunidad elegida.⁹¹

Martín Barbero las describe como: tribus urbanas creadoras de sus propias “matices comunicacionales”: “...marcan de forma identitaria tanto las temporalidades” (sus ritmos de agregación, sus cadencias de encuentros) como los trayectos con que demarcan espacios. No es el lugar en todo caso el que congrega sino la intensidad de sentido depositada por el

⁹⁰ <http://www.cinterfor.or.uy/> Organización internacional de trabajo. Tema “Jóvenes, formación y Empleo”

⁹¹ [http://www.sepiensa.org.mx./](http://www.sepiensa.org.mx/)

grupo, y sus rituales, lo que convierte una esquina, una plaza, un descampado o una discoteca en “territorio propio”.⁹²

Raúl Zarzurri y Rodrigo Ganter, dicen que: “las tribus urbanas podrían construir una cristalización de tensiones, encrucijadas y ansiedades que atraviesan a las juventudes contemporáneas. Son la expresión de una crisis de sentido a la cual nos arroja la modernidad, pero también constituyen la manifestación de una disidencia cultural o una “resistencia”....., donde todo parece correr en función de éxito personal y el consumismo alienante.”⁹³

García Canclini menciona que “las bandas o tribus urbanas compensan la atomización y la disgregación de las grandes urbes ofreciendo pertenencia a grupos; ante la pérdida de expectativas escolares la estrechez del mercado de trabajo, brindan a decenas de miles de jóvenes otras formas de socialización y de acceso a bienes de consumo”.⁹⁴

Mario Margulis define las tribus como: “receptáculos en los que se agrupan aquellos que se identifican como look amplio en el que entremezclan ropas, peinados, accesorios, gustos musicales, maneras de hablar, lugares donde encontrarse, ídolos comunes, expectativas comunes, ilusiones compartidas.

Dicho lo anterior podemos decir que el fenómeno de las Tribus urbanas se define en la actualidad como un conjunto de pautas específicas en las cuales el joven reafirma su imagen, contribuye en la construcción de cierta identidad, supone un conjunto de juegos, rituales, códigos, apropiación de símbolos y constituyen la desestabilización del orden adulto, dominante o hegemónico.

⁹² MARTÍN Barbero, Jesús. “Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación”.1994. 157p.

⁹³ http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Raúl_Zarzurri.htm.

⁹⁴ <http://www.cinterfor.or.uy/> Organización internacional de trabajo. Tema “ Sobre las tribus”

Dentro de éste trabajo se expondrán algunos de estos movimientos juveniles, a los que se les ha nombrado Tribus Urbanas:

Punk

Historia: Surgió como forma de liberar el descontento. En los barrios nebulosos y húmedos de las ciudades inglesas de la década de los setenta, como oposición a la decadencia de la cultura rock y hippie. Dió nombre no sólo a un nuevo género musical sino quizá la premisa básica del Punk

Estética: Cresta de colores llamativos, campera de cuero, varios aros en sus orejas, tatuajes y botas similares.

Música: Creó su propio estilo de música. Sus grupos más representativos es Sex Pistols y en la Argentina Ataque 77.

Ideología: mantienen una postura anarquista, antimilitarista y pesimista. Se ven envueltos generalmente en peleas callejeras.

Dark

Historia: se originó después del movimiento Punk empezando en Europa hace más de tres décadas.

Van desde el vampirismo, lo oculto, lo fúnebre, lo decadente, lo melancólico, lo grotesco, lo apocalíptico, hasta lo sensual y lo prohibido, la pasión y las obsesiones, las tragedias y lo real.

Estética: adoptaron el luto como forma de expresión y el color negro como estandarte. Se maquillan labios, ojos delineados y uñas de color negro. Sus accesorios provienen de la oscura y húmeda época medieval: corsés, camisas con escarolas, abrigos, brazaletes de cuero, su imagen gótica se asocia con la del vampiro.

Música: The Cure, Nina Hagen o Sioxie & The Banshees

Ideología: Se caracteriza por su sentido de protesta a la guerra, el hambre y el consumismo.

⁹⁵ MONSALVO, Sergio. "El rock gótico y el oculto a la oscuridad". Revista la mosca en la pared.

Rockers

Historia: Herederos de los años cincuenta única por aceptar a mayores de 22 años.

Estética: Chamarras de cuero. Les encantan las motos de gran cilindrada y estilo clásico. Sus Bebidas son la cerveza y el “bourbon”. Llevan un enorme tupé y patillas, lo más característico de su ropa son las botas de punta afilada. Las mujeres visten faldas de vuelo muy ajustadas en la cintura y zapatos de tacón fino.

Música: Rock and roll, Bill Halley, Elvis Presley (mezcla del blues y country denominada rockabilly), Beatles y Rolling Stones.

Ideología: Rebeldía, violencia.

Skinhead

Historia: Nacen a principio de los setenta en Inglaterra y principio de los ochenta en España.

Estética: se caracterizan por usar el pelo cortado al cero, indumentaria pseudomilitar pero con prendas de marca, botas militares con cordones blancos, los pantalones sujetos con tirantez con diferentes colores. Usan chamarras tipo “bomber” con las insignias propias de su ideología y a menudo pañuelos anudados al cuello, además de consumir cerveza.

Música: Ska y Oi, de origen jamaicano.

Ideología: se escudan en una ideología política llamada nacional-socialismo, fundada por Adolfo Hitler. Su principal cometido es apalea inmigrantes y marginados, tienen por víctimas a los drogadictos, travestis, judíos, homosexuales y a las personas de color pero como enemigos a los punks, la ira que descargan no es sino una limpieza, en el terreno sexual, o racial.

Heavies

Historia: es uno de los estilos dentro de las tribus más difundido, sobre todo en las ciudades de provincia y en las clases populares, tiene su origen en el Reino Unido en la década de los setenta, sus principales actividades es juntarse los fines de semana a escuchar música, asistir a algún concierto y fumar marihuana.

Estética: se caracterizan por llevar el pelo largo, jeans ceñidos, campera de cuero con chinchetas y alguna camiseta que lleve la imagen de su ídolo musical, botas militares o deportivas de tobillera alta.

Música: la música que escuchan es Heavy Metal.

Ideología: La droga, el alcohol y la excitación musical son elementos que conllevan manifestaciones violentas. Es el grupo más estable y se trata del que más intergeneracionalidad tiene.

S.H.A.R.P Skinheads Anti-Racistes (Skin Head Against Racial Prejudice)

Historia: su origen es de a finales de los ochenta y de forma paralela a la corriente skinheads, se desarrollan tendencias de signos opuestos: los llamados sharps (o redskins)

Estética: su atuendo es similar al de los skinheads. Pero se diferencian en que sus botas militares son granates o negras con cordones rojos o negros, cazadoras tipo “bomber” de color granate, el pelo afeitado y demás símbolos característicos

Música: Ska y Oi.

Ideología: reivindican sus orígenes multirraciales y reniegan de los skinheads. Su ideología oscila entre un profundo antirracismo y orientaciones comunistas (redskin), son rechazados por los skinheads (racistas) por ser demasiado condescendientes con la tribu enemiga más odiada por ellos, los punks.

B-Boys

Historia: En medio de la reordenación del sistema internacional, nace un nuevo grupo con una estética diferente. La guerra fría y la desorientación que sufrían los políticos también llegaban a los pueblos.

Estética: visten camisetas anchas y de colores fuertes, como complementos se ponen gorras y anillos, se peinan lo afro y normalmente llevan perilla.

Música: hip-hop

Ideología: su método de protesta empezó a dejarse ver en paredes a modo de graffitis artísticos. Su pensamiento se engloba dentro del movimiento estadounidense “hip-hop” en contra del sistema y la droga.

Grunges

Historia: género de música roquera cuyo epicentro se sitúa en la ciudad de Seattle, Washington. Logra un alcance mundial a principios de los años noventa con la aparición del grupo Nirvana y el tema *SmellsLikeTeen Spirit*.

Estética. Usan tenis, pantalones de mezclilla rotos, playeras negras sin ningún mensaje logotipo o playeras de colores con mensajes sosos haciendo referencia burlesca a alguna marca y camisetas de franela. Generación que oscila entre los 18 a veintitantos.

Música: grunge caracterizada por densos y deprimentes guitarreos. Principal exponente el grupo Nirvana.

Ideología: Generación de principios de los noventa (clase media y alta). Una generación que dice que no tiene sentido preocuparse por las cosas, jóvenes que culminan su educación y no logran un espacio de inserción social, con relaciones afectivas amenazadas por el SIDA y una existencia que peligra con la destrucción ambiental; con una forma de vida caracterizada “por el aquí y el ahora”, donde el “no importa” es un concepto inscrito en su filosofía.

Rastas

Historia: Surge en Jamaica, empieza a extenderse por el Caribe y las comunidades negras de Gran Bretaña y en EU

Estética: se caracterizan por utilizar en sus ropas los colores de la bandera jamaicana, prohíben el corte y peinado del cabello, sus largos cabellos son torcidos para formar gruesas dread, para demostrar a los demás su apariencia. Así la palabra dread, que significa literalmente temor, terror, se ha convertido en una palabra de alabanza.

Música: reggae. Reflejo del profundo descontento social al que se vieron sometidos los herederos de la cultura africana implantada en las Antillas y por la marginación en los estratos más bajos de la sociedad jamaicana. Se caracteriza por ser una mezcla del folclore africano con el jazz, el gospel y el calipso.

Ideología: son músicos, no aceptan el orden económico tradicional, manteniéndose con lo que producen ellos mismos, vendiendo marihuana; son una manifestación de protesta en contra de la opresión blanca y los valores impuestos por la ideología dominante, se caracterizan por transmitir al mundo a través de su música elementos de liberación espiritual

Rappers

Historia: El rap mantiene, desde sus primeros pasos la expresión visual, gráfica y callejera, proporcionándole una imagen fresca en todo el mundo; ese es el arte graffiti, pilar fundamental de la cultura hip hop.

Estética: pantalones flojos cómodos, playeras lisas de color blancas, tenis, y gorras de algún equipo de béisbol puesta hacia atrás, de preferencia del equipo de los yanquis de New York.

Música: Rap

Ideología: muy parecidos a los skatos, expresan coraje hacia sus familias, hacia la música pop, hacia las disqueras.

Ska

Historia: nació en la isla de Jamaica en la década de los 60's, influenciado por el blues y el rock proveniente de las tierras norteamericanas (principalmente por el rhythm and blues de Nueva Orleans). El ska fue primero una música para los jóvenes marginales que buscaban una manera de evadir los problemas de todos los días en sus barrios pobres. Desde las primeras bandas ska hasta hoy se han agregado a la etiqueta ska un sinnúmero de influencias musicales desarrollándose estilos más fuertes, el ska-core por ejemplo. La década de los ochenta fue la década de la explosión del ska en Inglaterra. Sin embargo en EU, como en otros países (México) el boom llegó hasta finales de los 80's y los 90's.

Estética: La gente metida en el movimiento ska son gentes de entre 15 y 18 años. El público ska se junta para sentir pertenencia, dice ser revolucionario y la mayoría ni lee el periódico y lo único que quieren es reventarse. En general el skato es una apersona desenfadada, que viste cómodamente, de clases socioeconómicas variables y que solo busca la satisfacción de divertirse y pasar un buen rato.

Música: ska

Ideología: La filosofía del ska es la libre convivencia multirracial y la paz entre toda la gente son personas utópicas que sueñan con un mundo perfecto de paz y armonía unido por la música, en teoría. Nace como resumen de la música rock experimentada en México: lo prehispanicoamericano y lo asimilado del rock, todo esto mezclado con guitarras que recuerdan al grunge y aderezado con los cantos, del hip-hop y la vestimenta deportiva de colores; todo esto salpicado con un pseudorevolucionarismo apoyado en el EZLN y la lucha por el medio ambiente y los indígenas en general.

Ravers

Historia: En México, los raves comenzaron a tomar modo y forma a mediados de los 90's y eran fiestas exclusivas de gente de la alta sociedad. Los raves entraron a México con fuerza ya que era una catarsis el bailar y consumir sustancias químicas y naturales durante toda la noche, además de la comercialización que se les dio con la censura. En México se han ligado a las antiguas culturas mexicanas en el sentido de que en lugares arqueológicos o cerca de ellos se han realizado fiestas rave, como es el caso de Palenque, esto ha servido para el rescate de estas culturas y sus creencias metafísicas, medicinales y hasta religiosas.

Estética. Su forma de vestir es generalmente cómoda, ya sea hombre o mujer; el raver busca la manera de sentirse mas libre físicamente para poder bailar a placer, por lo general son pantalones camuflajeados de pana, de mezclilla, pero todos lo suficientemente aguados para poderse mover, las playeras o camisas son de colores llamativos y por lo general ajustadas y con estampados de culturas hindúes o mexicanas; regularmente traen lentes oscuros. Por su lado las mujeres ocupan pantalones regularmente ajustados o faldas largas aguadas, y las playeras son igual que las de los hombres. También ocupan por lo regular el cabello muy corto y decolorado y parado en pequeñas puntas, así como perforaciones en orejas y pezones; los tatuajes no son muy comunes entre los ravers.

Música: electrónica, mezclas de disc jockeys

Ideología: Dicho de manera general un raver es la persona que consuma o no drogas o smart drinks. Es aquel que conoce de dj, distingue los diferentes beats y ritmos. El consumo de drogas químicas como los ácidos y las tachas son muy comunes entre los raver. En México se han utilizado más las drogas naturales como lo son el peyote, los hongos

Como hemos visto a lo largo de este apartado, los jóvenes de todos los tiempos se han caracterizado por manifestarse creando diversos grupos en los cuales vivir la vida en exceso ha sido su esencia. Estos jóvenes disidentes se reúnen en torno a ciertas ideas comunes, establecen una comunidad distinta dentro del común denominador que rige en la sociedad, así la contracultura no puede negar la cultura, sólo la sustituye por una cultura opuesta, en la cual la música constituye una característica esencial y forma parte importante de cada uno de estos grupos ya que, los diferencia e identifica entre ellos. Por lo antes dicho, consideramos pertinente hacer esta revisión y tener en cuenta la importancia de la música en los contextos en los que los adolescentes pueden llegar a desarrollarse.*

* La información de los recuadros anteriores fue obtenida de la siguiente fuente: ARCE Cortés, Tania Guadalupe. “Jóvenes, tribus urbanas, violencia: el silencio de la pedagogía”. TESINA. UPN. México, Julio-2003. 61-86 p.

CAPÍTULO IV La música: un arte en el tiempo

La música y las canciones siempre han jugado un papel importante en la vida del ser humano y en la transmisión de la cultura, influyendo en costumbres y emociones. Pero la música no es exclusiva de los músicos, sino que pertenece al ser humano.

Así pues la música, al igual que otras artes, es un medio de expresión, y por lo tanto de comunicación entre los hombres, que utiliza elementos físicos como lo son los instrumentos musicales, conocimientos científicos como los que conforman la física acústica o física del sonido y la audición, y mediante el empleo de diversos procedimientos técnicos, los combina para obtener como resultado una obra musical.

En este capítulo abordaremos a la música desde cómo la definen diversos autores, dar una breve historia a través del tiempo, los tipos de música que han aparecido para deleitar el gusto del hombre así como su función social, nuestra intención es dar a conocer lo que la música puede hacer en nuestro oído, en nuestra inteligencia y en general, en nuestra persona.

4.1 Definiendo la música

Etimológicamente la palabra música proviene del latín *musa*, y ésta a su vez de la palabra griega *musike*, su significado entre otros sería: canto, poema, estudio, ciencia, melodía. Pero la definición más difundida es “El arte de combinar sonidos en el tiempo”⁹⁶. Víctor Pliego de Andrés define la música como “...el arte de los sonidos. Como arte es una actividad humana e intencionada que implica tanto la expresión como a la percepción.”⁹⁷. Asimismo, como un arte en el tiempo, la música tuvo sus inicios desde tiempos antiguos Adolfo Salazar menciona: “Cuando el hombre descubre que los sonidos que puede producir con su propio cuerpo son capaces de regulación, la música nace”⁹⁸.

Kenneth Bruscia la define tomando en consideración que la música puede ser abordada desde distintas perspectivas como la física, psicología, antropología, sociología; por lo tanto su definición se expande considerablemente señalando que la música “es el arte

⁹⁶ BERNAL Vázquez, Julia y Ma. Luisa Calvo Niño. “Didáctica de la música”. Málaga 2000. 11 p.

⁹⁷ PLIEGO De Andrés, Víctor. El Fenómeno musical en “Fundamentos de musicoterapia”. Madrid, 2000. 230 p.

⁹⁸ SALAZAR, Adolfo. “La música como proceso histórico de su invención”. México 1953. 9p.

de organizar los sonidos en el tiempo y sus variados componentes físicos y experienciales, para el propósito de crear o interpretar las formas expresivas que elaboran o dan significado a la experiencia de la vida humana”.⁹⁹ Rogelio Macias Sánchez citando a Lewis Rowel "la experiencia musical en sí es un modo de conocimiento y una forma de buscar la verdad"¹⁰⁰

Por otro lado, la historia de la música es la descripción de todos los acontecimientos musicales, de todas las ideas en este campo y de todos los instrumentos construidos para hacer música. La música está sujeta a cambios, ya que es obvio que no todos los pueblos y épocas tienen las mismas opiniones sobre ella. La música se transforma y evoluciona.

Sabemos que la música ha acompañado al hombre desde los tiempos más remotos, seguramente también utilizó otros instrumentos, piedras, huesos, troncos, dándose cuenta de que podría producir sonidos con ellos, en este sentido, Adolfo Salazar considera que, en un principio, cuando el hombre comprende que puede manejar el sonido y combinarlos nace el arte de la música. Salazar menciona dos tipos de músicas, la música vocal y la música que organiza con el instrumento.

Simultáneamente al producir sonidos, el hombre comenzó a mover su cuerpo, al respecto Salazar señala: “Música y Danza pueden, pues, definirse desde su aparición en la sociedad humana diciendo que son el resultado de manejar artísticamente el material sonoro o corporal, de los cuales el hombre es el primer proveedor.”¹⁰¹ Éste es tan solo un aspecto de la grandeza de la música. No solamente es universal como idioma, sino lo es también por su expresión.

Adolfo Salazar señala que cuando el hombre practica ambas actividades –música y danza- y la contemplación es discriminatoria y selectiva, el sentido de la belleza nace, y a su vez comienza el arte en su fase elemental. Carlos Chávez menciona que la música, la pintura y la danza en sus fases incipientes eran utilitarias y afirma “... a pesar de su propósito utilitario fundamental, esas formas de expresión tenían todas las características de la expresión artísticas ya que provenían del sentido estético del individuo y se dirigían a él”.¹⁰² De esta manera desde los tiempos más remotos existía un sentido estético aunque no

⁹⁹ BRUSCIA, Kenneth. “Definiendo musicoterapia”. Salamanca, 1997. 22 p.

¹⁰⁰ MACIAS Sánchez, Rogelio. “Cultura y arte”. <http://polaris.unich.mx>.

¹⁰¹ SALAZAR, Adolfo. “La música como proceso histórico de su invención”. México, 1953. 10 p.

¹⁰² CHAVEZ, Carlos. “El pensamiento musical”. México, 1979. 20p.

fue un fenómeno del que el hombre primitivo tuviera conciencia, no fue sino con el transcurso del tiempo que el arte primitivo dejó de ser utilitario y se convirtiendo en lo que Chávez denomina como “medios artísticos de comunicación”.

4.2 Breve Historia de la Música.

En las civilizaciones más avanzadas de la antigüedad como Roma y Grecia, la música apareció muy vinculada con el culto religioso y con las manifestaciones rituales. La paternidad de la música, tal como se la conoce actualmente, es atribuida a los griegos.

Durante la Edad Media, la iglesia era la institución donde se podía cultivar el espíritu Leonardo Acosta afirma que “durante la Edad Media surge una música patrocinada por la Iglesia y cuidadosamente codificada”¹⁰³. Así, la música adquiere una importancia desde el punto de vista litúrgico. Prueba de esto es el canto Gregoriano y paralelamente a la música cristiana se estaba desarrollando la música profana o trovadoresca, la cual era interpretada por los trovadores y juglares. A partir del siglo XII y a medida que se afirmaban y definían los modos y la música adquiría un carácter tonal, surge la polifonía sobre la base gregoriana, es decir, el arte de combinar sonidos distintos.

En el Renacimiento la música fue impulsada por la corte, “la música, socialmente bien considerada y necesaria, fue pensada para ser percibida y que llegara directamente a los sentidos, a la expresión del sentimiento humano, y como tal valorada, independientemente de la poesía y la liturgia”.¹⁰⁴ La música profana adquirió más importancia surgiendo nuevas formas populares como el motete, el villancico y el madrigal, se desarrolló con gran fuerza la forma operística, y se crearon nuevos instrumentos como el clavicordio y el clavicémbalo. También se refuerzan los aspectos rítmicos de la música, así como se libera y se perfecciona la armonía. La música renacentista se practicaba de igual manera para todos los géneros, tanto sacros como profanos.

El barroco es considerado un amplio periodo de la historia de la música, Pep Alsina señala que “resulta de muy compleja valoración, pues la evolución musical ya no es tan unívoca, y se acentúan las diferencias entre los países y entre los diferentes géneros y estilos

¹⁰³ ACOSTA, Leonardo. “Música y descolonización”. México 1982. 15p

¹⁰⁴ BERNAL Op. Cit. 15p

musicales”¹⁰⁵. El Barroco es considerado como un periodo en el que se escribió cuantiosa música de cámara y concierto, además de que se dieron los primeros pasos de ballet y la expansión de la ópera

El romanticismo fue una época en la que se valoró mucho la expresión individual del músico. Surgió el lied que en alemán significa “canción” y ahora se entiende como canción de concierto o canción de recital, es una forma musical de la cual Franz Schubert destacó. La música del siglo XIX la inauguró un genio universal, Ludwig Van Beethoven, que nace en Bonn (Alemania) en 1770 y muere en Viena en 1827.

Para comprender la música en el siglo XX, es importante acercarse primero a la del siglo XIX, y en especial a una corriente llamada impresionismo. Esta corriente supone una auténtica liberación, se luchó por una música más individual y personal, saliéndose para ello de las normas establecidas, la música impresionista pretendió destacar el impacto que provoca la obra al ser escuchada.

Se aplicaron nuevos acordes, colores y sonoridades. En esta música el sonido va a constituir el alma de la música. A este respecto Pep Alsina menciona “la música impresionista, dirigida en todos los sentidos refleja y describe atmósferas de todos los ámbitos sensoriales: perfumes, texturas, temperatura, etc., y por eso da al timbre (al color en música) una importancia primordial que nunca antes había tenido”.¹⁰⁶

Pareciera que hasta este momento este breve recorrido se delimita a la historia de la música occidental, esto no quiere decir que no haya existido música en otros continentes, si no que en aquéllos países es donde se ve el comienzo del capitalismo mercantilista trayendo como consecuencia la exportación de los productos culturales, entre ellos la música, a países colonizados por ellos.

El vertiginoso adelanto de la tecnología a partir de la Segunda Guerra Mundial trajo como fruto la incorporación de sintetizadores y la música creada por computador o música cibernética a este tipo de música se le denomina música concreta y música electroacústica, Pep Alsina la define como “... la música electrónica genera los sonidos que han de utilizarse por medio del sintetizador la música concreta sólo usa de la electrónica para

¹⁰⁵ ALSINA, Pep. Op. Cit. 39p.

¹⁰⁶ ALSINA, Pep. Op. Cit. 90-91p.

grabar los sonidos y los ruidos de la realidad sonora y parte de una concepción surrealista del arte”.¹⁰⁷

Cabe señalar, que a partir del final de la segunda guerra mundial hubo un cambio en la sociedad occidental que trajo como consecuencia que el arte musical adquiriera otro valor, a este respecto Leonardo Acosta señala “...desde los años 20’s la música popular de los países subdesarrollados pasó a un primer plano mundial. Su utilización como materia prima por los compositores de música sinfónica de Europa Occidental y Estados Unidos constituyó una extendida practica, que reflejaba una forma de colonialismo cultural”.¹⁰⁸

En general, a partir del siglo XX hasta nuestros días la música ha tenido gran apertura, se han constituido nuevos géneros musicales y cualquiera de estos géneros, incluyendo la música clásica la cual Fischerman afirma que se ha desplazado de los hábitos culturales de los niveles sociales altos, está al alcance de cualquier persona.

Asímismo las maneras de valorar y escuchar la música han cambiado, ahora ya no es necesario situarse en un lugar determinado para poder tener acceso a ella. A este respecto consideramos importante lo que Diego Fisherman afirma “la radio y el disco, sumados al acceso de públicos cada vez más amplios a bienes de consumo material [...] y al mercado del espectáculo [...] abrieron la posibilidad de que alguien estuviera en su casa sin hacer otra cosa que escuchar música”.¹⁰⁹

4.3 Función social de la música

La música tiene diferentes funciones y utilidades, en algunas sociedades ciertos sucesos serían inconcebibles sin ella. Un estudio correcto de la música debería contemplar no sólo el sonido musical en sí mismo, sino también los conceptos que llevan a su existencia, con sus formas y funciones particulares en cada cultura y con la conducta humana que lo produce.

Desde el punto de vista de Patxi del Campo como musicoterapeuta señala que “... todo el mundo, independientemente del nivel cultural alcanzado o la educación recibida, se ve inmerso en un mundo sonoro. Todas las personas conservan datos musicales y sonoros

¹⁰⁷ OP.Cit. 103p.

¹⁰⁸ ACOSTA, Leonardo. “Música y descolonización”. México, 1982. 52p.

¹⁰⁹ FISHERMAN, Diego. “Efecto Beethoven”. Buenos Aires, 2004. 30p.

que tienen internalizados desde la infancia, y ven movilizadas sus emociones al percibir distintas músicas”.¹¹⁰

En este sentido, las diferentes funciones y utilidades de la música se hallan en función del efecto de ésta en el ser humano. Martí Augé señala cinco diferentes dimensiones del ser humano en las cuales la música ejerce algún efecto, cabe aclarar que solo serán expuestos algunos de éstos:

DIMENSIONES	EFFECTOS
DIMENSIÓN FISIOLÓGICA	<p>Son producto de la constitución de cada individuo, única e idiosincrática, y a su vez se ve influenciada por la experiencia psicológica individual ante la música. Algunos de estos efectos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aceleración o enlentecimiento de la respiración. • Aumento o disminución de pulso y presión sanguínea . • Mayor o menor activación de ondas cerebrales. • Cambios en el sistema inmunitario.
DIMENSIÓN EMOCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar y expresar un estado emocional (miedo, tristeza, alegría, entre otros). • Ayudar a la expresión de emociones profundas. • Modificar el estado de ánimo. • Despertar, evocar, provocar emociones y sentimientos.
DIMENSIÓN COGNITIVA	<p>Una actividad o experiencia musical conlleva una activación cerebral a diferentes niveles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • estimular la imaginación y creatividad. • Evocar asociaciones (imágenes y recuerdos). • Ayudar al aprendizaje. • Estimular el lenguaje. • Mejorar la memoria residente • Estimular la capacidad de atención.

¹¹⁰ DEL CAMPO, Patxi. “La música como proceso humano”. Salamanca 1997.208p.

DIMENSIÓN ESPIRITUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer una vivencia de paz, serenidad, purificación, armonía, sabiduría. • Crear una atmósfera para la meditación. • Invitar a la reflexión y exploración sobre el sentido de la vida. • Despertar un sentimiento de conexión con el universo, divinidad.
-----------------------------	---

Cuadro 2

Para efectos de este trabajo consideramos la dimensión social más importante por lo que la abordaremos de manera más amplia en párrafos siguientes.

Como ya hemos mencionado la música es una manifestación artística de comunicación y de expresión que ha estado presente en todas las culturas y civilizaciones, ha estado en los cambios que la humanidad ha experimentado a través de la historia y ha marcado diferentes épocas. Por ejemplo si se escucha un vals se relaciona con la época de los abuelos, si se escucha rock and roll nos remontamos a la época de nuestros padres, como lo menciona “la música no sólo permite recordar, identificar o tener idea de una época determinada; también podemos comprender mejor el momento histórico que se vivía cuando se creó”¹¹¹

Decimos que la música tiene una función social porque no solo identifica las diferentes épocas, sino que cambia y se transforma con ellas según las necesidades sociales a través de sus diferentes géneros y estilos.

La música se utiliza en todo el mundo para acompañar a otras actividades. Por ejemplo, se suele relacionar en todo el mundo con la danza. Fischerman menciona que “ la música esta incorporada como telón de fondo a todas las actividades humanas, desde los viajes en transporte públicos y las salas de velorios hasta los balnearios e, incluso, los zoológicos, donde la imitación de la naturaleza busca su improbable verosimilitud en unos gigantescos parlantes que difunden música comercial internacional”.¹¹²

Para Víctor Pliego de Andrés y Patxi del Campo la música puede considerarse como un medio de comunicación y expresión, es decir en un lenguaje. A este respecto Pliego de Andrés señala que “la música no solo crea símbolos, sino que transmite los saberes

¹¹¹ AGUDELO, Graciela. Op. Cit.24p.

¹¹² FISCHERMAN, Diego. “Efecto Beethoven”. Buenos Aires ,2004.30p

adquiridos como miembro de una comunidad [...] la música es un vehículo privilegiado para la transmisión de los saberes”.¹¹³

Como ya hemos destacado la música es una manifestación cultural híbrida relacionado con todos los aspectos del ser humano, así la música es un elemento u objeto de comunicación que promueve la comunicación interpersonal e intrapersonal, Josefa Lacárcel Moreno a este respecto y haciendo referencia también a la influencia que ejerce la música en el individuo y el grupo menciona: “El estilo musical de la propia cultura a la que se pertenece, influye mediante los grupos de presión sobre los gustos sociales: de ahí que a nivel individual, las preferencias musicales también hagan referencia la las normas del grupo. La transmisión de la información musical tiene una orientación persuasiva que generalmente obedece a unos intereses específicos: culturales, de prestigio, económicos, entre otros”.¹¹⁴

Otra función, menos obvia, de la música es la integración social. Para la mayoría de los grupos sociales, puede servir de símbolo poderoso. Los miembros de muchas sociedades comparten sentimientos de pertenencia a cierta música. Los jóvenes y adolescentes la escuchan -gran parte del día. Es utilizada como música de fondo y acompañamiento mientras realizan otra actividad, se transportan o hablan con los amigos, Diego Fischerman afirma que: “una proporción sumamente significativa de las conversaciones de la población de adolescentes y adultos jóvenes la ocupa la discusión acerca de qué música es buena y cuál es mala. Podría decirse, incluso, que se hace música para poder hablar acerca de ella”.¹¹⁵

En realidad, algunas minorías usan la música como un símbolo central de la identidad del grupo. Patricia Martí Augé resalta que ésta ejerce su efecto a varios niveles o dimensiones del ser humano, de las que destacamos la dimensión social, en la cual afirma que puede ser considerada como un agente socializador y citando a Clair menciona que “la música ofrece oportunidades para compartir experiencias con los otros, con lo que

¹¹³ PLIEGO DE ANDRÉS, Víctor en “Fundamentos de musicoterapia”. Madrid 2000. 236p.

¹¹⁴ LACARCEL Moreno, Josefa. “Psicología de la música y educación musical”. Madrid 2001. 12p.

¹¹⁵ FISCHERMAN, Diego. Op. Cit, 21-22p

constituye una base para el desarrollo de relaciones sociales”¹¹⁶. Así mismo Martí Augé destaca algunos efectos de la música a nivel social:

- favorecer la integración social
- contribuir a las relaciones sociales
- facilitar la cohesión grupal y dar sentimiento de grupo
- invitar al diálogo y comunicación con los miembros del grupo
- favorecer la expresión individual ante el grupo
- contribuir al desarrollo de habilidades sociales.¹¹⁷

La música forma y ha formado parte de la vida cotidiana de cada individuo y los acontecimientos importantes de cada comunidad y cultura: bodas, funerales, actos sociales, fiestas, entre otros y es un lenguaje universal dado que toda cultura tiene música y personas de diferentes países con diferentes idiomas pueden comunicarse por medio de la música.

En la actualidad todos tenemos acceso a ella, en relación con esta accesibilidad, Patricia Martí Augé señala que:” La música es un arte accesible a los individuos: si bien antiguamente las posibilidades de escuchar música eran más restringidas(quedando confinadas a determinados actos sociales, salas de baile, iglesias, radio, ...) hoy en día existe una gran variación de oportunidades para escuchar y/o participar de la música: equipos de música, y walkman, tiendas de música con amplio repertorio, discotecas, salas de fiesta, conciertos, y televisión ...”¹¹⁸.

Diego Fischerman menciona diversos usos y funciones que la música puede tener hablando ya sea, de buena o mala música, algunos de estos usos son: protestar en una manifestación pública, alentar a un equipo de fútbol, bailar, cantar en grupo, evocar momentos o eventos no musicales pero asociados con una música en particular, escuchar de manera más o menos atenta en un concierto o a través de un disco o de la radio. Menciona también que muchos eligen músicas específicas para momentos específicos y afirma que lo hacen en relación a lo que el llama: “la función ambientadora de la música: música para

¹¹⁶ MARTÍ Augé, Patricia en Betés de Toro, Mariano. “Fundamentos de musicoterapia”. Madrid 2000.296p.

¹¹⁷ MARTÍ Augé. Ibidem.

¹¹⁸ MARTÍ AUGÉ. Op. Cit.296p.

días lluviosos, música para cuando se está triste, música para estar con amigos o música para poner mientras se charla con una persona que se quiere seducir”.¹¹⁹

De esta manera podemos decir que la música tiene diversas funciones como la comunicación, la expresión emocional, el placer estético, el entretenimiento, la contribución a la continuidad y estabilidad de una cultura, la contribución a la integración de la sociedad, entre otras y dichas funciones pueden variar en cada cultura y subcultura de todo el mundo.

Considerando que nuestra propuesta radiofónica pretende que el adolescente amplíe su bagaje cultural-musical, para concluir este capítulo destacamos el hecho de que la música ha jugado un papel importante en la historia del hombre y enfatizamos en su función social, ya que la música, entre otros factores, origina y favorece la integración e interacción entre los grupos, en este caso, de adolescentes. En este sentido, y después de revisar los aspectos anteriores, consideramos que nuestra propuesta contiene suficientes elementos para considerar a la música como la vía para conseguir sus objetivos y/o finalidades.

¹¹⁹ FISCHERMAN, Diego. “Efecto Beethoven”. Buenos Aires, 2004.39p

CAPITULO V La Radio: Un medio de escenarios musicales

Tomando en cuenta que la radio es el medio por el cual pretendemos hacer llegar nuestro mensaje, en este capítulo se revisarán sus características y los elementos que la conforman, así como la metodología para realizar un programa radiofónico, con la finalidad de tener las bases suficientes que nos permitan utilizar este medio de comunicación de la mejor manera posible y en función de los objetivos planteados en nuestra propuesta.

Al hablar de la radio, consideramos pertinente comenzar por definirla desde diferentes puntos de vista teóricos, los cuales tomaremos en cuenta para crear nuestra propia definición ya que es un medio de comunicación que ha sido abordado desde diferentes puntos de vista por su trascendencia social.

5.1 Una aproximación a la radio.

Empezaremos con Bertolt Brecht, quien dice que “la radio es un medio de difusión que para su completo desarrollo necesita convertirse en un medio de auténtica comunicación, es decir, con presencia y respuesta de la audiencia”.¹²⁰

Rudolf Arnheim, llama a la radio un medio ciego, “por ser el medio más rico en escenarios, naturaleza y, por lo tanto, el medio que permite el ejercicio más absoluto de la libertad de imaginar esos escenarios, es un medio ciego autónomo, capaz de penetrar por el órgano sensorial del oído y crear sus propios escenarios”.¹²¹

Mariano Cebrian, señala que “la radio constituye un universo de referencias y evocaciones de imágenes, paisajes, sonoridades, sugerencias. La radio se hace imaginación con la voz, paisaje con la música, sonoridad con los efectos y sugerencia con el silencio. Cada componente sonoro además de dar lo mejor de sí, acompaña al resto en tales reflejos, creaciones e imaginaciones”.¹²² Por su parte Raúl Aicardi menciona: “la radio es un medio de comunicación masiva importante porque llega a todas partes y porque afecta directamente a cada uno de sus destinatarios, es también el más poderoso instrumento de

¹²⁰ Bertolt Brecht (1898-1956) Poeta, dramaturgo, ensayista, teórico, y director de teatro; guionista de cine, fue una de las mentes de mayor clarividencia del siglo en el terreno de los medios de comunicación. De 1927 a 1932 realiza la primera teoría de la Radio.

¹²¹ FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?” 68p.

¹²² CEBRIAN, Mariano. “Información Radiofónica....” 19p.

influencia personal”.¹²³ Umberto Eco dice: “en sus momentos normales la radio es una fuente de comunicación directa y organizada”.¹²⁴

En la misma línea Pierre Albert y Andre-Jean Tudesq concluyen en su libro *Historia de la radio y la televisión*, que “si a veces la radio puede ser un instrumento de impugnación o incluso de liberación es en realidad un medio de información o de entretenimiento que refuerza los poderes establecidos,..., es el medio de comunicación más simple, es, en importancia, el medio más barato y más flexible”. Asimismo mencionan que, “la radio se presenta como el medio de comunicación más diversificado, intimista, incluso hermética, caudal sonoro, radio de reflexión de animación que permite al oyente su propio reflejo”.¹²⁵

En forma poética Ramiro Garza dice “la radio, es vida, es amor cotidiano e inacabable por la comunicación, deber cumplido en el aire para que se entienda más a la gente”, de igual manera dice que “la radio no solo es sonido con imaginación es un invisible poder sobre el oyente, es capacidad de hacer del sonido una fuente de energía para quien escucha, es lograr que la imaginación se convierta en emoción silenciosa. Es la magia de estar dentro y fuera de la vida misma de quien te oye”.¹²⁶

Alonso Ramírez Silva, la define de la siguiente manera: “la radio es sonido, pero es ante todo palabra articulada, el sonido y las palabras transmitidas por la radio permite que el receptor constituta ideas e imágenes al mismo tiempo que favorece la presencia de determinados estados de ánimo, la radio revaloriza la palabra como instrumento de comunicación y de pensamiento”.¹²⁷

José María Burriel apunta que, “la radio estimula la imaginación, en contraposición con otros medios que sólo proponen imágenes. Cada mensaje sonoro se transforma en una imagen pensada o inconsciente...., en último término, al mundo poético que llega a convertir a la radio en un género artístico, en un vial abierto a la sensibilización en el hombre, que estimula su imaginación, la radio recorre el camino inverso al estimular la imaginación humana para crear una sensibilidad”

¹²³ BASSETS, Lluís. “De las ondas rojas a las radios libres”. 134p.

¹²⁴ BASSETS, Lluís. Op. Cit. 136p.

¹²⁵ PERRE, Albert y Andre-Jean Tudesq. « Historia de la radio y la televisión”. 167 y 153 p.

¹²⁶ GARZA, Ramiro. “La radio, presente y futuro” 22 y 28 p.

¹²⁷ RAMÍREZ Silva, Alonso. “La comunicación educativa y la educación estética en la escuela primaria.” 84 p.

Romeo Figueroa menciona: “la radio es un medio de comunicación de masas integrado por señales, signos, códigos y significados traducidos en voces, sonido, música y efectos sonoros”.¹²⁸

Con las citas anteriores podemos entonces concebir a la radio como un medio de comunicación para las masas, de participación, de transformación, de sensibilización, de imaginación y creativo; así como, un medio que reúne ciertas características que la hacen ser como: el sonido, la música, la voz, los efectos, etcétera. A la par hace que el radioescucha tenga accesibilidad a todo tipo de información que acontece en su entorno como fuera de éste de una manera rápida y veraz.

5.2 Características de la radio.

La radio es un aparato que comunica, transmite, crea sonidos, voces, efectos, crea y recrea la imaginación, se encuentra donde quiera , siempre y cuando haya un receptor que las capte y por supuesto, que las reproduzca. Así pues es necesario conocer también a la radio a partir de sus características y elementos que la componen.

Para Maria Antonieta Rebeil Corella, en su libro *Perfiles del Cuadrante*, identifica las siguientes características: “Barata, fácil de construir y de operar, la radio posee características muy propias como , la inmediatez, la instantaneidad, y la rapidez, que contribuye a su gran eficacia como medio informativo ...”.¹²⁹

El fenómeno radio es más antiguo que el de la televisión y se debe considerar como uno de los más trascendentes, ya que reúne tres características básicas:

- Su alto perfeccionamiento técnico.
- La comodidad de su uso.
- Su gran alcance de auditorio.

McLeish Robert¹³⁰, nos da una visión amplia de las características que tiene la radio. Para él, la radio se ha convertido en un medio universal de comunicación que, por sus ondas cortas, enlaza continentes y lleva el mundo a aquellos que no saben leer y a los que no

¹²⁸ FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?”. 65 p.

¹²⁹ REBEIL Corela, Ma. Antonieta. “Perfiles del cuadrante”. México, 2000. 17 p.

¹³⁰ McLEISH, Robert. “Technique at radio production”. 15 p.

pueden ver. Dice que la radio, aunque es un medio ciego, puede estimular la imaginación a través de la voz. Asimismo la radio es directa porque a diferencia de la televisión, las imágenes y sonidos de la radio se crean dentro de nosotros y pueden tener un mayor impacto. El medio es enormemente flexible y especialmente eficaz. La radio es sencilla por la flexibilidad en sus programaciones. Es barata porque no se le invierte mucho en tecnología, lo que cuesta es el establecimiento de una emisora, es decir, en la necesaria frecuencia de transmisión; las cuales son financiadas por:

- Cuota por tenencia de receptores
- Publicidad comercial
- Subvenciones estatales
- Capital privado
- Suscripción publicitaria
- O una combinación de todas estas.

La radio es un medio fugaz en la emisión de las noticias lo cual hace que el oyente al no llegar a tiempo para la emisión de algún comentario o noticia, entonces habrá pasado y tiene que esperar al siguiente bloque de noticias. Es selectiva en cuanto a lo que se le presenta al oyente de material en lo que ha de recibir, así mismo cada programa está limitado a tiempos estimados, por lo tanto, el material hablado debe estar comprimido y debe ser más lógico.

La personalidad de la radio la da la voz humana “una voz tiene la capacidad de impartir mucho más que la palabra impresa. Tiene inflexión, acento, duda y pausa, y una variedad de énfasis y ritmos”¹³¹. La vitalidad de la radio, reside en la multiplicidad de voces que emplea y los giros de tonalidad de las frases y la característica local del locutor. La relación que tiene la radio con la música es el facilitar al oyente y darle la oportunidad de descubrir diferentes formas de escuchar música no familiar a su cultura.

La radio sirve para estimular la cultura, facilita la comunicación entre comunidades, con sus programas satisface las necesidades de los radioescuchas. A través de la radio se puede visualizar cualquier situación que el oyente, a partir de la voz, crea en su mente. Es

¹³¹ Op. cit. 20 p.

rápida, directa, barata, tiene personalidad y la música que se transmite por la radio, proporciona placer al oyente.

Una característica importante que tiene la radio es ser un medio informativo, todo el tiempo en que esté prendida la radio se escucharán noticias, comentarios, efemérides, conciertos, notas culturales y todo cuanto la radio puede dar a conocer en su dimensión informativa en el sentido de responder a las necesidades del ser humano en su entorno convivencial, social, cultural; para Mariano Cebrián “la información es el tratar de ofrecer al hombre lo que sucede a su alrededor, en sus proximidades espaciales y temporales, tanto en el acontecer excepcional como el ordinario de la manera más exacta, veraz y actualizada.”¹³²

Por ser un medio de comunicación, con cierta reciprocidad, la información transmitida debe ser de forma rápida, breve, efectiva e inmediata porque no sólo es un ambiente técnico sino un proceso de interacciones sociales.

Otra característica, para Mariano Cebrián es el sistema de difusión: por ondas hertzianas, cable o satélite, según el autor, la radiodifusión, se define por su apertura, por su susceptibilidad que ofrece de que cualquier receptor pueda captarla.

5.3 La radio como medio de comunicación

Al hablar de un medio de comunicación no podemos dejar a un lado lo que significa la comunicación; la radio y todos los medios de comunicación a distancia producen significaciones de una manera distinta a la comunicación interpersonal, en la que emisores y receptores comparten el espacio físico y el tiempo real del acto de comunicación. Esta observación nos parece importante para involucrarnos en la especificidad del medio que nos ocupa.

Para entender la comunicación a través de un medio como la radio no se pueden olvidar las características intrínsecas del medio y de esta manera entenderemos mejor el modelo de comunicación manejado por el mismo.

¹³² CEBRIÁN Herreros, Mariano. “Información Radiofónica. Mediación Técnica, Tratamiento y Programación”. 21 p.

Unisensorialidad: la radio sólo puede emitir sonidos: voces, música, efectos. Su mensaje es recibido únicamente por el sentido auditivo, para Ana Ma. Pepino, esta particularidad repercute en el nivel de atención del mensaje “el oyente puede distraerse fácilmente y afectar su percepción; el esfuerzo por mantener su concentración puede resultar fatigoso”¹³³.

Esta desventaja puede ser superada a través de un programa radiofónico bien estructurado, por esto, la comunicación radiofónica debe cuidar el componente afectivo, vivencial del mensaje que permita al oyente “sentir” lo que se transmite.

Unidireccionalidad: Esta característica no sólo se puede referir a la radio, sino también a los otros medios de comunicación masiva, por la ausencia de un interlocutor directo e inmediato.

Fugacidad: el mensaje radiofónico es inmediato y no permite retrocesos en caso de incompreensión. De ahí la necesidad de la reiteración o redundancia para facilitar la comprensión de lo expuesto sin rebasar el tiempo disponible. Charles Wright nombra esta característica “rápida” porque va dirigida a grandes auditorios en un tiempo corto y en un mismo instante. De igual manera la considera transitoria porque hablando en términos generales, se hace con vistas a un empleo inmediato y no a un registro permanente.

Es paradójico que en pleno siglo XXI y en plena fase de modernidad cultural, la programación televisiva y radiofónica de los principales medios de comunicación de masas, dedican un alto porcentaje de sus espacios, si no es que todo, para la transmisión de los deportes, los espectáculos, las modas, las telenovelas, los noticiarios sensacionalistas, información internacional de último momento, pero, existen pocos espacios que tengan objetivos específicos que ayuden a la formación cultural y no sólo bombardeen de información *sin ton ni son* a los receptores.

Podemos ver a los medios de comunicación como los aparatos de socialización, cultura o como instituciones ejes de la socialización colectiva. Definiéndolos como tecnologías de información, redefinen los roles fundamentales que ejerce el sistema de enseñanza y otros aparatos de hegemonía tradicionales como la familia y la escuela sustituyéndolos, en algunos casos, desplazándolos en otros y complementándolos en unos

¹³³ PEPPINO Barale, Ana Maria. “Radiodifusión Educativa”. México, 1991. 78 p.

más, especialmente a aquellos que se encuentran en crisis institucional y social como las antes mencionadas. Los medios de comunicación se convierten en los principales aparatos de consenso, porque a través de éstos se produce un nuevo proceso de educación cotidiana o educación informal sobre los individuos.

En síntesis, en México, la radio se ha utilizado como un medio para distraer, entretener y algunas veces para evadir una realidad social, muy pocas veces se le puede ver tomando en consideración las bondades que ofrece la radiodifusión, como la de dar información, diversión y cultura en forma práctica, sencilla y efectiva. La radio puede llegar a tener nuevos usos y fines, pero desafortunadamente la concentración de la mayoría de las radiodifusoras en pocas manos, ha impedido que la radio se desenvuelva.

5.4 La función social de la radio

La función social de la radio es inherente a su actividad cotidiana. Lo mismo se da con un programa de entretenimiento, que en uno de noticias, o para algún servicio social como una transfusión sanguínea o localizar a una persona extraviada, en otras palabras, la función social de la radio se materializa permanentemente.

La radio ha estado marcada a partir de las siguientes características: informativa, formativa, cultural y de entretenimiento. Para Mario Alberto Pérez Hernández “la gente escucha radio para entretenerse, para informarse y también por costumbre. Además posee una característica física muy importante que nos lleva a descubrir su unisensorialidad, es decir, la radio se percibe por un solo sentido; el oído (...) el oyente debe asumir una voluntaria ceguera para percibir nuestro mensaje”.¹³⁴

Dichas características de la radio son de igual importancia sin tomar en cuenta el orden en que aparezcan éstas, Francisco Prieto en su libro “Diagnóstico de la comunicación social en México” menciona estas tres funciones de la siguiente manera:

Dentro de su función de entretenimiento, la radio se ha caracterizado por sus emisiones musicales, teniendo éstas un peso mayor; se pueden hacer casi todas las actividades del hombre oyendo música y el trasfondo musical suele aligerarlas. En lo que respecta a la información, la radio tiene la ventaja de la inmediatez, de poder emitir comunicados

¹³⁴ PÉREZ Hernández, Mario Alberto. “Prácticas radiofónicas”. México, 1998.17 p.

periódicamente, de facilitar una mayor concentración del escucha en las palabras, de llevarse bien la audición con otras operaciones, como manejar, lavar, planchar, coser, estudiar, etcétera. En cuanto a su función cultura, engloba la transmisión de información, las emisiones musicales, las radionovelas.¹³⁵

La radio puede ser vista simplemente como una caja de sonido en donde intervienen voces, música, y efectos sonoros, pero en realidad la radio es un medio a través del cual se puede desarrollar la imaginación del radio escucha y a su vez puede considerarse una herramienta en la que se puede manifestar el arte de la expresión oral tal como lo menciona Romeo Figueroa “ si imaginar es ver, la radio se ha beneficiado por su cualidad de ser una forma del arte de la expresión oral”.¹³⁶

Por otro lado Ricardo M. Haye retoma a McQuail y define a la radio desde sus componentes, se refiere a la radio como un “supermercado” por la gama variada de sus formas, ya que pueden haber programas informativos, culturales, de entretenimiento, educativos , y estas formas están ligadas directamente con las finalidades de la radio.

Otras de las funciones que Ricardo M. Haye atribuye a la radio está relacionada con que, todo lo que se transmita en ella, debe estar a cargo de personas responsables y concientes de que su deber para con los receptores es de ampliar sus márgenes de conciencia, enriquecer su capital simbólico y extender el horizonte de su cultura.

Cabe señalar, que la aparición de la radio como medio de comunicación se remonta a más de setenta años, creció a partir de las tecnologías ya existentes: teléfono, telégrafo y la grabación del sonido. Los primeros que experimentaron con la radio fueron Marconi y Fessened entre 1901 y 1906, a pesar de que hubo emisiones experimentales habladas y musicales durante ese periodo en muchos países, no fue hasta 1920 cuando la radio se usó principalmente con propósitos marítimos militares. Se puede decir que la radio fue una tecnología en busca de aplicaciones más que una respuesta a una demanda de nuevos servicios.

En cuanto a los comienzos de la radio en el ámbito familiar, lo que la gente oía era música y comentarios y, por algún tiempo, ninguna publicidad. Sin embargo, a medida que

¹³⁵ PRIETO, Francisco. “Diagnóstico de la comunicación social en México”. 34

¹³⁶ FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?”. México, 1997. 75p

se desarrolló el concepto de vender tiempo para un mensaje comercial, se desarrollaron también los mecanismos para aumentar el impacto de los programas, tal como lo menciona Pierre Albert y Andre- Jean Tudesq “ la radio se constituyó en un instrumento de mercado por efectos de la publicidad, de las informaciones económicas, de la atención hacia los libros y más aun los discos, y las modas que difunde”.¹³⁷

Por lo antes mencionado, la radio puede ser vista desde su función social dado el impacto que tienen sus contenidos en los receptores tanto individual como socialmente. El reducido costo de un aparato radiofónico lo pone al alcance de las mayorías, y su tamaño, cada vez más reducido, permite que un trabajador, ama de casa, estudiante, automovilista o campesino pueda transportarlo consigo mientras realizan su actividad.

Por las características antes mencionadas la radio es considerada como un medio de comunicación masivo, barato, importante y eficaz. Desde épocas anteriores hasta nuestros días ha existido una preocupación por la función social de los medios masivos de comunicación a tal grado que se promulgó la ley federal de radio y televisión en 1960 en donde en el artículo quinto menciona que “la radio y la televisión tiene la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana”¹³⁸.

Sin embargo, hay autores que desde la década de los 80, consideran que la función social de la radio va mas allá de lo antes mencionado, tal es el caso de Alma Rosa Alva de la Selva quien considera que la radio puede ser utilizada para promover el consumo de mercancías y productos. Analiza la radio desde una perspectiva ideológica, entendiendo a la ideología “como un conjunto de representaciones, valores, nociones y creencias por medio de las cuales la clase dominante mantiene y refuerza su predominio”¹³⁹. Cabe mencionar que la radio era considerada el medio de mayor penetración en el país en 1985 (según datos de la cámara nacional de radio y televisión) razón por la cual Alva de la Selva entendía a la radio como una herramienta poderosa a favor del capitalismo.

Otra de las funciones que Ricardo M. Haye atribuye a la radio está relacionada con que todo lo que se transmita en ella debe estar a cargo de personas responsables y

¹³⁷ ALBERT, Pierre y André- Jean Tudesque. “Historia de la radio y la televisión”. México 1985. 41p.

¹³⁸ CREMOUX, Raúl. “La legislación mexicana en radio y televisión”. México, 1989. 19p.

¹³⁹ ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. “Radio e ideología”. México 1982.

concientes de que su deber para con los receptores es de ampliar sus márgenes de conciencia, enriquecer su capital simbólico y extender el horizonte de su cultura. En este sentido la radio y los medios masivos de comunicación pueden ser vistos también como productores y modeladores de cultura.

La radio se ha constituido en el principal generador y formador de opinión pública y se convierte progresivamente en un espacio para la expresión de la diversidad social y política y, además se constituye en el medio de comunicación por el que más de la tercera parte de la población se entera de lo que acontece tanto en el país como en el mundo entero.

Esta nueva función social, muy diferente de aquélla relacionada con la formación de una cultura de masas de carácter nacional descrita en la ley federal de radio y televisión, modifica, pues, algunos elementos del juego en el campo comunicativo.

5.5 La radiodifusión en México

Podemos pensar que la televisión es el medio preferido por diferentes tipos de auditorios. La predilección e influencia de la televisión es un hecho en nuestro contexto social. Sin embargo, cuando de penetración y permanencia se trata, no podemos hacer a un lado a la radio y ubicarla en un lugar importante.

Pero, más allá de sus virtudes, es preciso aclarar el funcionamiento de la radio actual en México para que se pueda comprender el porqué de nuestro trabajo. Así, presentaremos un panorama general de la radiodifusión en México y su situación actual.

La radio en México desde los años 20, afirma Ramiro Garza, en su programación básica tiene dos vertientes: la hablada y la musical. Garza menciona: “dentro de lo hablado está todo lo que es noticioso, dramático (radionovelas) comentarios y producciones especiales de narración y radioteatro [...] Dentro de lo musical, dos grandes ramas también: lo nacional en el idioma propio y la internacional en idiomas o contenidos musicales ajenos al español que hablamos”.¹⁴⁰

Según datos de la Asociación Nacional de Radiodifusores del Valle de México los formatos en los cuales se divide la radio son:

¹⁴⁰ GARZA, Ramiro. “La radio, presente y futuro”. México, 1998. 13 p.

- | | |
|--|--------------------------------|
| * Clásica | *Español hablada |
| * Español catálogo | *Español moderna |
| * Grupera | *Hablada |
| * Inglés catálogo | * Inglés moderna internacional |
| * Noticias: nacionales e internacionales | |
| * Ranchera | * Tropical |

Podemos observar claramente que la música forma parte de la mayoría de las estaciones de radio en la ciudad de México. Cabe señalar que dentro de la radio, no hay géneros puros. Sólo hay predominantes. Todas las emisoras utilizan géneros diversos, aunque en suma predomine alguno.

Hay indudablemente otros sistemas de transmisión radiofónica como las de comunidades indígenas, escolares, turísticas, etcétera, pero todas buscan el mismo objetivo general de la radiodifusión: informar, entretener, transmitir ideas, noticias, estados del tiempo, entre otras.

Para autores como Ma. Antonieta Rebeil Corella el dial es homogéneo, ya que maneja con notable destreza un mismo estilo de hacer radio, lo cual es evidente al encender la radio y escuchar un poco de todas las estaciones. Las estaciones comerciales en el Distrito Federal se dedican prioritariamente a consagrar y reforzar el conocido esquema radiofónico de promoción disquera y publicitaria, fórmula cuya redituabilidad económica explica su institucionalización en el dial. Cabe mencionar que, según datos de la Asociación de Radiodifusoras del Valle de México, existen en el Distrito Federal en Amplitud Modulada (AM) 31 estaciones concesionadas y 2 permisionadas y en Frecuencia Modulada (FM) 22 concesionadas y 5 permisionadas, con lo cual se llega a un total de 60 estaciones radiofónicas en el Distrito Federal.

Según datos de la ARVM (Asociación de Radiodifusoras del Valle de México) la radio esta dividida en dieciséis grupos radiofónicos de la radio comercial que a su vez, están integrados por diferentes emisoras. Estos grupos son:

Grupo ACIR: tienen siete estaciones de las cuales tres se encuentran en AM y cuatro en FM. Los formatos que manejan dentro de sus programas son música (cinco de sus estaciones manejan este formato), entretenimiento, noticias y deportes.

Grupo Radio Capital: Recientemente incorporado a la industria de la radio en el DF, busca consolidarse como una opción de radio informativa.

Grupo RadioCentro: Tiene once estaciones y sus principales actividades son la producción y radiodifusión de programas musicales (seis de sus estaciones son musicales), noticias, entrevistas y programas de eventos especiales.

Grupo Siete Comunicación: tiene una sola estación en AM, su formato es radio hablada y se jactan de lograr el buen uso de los medios con un alto contenido social y un racional uso comercial.

Grupo Imagen: tienen dos estaciones produce servicios informativos con los que pretende contribuir al conocimiento, análisis y formación de opinión sobre hechos relevantes en la sociedad mexicana y en el mundo.

Grupo Monitor: tienen dos estaciones, sus formatos son hablada y noticias y buscan consolidarse también como emisoras noticiosas con mayor audiencia en México.

Grupo IMER: Tiene cuatro estaciones de las cuales una dedica sus emisiones a la música grupera. Es un grupo de radiodifusión pública, con presencia y cobertura nacional, ellos se consideran como un grupo que brinda cultura, educación, información, servicios y entretenimiento con el fin de atender las necesidades democráticas, sociales y culturales de la sociedad. Su carácter oficial lo ubica como una entidad independiente de intereses comerciales y partidistas.

Organización Editorial Mexicana: tiene una estación en AM y cuenta con el respaldo de Organización Editorial Mexicana, por lo que su formato es de información noticiosa, política, deportiva y de investigación.

MVS Radio: tienen dos estaciones en FM y las dos estaciones son musicales en su totalidad, una en español y la otra en inglés, aunque en una de ellas manejan el formato noticioso en una buena parte de su programación.

NRM Comunicaciones: tienen cinco estaciones, tres en AM y dos en FM de las cuales cuatro manejan el formato musical en tropical, grupera, español moderna e inglés moderna.

Radio Fórmula: tienen cinco estaciones de las cuatro son noticiosas y están ubicadas en AM y una, que es la musical en FM.

Radio SA: tiene una estación, su formato es hablada y está ubicada en AM.

RASA: tiene una estación, su formato es hablada y está ubicada en AM.

Radorama S.A. de C.V.: tiene dos estaciones, una musical y una hablada, las dos ubicadas en AM.

Grupo SOMER: tiene una estación, ubicada en FM y su formato es musical (Inglés catálogo)

Televisa Radio: tiene seis estaciones, tres en AM y tres en FM. Tres son musicales y una de ellas está ubicada en AM.¹⁴¹

Como se puede observar, la mayoría de las estaciones dedican su tiempo a la música; según estadísticas de la ARVM en el Valle de México existen siete emisoras en AM y 19 en FM que ofrecen formatos musicales de las rancheras a la música clásica. Afirman, según datos de INRA de Julio del 2004, que el auditorio que prefiere la radio musical es mayoritariamente mujeres (54%) y de todos los formatos musicales, las baladas en español siguen siendo el género preferido de los radioescuchas.

Las emisoras que ofrecen música como principal atractivo gozan de preferencia del segmento que va de los 13 a los 17 años; afirman que la tendencia a escuchar radio va disminuyendo conforme aumenta la edad de la audiencia, consideran a la radio como el principal medio de consumo de música.

Es importante destacar cifras que Ma. Antonieta Rebeil menciona en relación a la audiencia de la radio en el Distrito Federal, Rebeil afirma: “la radio tiene un alto grado de aceptación entre la audiencia de todas las edades, pero alcanza una mayor penetración en el segmento demográfico de los 13 a los 24 años”¹⁴²

En una encuesta realizada por el periódico Reforma hecha a los habitantes del Valle de México destaca el hecho de que el uso de la radio en México como caja de música se ha incrementado y que el 71% del auditorio prefiere escuchar FM a AM.

Por las características de la radiodifusión en México hasta el momento mencionadas, podemos hablar de varios tipos de radio que están diferenciadas por los formatos que las componen, a continuación exponemos algunas de ellas.

¹⁴¹ www.arvm.com.mx

¹⁴² REBEIL Corella, Ma Antonieta et al. “Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio”. México, 2000. 40 p.

5.5.1 Tipos de radiodifusoras

Pero la radio no nada más es una, existen diferentes tipos de empresas radiodifusoras y esta diferenciación está hecha en función del mensaje que se desea transmitir, es decir, su contenido. También son tomados en cuenta, los recursos humanos y técnicos. Para Cristina Romo, en México, la Ley Federal de Radio y Televisión determina que las emisoras pueden ser de distinta naturaleza, “comerciales, oficiales, culturales, las primeras requieren de una concesión otorgada por el gobierno federal, a través de la Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a las demás les basta un permiso otorgado por la misma instancia”¹⁴³, de esto deducimos una primera clasificación: las emisoras en México pueden ser concesionadas o permisionadas. Hay muchas otras variantes que consideramos importante mencionar, pero dos son las fórmulas que conocemos: las radios comerciales y las radios culturales. Comenzaremos por explicar las radios comerciales.

5.5.1.1 Radio Comercial

Las emisoras comerciales obtienen del Gobierno Federal la concesión de una banda de transmisión por el sistema de la libre empresa, es decir, son libres para obtener ganancias de sus transmisiones, aunque no puedan transgredir lo que la ley dispone al respecto. Pertenecen a empresarios medianos y grandes (como Radiópolis que pertenece al grupo Televisa), y su financiamiento, así como la plusvalía que obtienen, proviene de la venta de sus tiempos de programación: ya sea vendiéndolos para avisos publicitarios (comerciales), por promocionar la música de los artistas del momento, por el patrocinio de programas, principalmente informativos. Estas formas de producción radiofónica intentan capturar un auditorio numeroso para poder elevar lo más posible las tarifas de sus tiempos de programación.

Mario Alberto Pérez H. las define como “aquellas emisoras que venden su tiempo y que viven de ello. Es decir, su principal fuente de ingreso es el mensaje comercial”¹⁴⁴. Cabe señalar que las emisoras comerciales son concesionadas.

¹⁴³ ROMO, Cristina. . “La otra radio”. México, 1990..101 p.

¹⁴⁴ PEREZ Hernández, Mario Alberto. “Prácticas Radiofónicas”. México, 1998. 15 p.

María Ballesteros las define como aquéllas que pertenecen a pequeñas o grandes empresas y su objetivo es “inducir al radioescucha al consumo de los productos que anuncia a través de la venta de espacios, patrocinar programas de tipo informativo y proporcionar piezas musicales”.¹⁴⁵ Cabe destacar que Ballesteros diferencia la radio comercial en AM y FM, ya que afirma que la radio comercial en FM va dirigida a la clase media, mientras que AM a la popular, aunque este criterio es en sí mismo muy cuestionable.

El contacto con el receptor en el caso de estas emisoras es un tanto superficial, ya que, al estar obligadas a complacer los intereses de sus clientes y halagar los gustos de su auditorio, realizan estudios de mercado que les permitan conocer los hábitos de comportamiento de su público y así ofrecerles lo que quieren generalmente los segmentos poblacionales más importantes para el consumo: jóvenes, niños, amas de casa, entre otros.

5.5.1.2 Radio Oficial

Sus funciones y propósitos son muy diversos, lo mismo tienden a fortalecer la comunicación entre la sociedad y el gobierno, que a impulsar renglones fundamentales como el entretenimiento, la difusión de la cultura, la educación, la orientación o el deporte no profesional. Sin embargo, siendo emisoras del Estado, en ocasiones se orientan más a justificar las acciones gubernamentales, que a cumplir su papel comunicador entre la sociedad y las autoridades o su función de servicio a la comunidad.

De cualquier forma, las emisoras estatales tienen, a veces por ley, tareas y responsabilidades bien específicas y de sustantiva importancia, sobre todo si se consideran las características y especificidades de la radio, y su posibilidad y facilidad para llegar a un gran auditorio. En México, como en otros países, se cuenta con una política de comunicación radiofónica integrada a la política de comunicación social del Gobierno de la República y en ello se sustenta la creación de organismos específicos en materia de radio. Esto sucede con el Instituto Mexicano de la Radio, fundado en 1983 como organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonio

¹⁴⁵ BALLESTEROS Molina, María y Rodríguez Guerra. Modelos radiofónicos educativos, en “Quehacer radiofónico y educación”. México 1992, 147 p.

propios. En general se trata de programas dedicados a difundir temas educativos, culturales o de orientación social.

5.5.1.3 Radio universitaria

Las radios culturales de las instituciones de educación superior, sin fines de lucro, forman parte de las radiodifusoras permisionadas regidas por la Ley Federal de Radio y Televisión, pero sin duda en la práctica obedecen a la naturaleza y normatividad de la educación superior.

Tomando en cuenta la estructura de cada institución educativa en su relación social, no existe un modelo de radiodifusión universitaria, aunque sus principios se encaminan a la difusión cultural, extensión de los servicios y vinculación de la educación superior, , cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística, porque esas son las tareas sustantivas propias de las universidades y centros de enseñanza superior, buscando su pertinencia acorde con su propio comunidad y sociedad.

Por su parte las productoras de radio en general están estrechamente vinculadas a las necesidades académicas y a la difusión de la imagen institucional. En el mismo sentido, fortalecen los campos de la información y la difusión de los valores culturales del país donde se encuentran, y también promueven la cultura y la historia universales, sobre todo la música de alto valor estético y folklórico.

Los recursos para financiar sus actividades son proporcionados por las instituciones de educación superior. Aunque la Ley estipula que las radios permisionadas no generan recursos, algunas lo obtienen a través de la prestación de servicios.

Las radiodifusoras y productoras, llevan a cabo acciones de colaboración interinstitucional a través de su propio Sistema Nacional de Radiodifusoras y Productoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES), el cual es considerado formalmente como una red nacional a través de la cual impulsan proyectos y actividades de alcance regional y nacional, falta sin embargo, consolidar sus acciones a través de acciones interinstitucionales para la realización de proyectos especiales.

Mediante convenio de la ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior) con la Dirección General de Televisión Educativa de

la Secretaría de Educación Pública, se donó a cada radiodifusora un decodificador para recibir la Señal Edusat con lo cual se enriquece la programación de todas las radios y se integran a la Red Edusat-ANUIES.¹⁴⁶ Actualmente son 32 radios universitarias.

5.5.1.4 Radio comunitaria

Las radios comunitarias se definen por no pertenecer a ninguna institución o grupo particular, sino a la comunidad desde donde transmiten y desde donde son escuchadas. Las radios comunitarias toman en consideración las funciones culturales de la radio que son: la información, la educación y el entretenimiento dejando a los usuarios la decisión sobre las acciones radiofónicas que a ellos les parecen más oportunas para resolver sus necesidades de información, educación y entretenimiento. Son radios hasta cierto punto territoriales; y en los límites de su territorio encuentran temas susceptibles de ser tratados al aire.

Las radios comunitarias también por definición buscan formas alternativas de producción y programación radiofónica, puesta que las comunidades que las escuchan no están satisfechas con los modos radiofónicos existentes. Por eso las funciones educativas, informativas y de esparcimiento en estas radios se atienden de manera distinta que en las radios institucionales y comerciales. Los objetivos radiofónicos de las emisoras comunitarias se puntualizan más bien respondiendo a las preguntas básicas: ¿de qué se quiere hablar?, ¿para qué? y ¿de qué forma?

La radio comunitaria y/o las emisoras que así se denominan, no se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Una radio comunitaria es en esencia un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con intereses comunes que tienen una propuesta hacia su entorno inmediato. Este movimiento se articula formalmente a nivel mundial en 1983, cuando 600 radialistas de diversos países crean la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). En la actualidad, tal organismo tiene presencia en 102 naciones de los cinco continentes.¹⁴⁷

¹⁴⁶ www.aunies.mx

¹⁴⁷ CALLEJA, Aleida. “Conceptualización, desarrollo y agenda. Radio Comunitaria: bregas y realidades.” REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN.

En nuestro país, la radio comunitaria tiene más de tres décadas, pero con pocas posibilidades de permanencia como el modelo utilizado para la alfabetización en zonas rurales, mejor conocida como escuela radiofónica, como sucedió en el Valle del Mezquital, Hidalgo.

A partir de la celebración del Quinto Congreso Mundial de AMARC en México, llevado a cabo en Oaxtepec, Morelos, en agosto de 1992, las experiencias de radio comunitaria en nuestro país empezaron sus primeras articulaciones como red. La AMARC ha entregado algunos expedientes de las radios a fin de que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) tenga elementos para determinar los posibles criterios por aplicar para la emisión de permisos.¹⁴⁸

Sin embargo, el pasado 28 de mayo, la SCT notificó a los representantes legales de La Voladora Radio de Amecameca, Estado de México; Radio Calenda de San Antonino, Oaxaca, y a Radio Bemba, de Hermosillo, Sonora, que debido a que están en transmisiones no es posible atender a sus solicitudes de permiso. Además, la SCT establece que de no dejar de operar inmediatamente procederá al aseguramiento de las emisoras, incluyendo sus bienes inmuebles.

No se trata de que las instituciones le den permisos a otras instituciones, tutelando a grupos ciudadanos. Tal visión paternalista está rebasada. El punto es que la SCT debe dar criterios públicos claros y transparentes para otorgar permisos a grupos ciudadanos con el fin de que operen sus propios medios de comunicación. Es un derecho que las autoridades están obligadas a cumplir. Podemos decir que el panorama es incierto. Los concesionarios presionan para que estos medios desaparezcan.

Mientras, las radios comunitarias viven de las donaciones de la audiencia, de patrocinios y del desarrollo de proyectos con diversas instituciones municipales, estatales y nacionales. Lo que bien es cierto es que, los medios comunitarios son una realidad en el mundo. En los países democráticos se les reconoce y tienen una sana convivencia con los sectores de los medios públicos y privados, pues con ello se fomenta la pluralidad informativa.

¹⁴⁸ CALLEJA, Aleida. “Conceptualización, desarrollo y agenda. Radio Comunitaria: bregas y realidades.” REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN.

5.5.1.5 Radio Cultural

En México se identifica bajo el nombre de culturales a las estaciones no comerciales que la ley reconoce como oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. La connotación de “cultura por radio” en América Latina tiene inevitablemente connotaciones educativas. Puesto que las emisoras culturales existen para prestar un servicio público sin fines de lucro, son propiedad del Gobierno Federal, de los gobiernos de los estados, de los municipios, de las universidades y otras instituciones educativas oficiales y están asistidas por dichas entidades.

Las emisoras culturales en América Latina no pueden dedicarse a halagar el gusto fácil de la mayoría de la gente, porque deben ser ante todo educativas e informativas, entendiendo estas dos funciones como el servicio público que deben cumplir. A la dificultad de informar y educar adecuada y oficialmente, hay que añadir un problema que afrontan las radios culturales: realizar este trabajo de forma amena, para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento. Estas emisoras requieren de un presupuesto de producción elevado que les permita cumplir seriamente con las tareas que les han sido asignadas.

Paradójicamente, las instituciones culturales en nuestro país pocas veces cuentan con los recursos suficientes para las tareas que les son encomendadas.

En México, se ocupan de la cultura por radio emisoras que dependen de la Secretaría de Gobernación, de la Secretaría de Educación Pública y de las universidades. Por su parte, las estaciones culturales se caracterizan por tener un permiso para difundir sus mensajes. Así, podemos identificar a Radio UNAM y Radio Educación como estaciones culturales. Sin embargo, partiendo de la idea de que la música forma parte de la cultura, surge la duda ¿lo que transmiten las demás radiodifusoras no es cultura? Sabemos que sí, pero la radio cultural tiene ciertas características que la diferencian. Mario Alberto Pérez la define como:

Las estaciones culturales se ocupan específicamente a difundir los eventos y las manifestaciones del hombre encaminadas precisamente al arte, la literatura, la música, etc. Se anuncian eventos culturales generalmente de carácter gratuito, se transmite música clásica, se hacen debates sobre temas científicos, literarios, y se difunden en forma de prosa, como reportaje e incluso como radio teatro, las biografías de los grandes personajes de la humanidad.¹⁴⁹

¹⁴⁹ PEREZ Hernández, Mario Alberto. “Prácticas radiofónicas”. 16 p.

Para María Ballesteros existen dos tipos de estaciones culturales “la selectiva y la propiamente cultural. La primera sólo tiene fines recreativos, intenta cultivar al radioescucha aunque no es su objetivo primordial. La segunda, hace de la cultura su elemento principal de trabajo para orientar, enseñar y difundir todos sus aspectos en forma en cómo se le presente al receptor”.¹⁵⁰ A juzgar por estas definiciones, podemos decir que algunas emisoras de FM son semiculturales ya que su fin es cultural pero comercializan sus espacios.

Consideramos este un tipo de radio importante para nuestra propuesta radiofónica, tomando en consideración que la radio cultural tiene la función de educar e informar como ya lo mencionamos anteriormente y porque consideramos que la música forma parte de la cultura de los adolescentes de la Ciudad de México.

5.5.1.6 Radio Indígena

El Instituto Nacional Indigenista (INI) fue creado en 1948 por el gobierno federal en un esfuerzo por resolver los problemas de los pueblos indígenas. Aunque los indígenas se están convirtiendo en una población altamente migrante y muchos de ellos viven ahora en sitios urbanos (se estima que en la ciudad de México viven ahora más de un millón de indígenas), el INI está todavía básicamente dedicado al desarrollo rural. La red de radiodifusoras es solamente uno de los múltiples proyectos que ha patrocinado el INI.

La programación combina el español con lenguas indígenas e incluye: noticieros; música indígena de la localidad; dos o tres horas diarias de programas en los que se transmiten mensajes personales del auditorio y anuncios institucionales (avisos); series agrícolas y de salud basadas en entrevistas con gente de la localidad en las que se combinan prácticas tradicionales con conocimientos modernos, y otros. De acuerdo a los documentos del INI, el objetivo de la red es mejorar las condiciones de vida de los indígenas a través de la reevaluación de sus culturas. Por ello la radio cultural indigenista se concentra en la preservación de las prácticas tradicionales. Varias de las radiodifusoras ciertamente se han convertido en foros de formas culturales tradicionales indígenas como lengua, música y

¹⁵⁰ BALLESTEROS Molina, María y Rodríguez Guerra. “Modelos radiofónicos educativos, en Quehacer radiofónico y educación. México 1992. 146 p.

narrativa. Actualmente, existe en México una radio indigenista más que indígena integrada por 24 estaciones administradas y operadas por el Instituto Nacional Indigenista.¹⁵¹

5.5.1.7 Radio Educativa

Hablar de radio educativa es, en primera instancia, hacerlo de una radio en la que el receptor tiene la primordial importancia. El concepto Radio Educativa ha sufrido, históricamente una transformación, proveniente de su práctica. En un primer momento, el concepto apuntaba a una práctica concreta de enseñanza reglada a través del medio electrónico: radio. Actualmente y según Cristina Romo el concepto se ha ampliado y en él caben, además de las clases por radio, “la radiodifusión que tiene como razón de ser la participación de la audiencia para lograr el desarrollo integral del hombre y su comunidad, a través de su concientización, la promoción de los valores y la reflexión. De esta manera la educación radiofónica es una práctica que involucra directamente a la comunidad a la que se dirige”.¹⁵² De tal manera, se pueden llamar radios educativas las radios universitarias, comunitarias y, de alguna manera, las oficiales.

Pensando en el proceso enseñanza/aprendizaje, nos damos cuenta que por el simple hecho de comunicar, se está educando, el público de cualquier manera está aprendiendo algo y dentro de su misma realidad.

5.6 Tipos de programa

Graciela Alvirde y Jorge del Pozo señalan que todos los programas de radio están hechos sobre la base de música, voz y efectos de sonido; y que no hay otros elementos de los cuales partir, por lo tanto, definen un programa como “la selección adecuada de producciones al perfil de la emisora y que se transmiten en determinado horario para obtener el impacto deseado en la audiencia”¹⁵³. Según estos autores la programación radiofónica tiene tres manifestaciones básicas:

*Radio Hablada.

* Radio Musical.

*Radio Mixta.

¹⁵¹ MEJÍA Barquera, Fernando. “Radio Indigenista y Ley Cocopa”. *Etcétera* (México) Abril, 2001

¹⁵² ROMO, Cristina. “La otra radio”. México, 1990. 101 p.

¹⁵³ ALVIRDE Pérez, Graciela, Jorge del Pozo Marx (compiladores). “Sintonizando el pasado, presente y futuro de la radio”.

Dentro de la *radio hablada* se encuentra lo noticioso, lo dramático, radionovelas, programas de comentarios, cápsulas de diverso contenido, entrevistas de toda índole, narraciones y radioteatros, controles remotos de eventos deportivos, ceremonias cívicas y sociales, eventos, todos ellos donde la descripción es fundamental.

La función hablada en la radio encuentra su relación plena de la combinación secuencial de las oraciones en la poesía versificada. La función poética del lenguaje hablado emerge en la radio mexicana sobre todo en las letras de sus canciones, en los chistes, radiogramas o radionovelas en sus avisos publicitarios.

- *La poesía*: puede aparecer en la radio ya sea sola, recitada de memoria o improvisada, son poemas cultos, populares, amorosos, políticos, didácticos, entre otros.
- *Los chistes*: la radio transmite chistes, adivinanzas y muchos estilos de juegos de palabras.
- *La radio-ficción teatral*: la ficción narra acciones que conducen a los relatos hacia algún lugar a través de ejes temporales por donde transcurre cada relato.
- *Radio teatros*: piezas únicas, semejantes a las de teatro.
- *Radionovelas*: relatos radiofónicos que se desarrollan por varios capítulos como las novelas escritas.

Cabe mencionar, según estos autores, que las características indispensables del lenguaje para radio, y más si es radio hablada, son las siguientes:

- CLARO: que la idea sea comprendida fácilmente la primera vez y que se escuche por todos
- PRECISO: que se diga exactamente lo que se pretende decir y no tenga diversas interpretaciones.
- SENCILLO: que no es lo mismo que simple. Sintaxis sencilla (sujeto, verbo, complemento). Que en cualquier parte de la oración se sepa quien es el sujeto.
- CONCRETO: sin hacer concesiones. Se puede hablar correctamente de manera clara y simple.
- VISUAL: supliendo a los demás sentidos sugerente.

La *radio musical*, se subdivide en las interpretaciones en idioma castellano nacional e internacionales, también aquellas en idiomas distintos al nuestro. Se divide en cantado, instrumental o la llamada *radio mixta* de la siguiente manera:

Música en español:

*Folclórico	*Campirano- Ranchero
*Popular Urbano	*Balada
*Bolero	*Trío
*Tropical	*Humorística
*Grupera	*Canción social o protesta
*Canto nuevo	*Banda.

Ramiro Garza confirma en su libro “La radio actual”, que “la programación se fundamenta entres niveles principales:

1. El público al que me quiero dirigir
2. La música o elementos de programación que se utilizan para cautivar al auditorio.
3. La mecánica interna de programación que se debe seguir para hacer sólida y congruente la imagen de la estación.

Otros elementos que se deben tomar en cuenta son:

- Analizar las necesidades de auditorio.
- Diagnosticar qué se necesita para atraer y mantener a ese auditorio
- Plantear las estrategias a seguir y verificar que se cumplan horas tras hora, día tras día, semana tras semana.”¹⁵⁴

Hay otros formatos programáticos que afirman y complementan el cuadrante:

- Religiosa (gospel en ingles)
- Clásica.
- Cultural.
- Popular.
- Variada.
- Español romántica.
- Instrumental.

Romeo Figueroa afirma: “la programación es el escaparate que constituye el contenido general e imagen que sale al aire y que determina el ser de la radio”.¹⁵⁵ Para el

¹⁵⁴ GARZA, Ramiro. “La radio presente y futuro”. México, 1998. Pág. 81

¹⁵⁵ FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?”. Pág. 386.

autor una programación hoy en día no debe estar centrada solo en música de fondo y programas pasivos; sino que debe cumplir con las demandas del público al crear nuevos espacios de programación de mayor contenido y valor social.

José Ignacio López Vigil apunta que “la programación es el diálogo que la radio entabla con su público, los mensajes que emite para relacionarse con cada uno de los personajes recién descritos”¹⁵⁶, señala que una programación se piensa y estructura a partir de los horarios y las costumbres del público al que irá dirigido el programa. Es una conversación planificada entre emisores y receptores tomando la disponibilidad de éstos últimos.

Para ese autor la programación radiofónica se organiza de acuerdo al perfil, objetivo y personalidad de cada emisora, es decir, si es una:

- Radio informativa
- Radio musical
- Radio entretenimiento
- Radio dramática-radionovelas.

También describe cuatro modelos de programación: Total, segmentada, especializada, radio-fórmulas. **La programación total**, conocida también como general, convencional, de servicio completo. Se caracteriza por ofrecer una variedad de géneros y contenidos a una audiencia igualmente variada. Su distribución horaria es variada y por secciones según las actividades del auditorio las veinticuatro horas del día, por ejemplo:

- El horario de la mañana está destinado a público femenino
- El horario de la tarde está dirigido al auditorio juvenil con música y notas ligeras.
- El horario de la noche por la mayoría de la audiencia, la programación está dirigida al público general con programas variados.

Dentro de la programación total, el estilo programático en un principio es en forma de *mosaico* con una unidad de tiempo de media hora, después se pasó a los *bloques* y su unidad de tiempo es de 2, 3 y 4 horas, ya que, con este estilo se permite gran versatilidad en

¹⁵⁶ LOPEZ Vigil, José Ignacio. “Manual urgente para radialistas apasionados”. Pág 236

la programación; el tercer estilo es la *programación continua* se caracteriza por el flujo incesante de música, informaciones, secciones de distintos temas y formatos.

La programación segmentada se caracteriza por seleccionar públicos, y los contenidos de los programas, los géneros y formatos, siguen siendo variados. Pero toda esa variedad es orientada a un público, objetivo, preferencia. Este modelo tiene relación directa con el mercado y la publicidad. Dentro de este tipo se encuentran: las radios juveniles, radios femeninas, radios informativas, radios infantiles.

La programación especializada se caracteriza también por seleccionar no sólo a su audiencia sino que a la programación, los géneros radiofónicos, los contenidos y la temática tratada en ellos. Un ejemplo de esta programación en cuanto a géneros, música, noticias, audiencias, palabras, es la siguiente:

Música. La emisora es eminentemente musical dedica un 90% de su tiempo, se especializan en determinados ritmos: tropical, rock, románticas, del recuerdo.

Audiencias: popular, jóvenes, mujeres, adultos.

Noticias. Ofrece informaciones locales, nacionales, internacionales.

Palabras: prioriza la información incluye los programas hablados, consultorios, tertulia, debates, participación, popular.¹⁵⁷

La radio-fórmulas se conocen también como radio de formato en esta se determina no solo el público, el género y los contenidos, sino el mismo formato. Disfrutan de una audiencia fiel y puntual, que las sintoniza en periodos breves para actualizarse rápidamente sobre lo que pasa en el país y el mundo.

Existen varios tipos de programa tales como programas informativos, programas musicales, de ficción o dramáticos, documentales, sin embargo, definiremos el *PROGRAMA MAGAZINE* ya que es el tipo de programa que retomaremos para nuestra propuesta. El programa magazine es una especie mixta dentro de los géneros radiofónicos, Miguel Ángel Ortiz cita a citando a Cebrián Herreros lo define como “el magazine constituye una modalidad de programa en el que se combinan la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo”¹⁵⁸

¹⁵⁷ LOPEZ Vigil, José Ignacio. Op. Cit. Pág. 243-244

¹⁵⁸ ORTIZ, Miguel Angel y Federico Volpini. “Diseño de programas en radio”. 156-157 p.

5.7 Lenguaje radiofónico

5.7.1 ¿Qué es el lenguaje radiofónico?

En la radio al igual que los otros medios, convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, ya que, entre otras cosas tiene un lenguaje y un código específicos para construir toda una amalgama de mensajes y sonidos que llegan a los oídos de los radioescuchas.

Los componentes y/o elementos de la radio son:

- la voz (lenguaje de los humanos)
- La música (lenguaje de las sensaciones)
- Efectos sonoros (lenguaje de las cosas)
- El silencio.

Fernando Curiel aborda el lenguaje radiofónico desde dos enfoques: la especificidad en el cual destaca el signo sonoro y el signo radiofónico y el enfoque de la composición el cual se refiere a la constitución del habla radiofónica. Estos dos enfoques se refieren en general a lo que el autor llama La Estética radiofónica, es decir, el lenguaje radiofónico está conformado por:

- La voz humana
- La voz animal
- El ruido
- Palabras
- Música
- silencio
- Efectos de sonido, entre otros.¹⁵⁹

Todos estos elementos a su vez son llamados por Fernando Curiel como “radiosemas: la mínima partícula radial dotada de sentido, significación.”¹⁶⁰

Mariano Cebrián caracteriza al lenguaje radiofónico de la siguiente manera “La realidad es percibida por el hombre mediante las sensaciones que transmiten todos los

¹⁵⁹ CURIEL, Fernando. “La telaraña magnética”. México, 2002. Pág20

¹⁶⁰ CURIEL, Fernando. Op.cit. Pág21

sentidos. La radio le ofrece tal realidad sólo desde la perspectiva sonora. La expresividad sonora de la realidad se refiere a todas sus posibles transformaciones:

- Lenguajes naturales articulados del hombre: palabra.
- Lenguajes armónicos: la música.
- Lenguajes de los animales.
- Lenguaje de las cosas.¹⁶¹

Como se puede observar el lenguaje radiofónico contiene diversas herramientas que permiten al radioescucha recrear su imaginación y su audición, por lo tanto consideramos importante caracterizar a cada una de estas formas de hacer que la radio sea un medio rico en lenguajes radiofónicos.

El lenguaje radiofónico está constituido por la música, voces, efectos y silencio; la importancia del mismo reside en que al haber una articulación, en donde se utilicen de manera adecuada dichos elementos, se logre penetrar en la mente de los radioescuchas logrando con esto uno de los objetivos de la radiodifusión. En palabras de Romeo Figueroa, el lenguaje radiofónico: “estimula todas las posibilidades creativas y recreativas conforme a las necesidades y preferencias del oyente.”¹⁶²

Figueroa menciona algunas condiciones para que los elementos que integran el lenguaje radiofónico, cabe mencionar que dichas condiciones son tomadas en cuenta para el empleo adecuado de la voz, música y efectos sonoros y su incorporación al cuerpo general de la obra radiofónica; las cuales consideramos conveniente tomar en cuenta para el diseño y producción de nuestra propuesta radiofónica:

- ✓ Que tengan un objetivo definido para ser usados.
- ✓ Que sean identificados con plena claridad y no requieran de mayor explicación.
- ✓ Que la música se adapte al entorno que se pretende dar a la obra.
- ✓ Que el elemento contribuya a fortalecer el mensaje de la obra en su conjunto.
- ✓ Que no quepa duda en el oyente de que lo que se expresa en la obra es lo mismo que se recibe y entiende.
- ✓ Que el dramatismo expresado en la obra sea el verdadero sustento de la atención del perceptor.
- ✓ Que se cumpla la misión de relatar una historia para que el mensaje de la obra sea duradero en la experiencia del perceptor.

¹⁶¹ CEBRIÁN, Mariano. “Información Radiofónica. Mediación Técnica Tratamiento y Programación.” 271p.

¹⁶² FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?” 338 p.

- ✓ Que los personajes de la obra dejen una huella de realismo e involucren plenamente la experiencia del perceptor.
- ✓ Que el radioescucha sea capaz de crear su propio escenario imaginario y le permita visualizar la experiencia de manera libre, independiente y espontánea.¹⁶³

Para Mario Kaplún en del lenguaje radiofónico “existe la necesidad de emplear un código que el destinatario entienda y le resulte inteligible y claro”¹⁶⁴, esto quiere decir que, al transmitir un mensaje a través de la radio el lenguaje de quien lo dice debe ser claro para los oyentes esto porque, si el lenguaje es complicado o demasiado formal un programa sería aburrido y pesado para el oyente, sin embargo, si el lenguaje es fluido, menos formal, pensado para un público extenso, el programa de radio será más escuchado. Como lo menciona Kaplún “ no obstante, solemos caer en el error de dirigirnos al oyente en un lenguaje que no es el suyo”.¹⁶⁵ Según él, no tenemos un solo código verbal, sino varios:

- Lenguaje común y corriente: lo utilizamos en la relación cotidiana
- Lenguaje oculto –amplio o elaborado-: es empleado cuando se está diciendo un discurso.
- Lenguaje especializado y complejo: se utiliza un vocabulario técnico de las profesiones.¹⁶⁶

Así mismo, para Romeo Figueroa, “el código radiofónico está integrado por la voz, la música y los efectos sonoros. En ellos se centra el producto de la radio, no importa hacia donde sean orientados los contenidos”.¹⁶⁷

5.7.2 La Voz

La voz, tiene la capacidad de ofrecer mucho más que la palabra impresa, tiene inflexión y acento, duda y pausa, y una variedad de énfasis y ritmos.

En un comunicado del Ministerio de Educación y ciencia en España, se menciona que, “la voz es el instrumento con el que los humanos nos expresamos habitualmente por lo que no es de extrañar que en un medio como el que nos preocupa eminentemente hablado,

¹⁶³ Op. Cit. 338 p.

¹⁶⁴ KAPLÚN, Mario .“Producción de programas de radiofónicos”. Pág.80

¹⁶⁵ Op. Cit. Pág. 83

¹⁶⁶ Op. Cit. Pág. 82

¹⁶⁷ FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?”. Pág129.

ésta sea, la columna vertebral del sonido radiofónico”¹⁶⁸. La voz, menciona, se denota de una especial significación, ya que ésta es la única herramienta de la que se dispone para transmitir información complementaria de (gestos, expresiones faciales, muecas, etc.). Así mismo la voz es la sonrisa del radiofonista, su boca, sus ojos, sus manos, sus gestos, su simpatía, su sentido del humor, su mirada, sus movimientos, guiños, vestimenta; la voz es amistad confianza, credibilidad, misterio, alegría, tristeza, belleza, fealdad, miedo, seguridad. La voz, concluyen, en definitiva es todo lo que el oyente pueda llegar a imaginar.

Como la voz es sonido debemos recalcar la importancia de los elementos que a ella la componen como el tono, la intensidad y el timbre, las cuales tienen siempre un valor expresivo susceptible de ser modificado en función de las variaciones tonales, tímbricas y de intensidad que se efectúa mientras se habla; y como lo menciona Ricardo M. Haye “ la voz, con todos sus matices e inflexiones, su capacidad de interpretación y su riqueza expresiva, y la presencia humana, completa y enriquece el mensaje desde lo gestual, lo mímico, y que lo escrito “ enfría el idioma”, pone distancia entre la realidad y el receptor”¹⁶⁹.

Romeo Figueroa, menciona en el libro *¿Qué onda con la Radio?*, diferentes tipos de voz:

- *Voz estentórea o voz de trueno*: sonora, grave y dura, domina la escena.
- *Voz campanuda*: severa, majestuosa, dominante y enérgica, indica seguridad absoluta.
- *Voz cálida*: melodiosa, armoniosa, mujeres frívolas y sensuales, hombres con temperamentos de conquista y seducción.
- *Voz blanca*: es voz infantil, se utiliza en historietas y fabulas infantiles.
- *Voz neutra*: es una voz impersonal.
- *Voz aguardentosa*: su característica es ruda.¹⁷⁰

El autor señala que la voz es el más valioso elemento que tiene la comunicación en la vida humana. Es código, acción y vida del lenguaje oral. La emisión de la voz representa; dice, lo más significativo del ser humano por que es palabra. Por su parte, Romeo Figueroa habla de las cualidades o elementos que son precisos de distinguir en la voz:

¹⁶⁸ Internet [www. Media radio.com](http://www.Media-radio.com)

¹⁶⁹ HAYE, Ricardo M. “Hacia una nueva radio”. Buenos Aires, 1995. 51 p.

¹⁷⁰ Figueroa, Romeo.” Qué onda con la radio”.133-134p.

- *El tono*: mayor o menor elevación del sonido producido por la rapidez de vibración de las cuerdas vocales., es decir, la percepción del sonido, ya sea grave o agudo.
- *El timbre*: es la personalidad del que la usa o la calidad diferenciadora de la misma, es decir, la cualidad de los sonidos.
- *La intensidad*: está identificada por el volumen y la cantidad de aire que se utiliza., depende de la potencia de la vibración y de la densidad del cuerpo o espacio que atraviesa la onda.
- *La calidad*: se manifiesta por la duración y la calidad de un sonido.

Para Graciela Alvirde Pérez la voz forma parte de los elementos que combinados constituyen lo que algunos autores llaman código radiofónico y otros, manejan como Libreto radiofónico los cuáles son: voces, música, ruidos o efectos, recursos radiofónicos. Alvirde define la voz como: “ el elemento que tiene la comunicación en la vida humana. Es código, acción y vida del lenguaje oral. Es esencia y conducto del mensaje en la radio”¹⁷¹ .

La voz, dice, es el factor de personalidad más importante del hombre. Sin embargo, se piensa con frecuencia que la voz es el centro de gravedad y del universo de todas las cosas que se hacen en radio, y no es así. La voz es sólo uno de los diversos factores necesarios para expresarse por medio del micrófono. Como elemento fundamental para la comunicación oral, cumple varias funciones, pues nos sirve para:

- Denotar la personalidad.
- Comunicar sentimientos, actitudes y emociones.
- Transportar el mensaje.
- Generar imágenes.
- Hacer más interesante la comunicación.
- Expresar, hablar y comunicar.

Al igual que Romeo Figueroa, La autora menciona diferentes tipos de voz que se pueden utilizar en el lenguaje radiofónico:

*Estentórea o trueno. *Cascada. *Grillo. *Blanca. *Dulce. *Metálica.
 *Atiplada. *Plata. *Cálida. *Campana. *Aguardentosa.

¹⁷¹ ALVIDE Pérez, Graciela. “ ” Pág. 231.

Para nosotras, la voz que se adecua a nuestro programa radiofónico de entre las que menciona Graciela Alvirde es la voz plata (llamada también argentina o juvenil), ya que se caracteriza por ser clara y sonora, en el hombre corresponde al joven alegre, afable, galán, héroe. En la mujer la heroína, soñadora y sensible, incluso cursi. Puesto que nuestra propuesta está dirigida a adolescentes, lo que pretendemos es que ellos se identifiquen con la voz del locutor quien tendrá que captar su atención.

5.7.3 La Música

La relación entre la música y la radio es tan estrecha que difícilmente podríamos hacernos una idea de cómo sería el medio sin la existencia de este componente del lenguaje radiofónico. Romeo Figueroa incluso afirma que: “La música es el segundo elemento del código radiofónico y un excelente auxiliar del guión. La música tiene la función poética de servir en la radio para describir, sin palabra, el lugar, en el tiempo, el estado de ánimo, las condiciones sociales y la idiosincrasia de la culturas de los pueblos”.¹⁷² Cabe aclarar, que la música, al igual que todos los elementos del lenguaje radiofónico, no tienen un orden de importancia, ni están expuestos en este trabajo en orden jerárquico, sin embargo, lo que resaltamos de Figueroa son las consideraciones que hace respecto a la música y su importancia dentro del medio radiofónico

Siguiendo con la relación entre la música y la radio, ésta no es nueva, si no que se remonta a los primeros días de la radio. Anteriormente la música era aprovechada para agrandar y entretener al radioescucha. En la radio – indica M. Haye- encontramos música, pero esa presencia no siempre es igual ni cumple las mismas funciones. La música asume un carácter comunicante y en general apunta a la gratificación de los gustos y citando a – Victoriano Fernández Asís quien dice que la música tiene otras funciones como:

- Identificar a una emisora o programa.
- Para preparar el ánimo del oyente.
- Para crear atmósfera.
- Para identificar un lugar, un tiempo, una persona o grupo.
- Para cortinas o encabezados.

¹⁷² FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio?” Pág.146

Asimismo agrupa las cinco funciones de la música los cuales son:

- a) *función gramatical o sintáctica*: la música actúa en función sintáctico gramatical cuando se utiliza para ordenar y distribuir contenidos y secciones, es decir, cuando tiene un carácter organizador, lo que da lugar a que se pueda hablar de distintos tipos de inserciones.
- b) *función descriptiva*: se alude a la música de carácter “escenográfico”.
- c) *función complementaria o de refuerzo*: se utiliza para ambientar, para crear climas. Es la referencia de la angustia, la alegría, la ansiedad, desesperación y en general sensaciones y estados de ánimo.
- d) *función expresiva*: se recurre a ella cuando se necesita suplementar, completar o perfeccionar un mensaje, permite subrayar, remarcar una palabra o una frase.
- e) *función comunicante propiamente dicha*: remite al tema musical integral, completo. Es la que posibilita plantear una historia de amor, la vida de un personaje o una denuncia social.¹⁷³

Por su parte, Romeo Figueroa menciona otras funciones de la radio estas son:

- Como puente musical cuando indica la unión de dos ideas o escenas.
- Como signo de puntuación a lo largo de la obra radiofónica.
- Se convierte en ráfaga cuando asume el papel de fragmento musical breve, movido o ágil.
- Se torna en golpe, cuando hace las veces de un acento o un subrayado musical.¹⁷⁴

Ricardo M. Haye señala que la música, como referencia, es de carácter e idioma universal, no reconoce fronteras, políticas ni idiomas. Su manejo en radio tiene una consecuencia lógica música-palabra-música, y si se distorsiona ésta secuencia, el oyente puede sentirse confundido y como lo dice el autor “en la música, al igual que en una conversación, existen frases y es de mal gusto interrumpirlas”¹⁷⁵. Existe una gran variedad de géneros, éstos no se deben limitar a menor y mayor, malos o buenos, ya que, en cada uno existen expresiones que cada quien interpretará de manera singular.

Para R. Figueroa, la música es un excelente auxiliar del guión, según él: “la música tiene la función poética de servir en la radio para describir, sin palabras, el lugar, el tiempo, el estado de ánimo, las condiciones sociales y la idiosincrasia de la cultura de los pueblos”¹⁷⁶.

¹⁷³ Radio- Televisión. Información y programas. Servicio de Publicaciones del Entre-público RTVE,

¹⁷⁴ FIGUEROA, Romeo. Op. Cit. 338 p.

¹⁷⁵ Op. Cit. Pág.65

¹⁷⁶ Op. Cit Pág. 67

Carl Hausman, Philip Benort y Lewis B. O'Donnell mencionan que la música es uno de los elementos más importantes en la producción radiofónica; ya que afirman, que podría considerarse como uno de los principales objetivos de la radio conocer sobre géneros y estilos musicales. Según los autores una estación de radio podrá transmitir la música mediante el pago de una cuota que tienen los derechos sobre ella; en México, esta premisa es característica de las radios concesionarias (comerciales o privadas).

Hausman, Benort y O'Donnell, desarrollan en su libro una visión más técnica sobre el manejo de la música en la radio, ya que es la música la que enriquecerá el trabajo radiofónico, según ellos, la música puede dar forma o destruir una producción, así pues, mencionan algunas características de estilos musicales:

- Rock: son las piezas que se usan con mayor frecuencia en la producción radiofónica. (esto de acuerdo con el país de los autores, ya que en México es distinto)
- Country: música popular general.
- Jazz: se utiliza mucho en la producción
- Clásica: es uno de los géneros más ricos para explotar, por sus cambios rítmicos, en la producción radiofónica.
- Música popular en general: amplia categoría puede ser útil en tareas de producción.
- Música especial: polkas, valeses y marchas, utilizadas en producción para un efecto específico.

Según los autores citados, la música tiene un alcance profundo en la psique humana ha movido a la gente a marchar a la guerra y ha hecho bailar a parejas.

La música, concluyen los autores, es una herramienta que se utiliza en una gran cantidad de tareas de producción radiofónica su utilización no debe ser muy exagerada sólo cuando se encuentre una razón lógica para hacerlo, es decir, cuando se quiera provocar un estado de ánimo y reforzar un tema; cuando tiene propósito y se ajusta al formato de la estación.

Para ampliar la importancia de la música, no sólo en la radio sino en el ser humano, retomamos a Anthony Store, quién afirma que la música suele ser considerada importante

en el ámbito personal, ya que se relaciona de forma más directa con el flujo de la vida sensible subjetiva. Para este autor, la importancia de la música depende del hecho de ser una forma de ordenación de la experiencia humana que ensalza la vida, la mejora y le da sentido y menciona: “la música es algo por lo cual vale la pena estar en el mundo”.¹⁷⁷

5.7.4 Efectos sonoros

Para Kaplún son el decorado radiofónico. Los sonidos son un lenguaje; a la vez que retratan una realidad, nos transmiten a un estado de ánimo. El autor menciona cuatro funciones del sonido dentro del lenguaje radiofónico:

- a) Ambiental Expresiva: es la finalidad fotográfica realista. Se emplea el sonido como fondo de la escena, acompañando el diálogo.
- b) Expresiva: cobran valor comunicativo y no sólo de mera referencia realista, pueden contar por sí solas un hecho, aun sin palabras.
- c) Narrativa: pueden servir de nexos para ligar una escena con otra.
- d) Ornamental: sonido accesorio, añadidos para dar color; no son sonidos imprescindibles, pero bordan, dan vida y sabor a la escena.¹⁷⁸

Para Mariano Cebrián las cualidades del sonido se identifican, en consecuencia, con las cualidades de las ondas sonoras: intensidad, tono, timbre, y cantidad o duración. Cabe señalar que dichas cualidades ya se manejaron con anterioridad en el apartado de la voz.

Como materia prima de la información radiofónica distingue al sonido de la siguiente manera:

Sonidos de la Naturaleza

- Sonidos naturales: procedentes de seres animados o inanimados.
- Sonidos artificial: producidos por instrumentos creados por el hombre: maquinaria y herramientas.
- Sonidos mixtos: es la combinación del sonido natural y artificial.

Sonidos Miméticos

- Mimesis natural: eco natural, hecho por los mismos animales, imitación humana de animales u objetos.
- Mimesis artificial: imitación de realidades naturales efectuada por instrumentos creados por el hombre.
- Mimesis mixta: sonidos inarmónicos procedentes de sintetizadores, mezcladores y filtros.

Sonidos Tecnificados

¹⁷⁷ STORR, Anthony. “La música y la mente. El fenómeno auditivo y el porqué de las pasiones”. 234 p.

¹⁷⁸ KAPLUN, Mario. Op. Cit. 175-178 p.

- Se trata de sonidos originariamente naturales pero que han sido transformados por la acción del hombre para registrarlos en un disco, en donde trabajan todos los anteriores.

Sonidos de la Mediación Radiofónica

- Los técnicos de la radio le dan una nueva dimensión tecnicada, con independencia de la fuente de la que proceda.¹⁷⁹

Para Mariano Cebrián es importante que se distingan las diferentes formas de crear una buena comunicación a partir de una adecuada utilización de los elementos del lenguaje radiofónico, ya que es mediante éstos que se puede enriquecer las formas de expresar los estados de ánimo dentro de la radio. Dentro del lenguaje radiofónico es importante, para Cebrián, distinguir las diferentes formas de crear una buena comunicación a partir del cómo se entona, tanto la voz humana, como los sonidos, a través de las cualidades antes mencionadas del sonido, ya que, a través de estos es como se enriquece las formas de expresar los estados de ánimo de la radio.

Romeo Figueroa denomina a los efectos de sonido de la siguiente manera: “son elementos de primera necesidad con la finalidad de ambientar situaciones, completar escenarios e ilustrar el entorno donde se da la obra radiofónica”¹⁸⁰.

Según él, los efectos sonoros se pueden escoger y agregar al programa de radio tomando en cuenta el realismo y beneficio que son capaces de producir, pero, si se usan excesivamente se descompondrá el programa radiofónico, basta con algunos sonidos para lograrlo. Se usan con frecuencia para establecer y aumentar el ambiente psicológico de una obra radiofónica. Su función es atraer al radioescucha y convertirlo en protagonista de lo que escucha. Los efectos sonoros tienen la fuerza para expresar la personalidad de un personaje y el entorno donde ocurren los acontecimientos.

5.7.5 El Silencio

El silencio forma una parte muy importante del lenguaje radiofónico. Es considerado un recurso que algunos autores consideran esencial para la construcción dramática. En este

¹⁷⁹ CEBRIÁN H. Mariano. Op cit. 277-281 p.

¹⁸⁰ FIGUEROA, Romeo. ¿Qué onda con la radio? 150 p.

sentido, Miguel Ángel Ortiz menciona que el silencio “se emplea normalmente con una intención PSICOLÓGICA, DRAMÁTICA”.¹⁸¹ Beltrán Moner distingue dos tipos de silencio:

- SILENCIO OBJETIVO: Es la ausencia de música y de ruido. Sin más connotaciones.
- SILENCIO SUBJETIVO: Es el silencio, utilizado con una intencionalidad ambiental o dramática.

Asimismo, José Ignacio López se refiere al silencio como una cuarta voz radiofónica lo define como “... la palabra lo que la sombra a los cuerpos: los resalta.”¹⁸²

Además, distingue dos tipos:

- EL BACHE: se produce un silencio inesperado, no previsto, en cualquier momento de la programación. Constituyen ruidos peligrosos en la comunicación.
- LA PAUSA: Es un silencio que está cargado de sentido, es tomarse el tiempo necesario para subrayar una frase o una situación. Son silencios que intensifican las emociones.

Antes de finalizar este apartado, consideramos pertinente aproximarnos a la propuesta que ofrece Francisco González en el artículo “Para una teoría de la radionovela”, quién al referirse a la importancia del uso de los sonidos en el medio radiofónico señala que, aunada a las imágenes de televisión, teatro, propaganda, publicidad, se encuentran los elementos sonoros de los que estamos rodeados; a este conjunto de imágenes visuales y sonoras las llama “universo iconográfico”.

Este universo iconográfico, complementa e influye de manera importante en nuestras fantasías y nuestros estados de ánimo y señala:

“Antes de habituarnos a almacenar un cierto número de ideogramas nos apropiamos de una amplísima gama de sonidos con los cuales construimos nuestras primeras relaciones temporales y espaciales. Esos sonidos permanecen en nosotros como parte de nuestros marcos referenciales, para configurar una serialidad de imágenes. Para el trabajo radiofónico resulta de vital importancia que la construcción de una iconografía sonora se refleje en productos que puedan estimular la imaginación del radioescucha y que éste, gracias al poder de esa estimulación, sea capaz de construir imágenes mentales.”¹⁸³

¹⁸¹ ORTIZ, Miguel Ángel. “Diseño de programas en radio”. 59 p.

¹⁸² LOPEZ Vigil, José Ignacio. “Manual urgente para radialistas apasionados”. 37 p.

¹⁸³ GONZÁLEZ López, Francisco. “Para una teoría de la radionovela”. EL ACORDEÓN. Enero-abril 1997 37 p.

5.8 ¿Cómo hacer un programa radiofónico?

5.8.1 ¿Qué es un programa?

Antes de describir la metodología para realizar un programa radiofónico consideramos pertinente definir el concepto de programa y todo lo que hay entorno al diseño de un programa radiofónico, para lo cual recurrimos a la definición hecha por Mariano Cebrián, quien concibe un programa como: “La planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación y ordenación, elaborados según una duración y unos horarios, condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos en un tiempo.”¹⁸⁴.

José Javier Muños y César Gil, conciben a un programa como: “un conjunto de contenidos que con un título y tiempo determinados son difundidos por radio, integrándose en la programación generalmente con un estilo propio”. Carl Hausman menciona que los elementos de un programa que atraerán a radioescuchas a la estación son: “la programación, selección y disposición de música, el tipo de lenguaje o discurso radiofónico”.¹⁸⁵

Serafina Llano y Oscar Morales apuntan que un “programa hace referencia a las partes de la programación general, que se estructura de acuerdo con la demanda recibida de ciertos elementos musicales o hablados, que se transmiten en un tiempo previamente definido y durante temporadas más o menos largas, elaborados con contenidos previamente conocidos por el auditorio”¹⁸⁶.

Para Romeo Figueroa la palabra “programa” tiene empleo común en el ámbito de la administración para referir a las actividades relacionadas con la organización y operación de una empresa privada o pública, según su objeto social; es el escaparate que constituye el contenido general e imagen que sale al aire y que determina el ser de la radio y produce, mediante la materia prima que tiene a su alcance la estación, las siguientes funciones: entretenimiento, diversión e información por medio de la publicidad y las noticias, una

¹⁸⁴ CEBRIAN, Mariano. “Información Radiofónica.....”. Pág. 418

¹⁸⁵ HAUSMAN, Carl. “Producción en la radio moderna”. 2001. 75 p.

¹⁸⁶ LLANO, Serafina y Oscar Morales. “La radiodifusión en México”. México 1982. Pág.227

imagen para la emisora y al mismo tiempo le da una personalidad. Otra función está centrada en dar servicios diversos, respetuosos y dinámicos a un público que ya no se conforma con la música de fondo y los programas pasivos que se originaron en la primera época de la frecuencia modulada.

5.9 Metodología para realizar un programa radiofónico

Hasta este momento podemos comprender y escuchar que un programa radiofónico cuenta con varios elementos, por lo tanto, para su realización es necesario establecer todo un proyecto, un plan del programa. Para Kaplún, la realización de un programa involucra “...crear una estructura: encontrar la idea del programa; definir el carácter de la serie, su temática, su contenido; su título; su género o formato, sus características distintivas. Y, ya establecidos estos aspectos, fijar también su duración, su horario de transmisión, su periodicidad o frecuencia, etcétera.”¹⁸⁷

Antes de comenzar a exponer la metodología para realizar un programa radiofónico, consideramos pertinente hacer referencia a dos aspectos que retoma Ward L. Quaal los cuales están estrechamente relacionados con lo que se expondrá en el presente apartado. El autor menciona que en una estación de radio, el departamento de programación adquiere un papel primordial, siendo éste el que crea la imagen de la estación y le da su personalidad.

Para Quaal, dicho departamento tiene dos campos principales de actividad: “1) la planeación general de la programación y 2) el desarrollo y producción de los programas individuales que deben embonar en tal programación.”¹⁸⁸ De esta manera, el autor hace referencia a buscar un equilibrio en la programación de manera que se ofrezca diversidad en los programas.

El segundo aspecto es el auditorio, Quaal menciona que no existe un público homogéneo y no basta con tener información cuantitativa del mismo, es decir, el tamaño del auditorio en un momento determinado, también es necesaria información cualitativa que revelará los intereses, opiniones y actitudes de los radioescuchas. En este sentido, las

¹⁸⁷ KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio”. 265 p.

¹⁸⁸ QUAAL L. Ward y Leo A. Martín. “Dirección de estaciones de radio y televisión”. 66 p.

decisiones sobre la programación deben basarse en que un programa sea bueno o malo, y no únicamente en si es popular o no.

Aunado a esto, el autor afirma que debe haber un esfuerzo por establecer y mantener buenas relaciones con el público y afirma: “las estaciones que tienen las relaciones mejores son, de ordinario, aquellas dirigidas por personas que están realmente interesadas por mantener un sentimiento de mutua comprensión y respeto entre la estación y la gente.”¹⁸⁹

Después de estas consideraciones, a continuación se presenta la metodología retomadas de los autores Mario Kaplún y Pérez Hernández para la realización de un programa radiofónico.

Primer Paso: Pérez Hernández propone describir la introducción de nuestro tema, es decir, el por qué de nuestro programa a manera de justificación, de tal manera que, se haga notar que vale la pena nuestro proyecto y que va a ser escuchado por su importancia y relevancia.

Segundo Paso: consta en definir el objetivo general, es decir, lo que se pretende con la realización del programa. Para Pérez Hernández, el objetivo debe ser claro y definido y afirma “Debemos explicar con claridad y precisión, en forma concreta lo que podemos aportar al oyente¹⁹⁰, en otras palabras, qué buscamos con nuestro programa.

Para Kaplún todo mensaje emitido por un medio de comunicación, debe responder a una serie de preguntas ya clásicas: quién dice qué a quién, dónde, cómo y cuándo. Al contestar dichas preguntas podemos esclarecer lo que pretendemos con la realización de nuestro programa. Cabe aclarar que Kaplún habla desde una perspectiva educativa y en ese sentido afirma “En la perspectiva educativa en la que nos ubicamos, un programa sólo se justifica si tiene una finalidad [...] si ayuda a enriquecerse en términos de reflexión y de conciencia crítica.”¹⁹¹

Tercer Paso: informar los datos específicos del programa tales como: nombre del programa, que deberá crearse en función del sector del público al que va dirigido, es decir, si es una audiencia adulta, juvenil o infantil, un auditorio urbano o campesino, entre otros;

¹⁸⁹ QUAAL L. Ward y Leo A. Martín. OP. Cit. 64 p.

¹⁹⁰ PÉREZ Hernández, Mario Alberto. “Prácticas radiofónicas”. 129 p.

¹⁹¹ KAPLÚN, Mario. Op. Cit. 265 p.

y definiendo la temática general del mismo, es decir, el tema del contenido que vamos a tratar.

Cuarto Paso: Pérez Hernández afirma que se deben buscar temas que interesen y capten la atención del radioescucha al que irá dirigido. Asimismo, es necesario saber que se cuentan con los materiales suficientes para la documentación previa del tema y se pueda escribir el guión piloto.

Quinto Paso: después de tener ya el objetivo, el contenido y a quién va a ir dirigido nuestro programa, se trata de lo que llama Kaplún: la estructura formal, la cual tiene que ver con plasmar de manera escrita, tomando en consideración que se está escribiendo para la radio y que el objetivo, contenido y justificación se expongan en una estructura que esté acorde con los mismos, es decir, escoger un formato que sea el idóneo para el tipo de programa.

Sexto Paso: determinar el horario, duración y frecuencia de transmisión del programa, para lo cual consideramos que debe realizarse un cuidadoso estudio del contenido y de la audiencia a la que irá dirigido el programa para asegurarse que no se saturé al radioescucha y que la mayor parte de los destinatarios pueda escuchar el programa. Consideramos importante resaltar que en el caso de la frecuencia y, para programas con implicaciones educativas, Kaplún propone cuatro posibilidades:

1. Diario (todos los días de lunes a sábado o de lunes a viernes)
2. Día por medio (lunes, miércoles y viernes o martes, jueves y sábado)
3. Bisemanal (lunes y jueves o martes y viernes. Pero no lunes y viernes, porque entonces una emisión quedaría demasiado distanciada de las otras).
4. Semanal¹⁹²

Dichas posibilidades son programadas pensando en que las emisiones que tienen lapsos prolongados entre ellas, son menos susceptibles de conseguir cohesionar una audiencia y lograr su permanencia en las emisiones.

¹⁹² Op. Cit., 267 p.

5.9.1 Guión Radiofónico

La producción de un programa radiofónico es todo un proceso de planeación organización y desarrollo, el cual requiere de un guión, en el cual se plasmen todos los elementos antes mencionados que conforman el lenguaje radiofónico tales como la voz, música, efectos, entre otros. Por tal motivo, Romeo Figueroa afirma que la obra radiofónica es un proceso creativo y define la producción radiofónica como “el conjunto de técnicas y métodos que permiten desarrollar las diversas estructuras programáticas, comprende la acción, el modo y efecto de realizar un programa mediante la utilización de recursos que se destinan a todo proceso creativo para llevar a la escena una obra radiofónica”¹⁹³

Ya que existen una gran variedad de programas tales como programas hablados, musicales, de entretenimiento, informativos o como en el caso de nuestra propuesta, programas de miscelánea, la mayoría de dichos programas requieren de un guión para poder ser integrados en la programación.

Figueroa, en términos generales, identifica tres formatos de guión en la radio: “guión completo: tiene su mejor aplicación en los programas dramáticos. El guión semicompleto, tiene cabida en los programas donde participan personas en vivo, o se incluyen textos o participaciones abiertas que no dependen necesariamente de un guionista. El comunicador redacta los textos para los conductores, reporteros y demás participantes. Y, un tercer tipo de guión es el listado o simplemente guía de programa que consiste en una secuencia de elementos grabados previamente y sólo se marca esa secuencia en el guión”¹⁹⁴

Mario Alberto Pérez define al guión como “... la expresión escrita del lenguaje radiofónico.”¹⁹⁵ Por su parte, Mario Kaplún lo define 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. Sólo con esta guía detallada es posible producir buenos programas y evitar toda confusión, toda improvisación a la hora de su montaje.”¹⁹⁶

¹⁹³ FIGUEROA, Romeo. “¿Qué onda con la radio!” México, 1997. 322 p.

¹⁹⁴ Op. Cit. 324 p.

¹⁹⁵ PÉREZ Hernández, Mario Alberto. “Prácticas radiofónicas”. México, 1998. 25 p.

¹⁹⁶ KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio”. 290.

Diversos autores como Figueroa, Pérez Hernández y Mariano Cebrián coinciden en destacar tres fases por las que pasa el guión radiofónico ya que el proceso de adaptación de cualquier obra al ámbito radiofónico requiere de todo un proceso creativo y como el mismo Figueroa afirma el guión literario es una obra de arte; cabe aclarar que primeramente iremos describiendo cada una de las fases según los autores y a su vez haremos hincapié en consideraciones personales con respecto a las mismas. Estas tres fases son: guión literario, redacción o preproducción y guión técnico.

5.9.2 Guión Literario

Dichos autores definen al guión literario como la etapa de investigación y recopilación de información para, como menciona Pérez Hernández “escribir en sucio o en frío, sin resumir, sin quitar paja, sin escribir precisamente en lenguaje radiofónico.”¹⁹⁷

Asimismo Figueroa añade que en esta fase se contemplan los objetivos del programa, a qué auditorio irá dirigido, los recursos materiales, técnicos y humanos de los que se dispone, el lenguaje que se empleará. Es, en esta fase en donde se realizan los procesos de documentación y recopilación del material.

Para nosotras, el guión radiofónico no nace de la nada, sino es la consecuencia de todo un proceso de investigación previo a la escritura del mismo. En ese sentido, Pérez Hernández afirma que “quien escribe para la radio debe tener amplia información cultural. Extenso conocimiento sobre el campo que se abordará, además de manejo del lenguaje radiofónico y mucha creatividad.”¹⁹⁸ Consideramos que una idea no puede ser llevada al ámbito radiofónico de manera automática y teniendo sólo un poco conocimiento del tema.

Por lo antes mencionado, es necesario en primer lugar un conocimiento previo, el cual sólo puede adquirirse mediante una preparación a través de la lectura y documentación del tema a tratar. Ya decidida la idea y/o tema a desarrollar, el próximo paso lógico será la documentación, momento en el que se consultan las fuentes que se consideren importantes y que contengan información que pueda ser útil para la realización del programa.

¹⁹⁷ PÉREZ Hernández, Mario Alberto. Op cit. 26 p.

¹⁹⁸ Op. Cit. 27 p.

Tomando en consideración que nuestro trabajo tiene implicaciones pedagógicas, coincidimos con Kaplún cuando menciona que “Generalmente, un programa educativo no surge de nuestra imaginación, sino de un estudio previo del tema. Tenemos que investigar, documentarnos.”¹⁹⁹ Se debe recurrir a todas las fuentes necesarias como libros, artículos de revistas y periódicos, investigaciones previas del mismo tema, consultar especialistas en la materia, entre otras; de igual manera, la revisión de las fuentes además de detectar y obtener información, consiste en extraer y recopilar la información relevante. Debe ser un proceso selectivo ya que cada año se publican miles de artículos en revistas, periódicos, libros e internet, en diversas áreas del conocimiento, si esto pasa, se debe seleccionar sólo las más importantes y recientes.

También la observación y capacidad de reflexión que se tenga respecto de un tema específico forma parte de la documentación, ya que puede complementar la información que se utilice dentro del programa. Así, el siguiente pasó será en palabras de Kaplún “con la información seleccionada, ordenándola, elaboraremos una sinopsis que será el germen conceptual de nuestro guión.”²⁰⁰

En segundo lugar, se requiere de una selección del material más importante y relevante que tenga uso dentro del guión, de tal manera, que el tema sea expuesto con claridad y no se confunda ni sature al radioescucha con demasiada información, en otras palabras, delimitar y jerarquizar las ideas más útiles. Tal como lo afirma Kaplún “...determinar con claridad cuál es el contenido, el mensaje central que se quiere comunicar; tener una idea clara de lo que queremos decir.”²⁰¹

Habrá que tomar en cuenta que, al tratarse de cinco programas piloto con un objetivo en común, se debe precisar cuál va a ser la idea central que queremos comunicar en cada uno de los programas. También hay que contemplar que el tiempo en la radio es limitado, por lo que es necesaria la selección de contenido ya que no se puede decir todo sobre un determinado tema, lo importante es que la idea principal quede clara y sea expuestas de manera tal que propicien una reflexión fructífera.

¹⁹⁹ KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio”. 277 p.

²⁰⁰ Op. Cit. 278 p.

²⁰¹ Ibidem

Por lo antes mencionado, consideramos que la primera fase antes de llegar a lanzarse a escribir el guión literario es simplemente la fase de la investigación con todo lo que implica dicho término.

5.9.3 La Redacción

La redacción o preproducción, como la llama Romeo Figueroa, es la fase en la que se adapta el guión literario al lenguaje radiofónico, en la que se debe tomar en cuenta que se escribe para ser escuchado. Pérez González afirma que el escritor radiofónico debe ser claro, breve, directo, organizado y sin supuestos implícitos, de igual manera afirma “se debe considerar que el ser humano recibe diariamente múltiples mensajes de los cuales capta el 80% por la vista, el 15% por el oído y el 5% restante lo percibe por los otros sentidos”²⁰² y añade “en la radio cada palabra es tiempo, y cada palabra inútil es tiempo desperdiciado.”²⁰³

En este sentido, el adaptar a radio no es sólo pasar un texto a formato de guión técnico, sino se debe utilizar correctamente el lenguaje radiofónico, los principios sintácticos como el orden lógico y la construcción armónica y como menciona Figueroa “el manejo del equipo de grabación y transmisión, según sea el caso, para hacer posible la coordinación de elementos, la simultaneidad y la coherencia de la obra.”²⁰⁴

El adaptar a radio no es sólo pasar un texto a formato de guión técnico, sino que se debe utilizar el lenguaje radiofónico, tomar en cuenta características como claridad, brevedad, sencillez, naturalidad y los principios sintácticos como el orden lógico y la construcción armónica.

Es de importancia también, el manejo del equipo de grabación y transmisión como afirma Figueroa “...para hacer posible la coordinación de elementos, la simultaneidad y la coherencia de la obra.”²⁰⁵

Nosotras consideramos que ésta es la fase del guión literario ya que, a partir del proceso de investigación, se puede comenzar a escribir un borrador tomando los materiales

²⁰² PÉREZ Hernández, Mario Alberto. “Prácticas radiofónicas”. 27 p.

²⁰³ Ibidem

²⁰⁴ FIGUEROA, romeo. “¡Qué onda con la radio!” México, 1997. 328 p.

²⁰⁵ Ibidem.

y organizándolos de manera escrita utilizando el lenguaje radiofónico, es decir, es la fase en la que se escribe previo al guión final.

5.9.4 Guión Técnico

El guión técnico, el cual se conforma por los elementos que integran el lenguaje radiofónico, Figueroa lo define como “una construcción lingüística metodológica por medio de la cual se emplean un conjunto de técnicas que permiten la lectura, comprensión e interpretación de todos y cada uno de los parlamentos, indicaciones para operadores y permite concatenar las escenas y acciones que hacen posible la realización de la obra.”²⁰⁶

Asimismo, el lenguaje del guión técnico tiene que ser coloquial, rítmico y accesible, ya que se escribe para ser escuchado y no para ser leído, dado que para los autores antes mencionados la voz tiene una importancia vital, se resaltan cuatro recursos de la expresión vocal que deben ser tomadas en cuenta:

- la entonación o tono
- el volumen de la voz
- el ritmo
- el timbre²⁰⁷

Mediante el uso adecuado de estos cuatro recursos de la expresión vocal se hace posible la realización de una obra coherente e integrada a sus elementos. El guión esta compuesto por dos partes principales: la cabeza, donde se vacían toda clase de datos que servirán de orientación acerca de la naturaleza del programa. El cuerpo, que representa el desarrollo total de la obra y donde se explicitan las funciones y actividades de cada uno de los protagonistas. A su vez el cuerpo del guión se divide en 3 columnas. La 1er columna comprende la numeración progresiva de todas y cada una de las líneas escritas en el guión. La 2da. Columna ubica las funciones de las personas que intervienen en la realización: el operador y los personajes, principalmente. La 3er. Columna constituida por el cuerpo de diálogos o parlamentos del guión y deben ir a doble o triple renglón en minúscula.

Mario Kaplún en su libro Producción de programas de radio menciona que el guión es un elemento muy importante dentro de las producciones radiofónicas ya que por las

²⁰⁶ FIGUEROA, Romeo. Op. Cit. 329

²⁰⁷ Op. Cit. 330 p.

características del medio, las emisiones no pueden ser improvisadas sobre todo tratándose de programas con implicaciones educativas que requieren de una documentación y/o investigación y/o estudio previo del tema.

En este sentido el guión es la estructura que contiene la información seleccionada de manera ordenada para que el mensaje que se quiera comunicar sea tratado de forma clara ya que como afirma Kaplún “escribir un guión de radio es una pequeña labor de arquitectura para lograr que todo lo importante tenga cabida y, a la vez, los distintos elementos del programa se encadenen y se traben unos con otros fluidamente.”²⁰⁸ Para lograrlo, Kaplún propone una fórmula “escribir escuchándose”, esto es, para la construcción de un buen guión, no basta una buena redacción con todo lo que ello implica: sintaxis, gramática, entre otros; se trata de escribir pensando en que las palabras allí plasmadas serán escuchadas

Igualmente, Kaplún considera que el guión difiere con el tipo de programa y, en última instancia, depende de la creatividad e imaginación del guionista el que el programa llegue a trastocar si no todas, por lo menos algunas conciencias, ya que como afirma él mismo “si queremos formar conciencia crítica en el oyente, lo primero es tenerla nosotros. Si queremos problematizar, cuestionar a nuestro destinatario, lo primero es problematizarnos y cuestionarnos a nosotros mismos.”²⁰⁹

Otros datos importantes para la realización del guión técnico en los que coinciden los autores revisados son:

- se escribe a doble espacio
- en hojas blancas tamaño carta
- cada hoja y media del guión equivale aproximadamente a un minuto de tiempo al aire
- todo lo que no va leído va subrayado, es decir, indicaciones al operador, acotaciones, indicaciones al locutor, a los musicalizadores y efectos

Ejemplo:

OPERADOR FADE IN MÚSICA CUBANA DE CACHAO TRACK 1 “LOS TRES
GOLPES” DURACIÓN 15´´. BAJA Y PERMANECE COMO

²⁰⁸ KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio”. 279 p.

²⁰⁹ Op. Cit. 286 p.

FONDO...

- las indicaciones de quién habla se escriben con mayúsculas

Ejemplo:

DETECTIVE (CON VOZ AGITADA Y DESESPERADO) ¡apenas pude escapar y vienen tras nosotros! ¡tenemos que escapar!

- La palabra OPERADOR indica una instrucción para el operador de cabina

Ejemplo:

OPERADOR A.P.P MÚSICA GRIEGA TRACK 11. 15'' BAJA A FONDO...MEZCLA CON MÚSICA ELECTRONICA, TRACK 2 10'' BAJA A FONDO...

- La palabra EFECTO indica un específico de efecto sonoro.

Ejemplo:

OPERADOR FADE IN EFECTO DE MAR 6''. BAJA A FONDO...

- La palabra NARRADOR indica la participación del narrador

Ejemplo:

NARRADOR Y siguió hablando como si platicara con alguien allá, al otro lado de la habitación azul

- Se deben escribir entre paréntesis la caracterización de la voz: (ANGUSTIADO), (ENOJADO), (INTERRUMPE).

Ejemplo:

MADRE: (LLOROSA) Ya he pagado hijo. He pagado muchas veces. Todo me lo quitaron.

Cabe señalar que en el lenguaje radiofónico existen términos que sólo son utilizados en este medio, por lo que consideramos pertinente, para una mejor comprensión, señalar algunos de los más utilizados para una mejor comprensión, ya que generalmente los términos están escritos en idioma inglés:

A.P.P.: A primer plano

Bache: ausencia involuntaria de sonido.

Crossfade: salida, desvanecimiento o *fade out* de un elemento a tiempo que simultáneamente se introduce otro elemento.

Fade In: entra un sonido o música a primer plano

Fade out: bajar o desaparecer el volumen por completo

Hand signals: comunicación manual entre la cabina y el estudio.

Mezcla: integración de dos o más señales que se superimponen una de la otra de manera paulatina.

Montaje o mix: superposición de dos o más sonidos para crear un efecto de composición.

OP.: operador

A continuación presentamos un ejemplo de guión radiofónico citado por Marco Julio Linares, en el que se pueden observar otras de las características antes mencionadas.

HOMENAJE A VICENTE LEÑERO

1. OP. RÚBRICA CINETECA NACIONAL
2. OP. CHISPA MUSICAL DE LA DÉCADA DE 1970, QUE EVOQUE LAS PELÍCULAS DEL SANTO Y BAJA A FONDO
3. LOCUTOR 1: Al comenzar los años 70, el cine mexicano pasaba mucho tiempo en el ring o en el cabaret...
4. LOCUTOR 2: Pero un día el Santo, las ficheras y otros personajes compartieron la pantalla con “Los Albañiles”, una película de Jorge Fons basada en un guión de Vicente Leñero...
5. OP. CAMBIO DE MÚSICA
6. LOCUTOR 1: Esa cinta mostraba los nuevos caminos que comenzaba a tomar el cine mexicano...Y en ello tuvo mucho que ver Vicente Leñero, el guionista, periodista, maestro, novelista y dramaturgo.
7. LOCUTOR 2: Sus historias, adaptadas de obras suyas o de otros escritores, retratan los diversos rostros de México:
Los vecinos del “Callejón de los Milagros”, el clasemediero de “Mariana, Mariana” o la sofisticada actriz de “Miroslava”...
8. OP. PUENTE MUSICAL

9. LOCUTOR 1: Para conocer mejor este capítulo de nuestra historia fílmica, la Cineteca Nacional dedica un ciclo-homenaje a Vicente Leñero del 11 al 18 de julio...
10. LOCUTOR 2: Se exhibirán siete películas dirigidas por cineastas como Jorge Fons, Arturo Ripstein y Alberto Isaac.
11. LOCUTOR 1: El homenaje arranca con “Cadena perpetua”, una historia que Leñero adaptó a partir de la novela “Lo de antes”, de Luis Spota...Bajo la dirección de Arturo Ripstein, Pedro Armendáriz Junior interpreta a un ex convicto que trata de reformarse, pero su pasado lo persigue...
12. LOCUTOR 2: Recuerde, Homenaje a Vicente Leñero en la Cineteca Nacional ...
13. OP. RÚBRICA CINETECA NACIONAL²¹⁰

²¹⁰ LINARES, Marco Julio. “El Guión. Elementos, formatos y estructuras”. 52 p.

CAPITULO VI Diseño y producción del programa radiofónico *Escalera al cielo*.

6.1 Justificación

La radio es el resultado de años de investigación y de la invención de diferentes artefactos que emergieron ligados al entendimiento y desarrollo de la electricidad, formó parte del núcleo familiar como recepción estática, en la actualidad se modificó a una recepción móvil y personal, por lo tanto, ahora las personas escuchan radio la mayor parte del tiempo. La radio proporciona música, charlas radiofónicas, programas culturales, noticias y deportes; es uno de los medios masivos más importantes, pero, sobre todo, el más ágil e inmediato para conocer lo que está sucediendo. Es un medio que llega a donde otros no.

Considerando lo anterior pretendemos diseñar y producir tres programas radiofónicos dirigidos a jóvenes de la ciudad de México; mediante el desarrollo de tres diferentes géneros musicales pretendemos hacer llegar al adolescente información manejada de manera tal que llegue a formar parte de su identidad musical como opción para ampliar su bagaje cultural musical, para que cuando hablen de música sepan de qué hablan y sepan lo que escuchan en la radio.

Nuestro proyecto radiofónico surge de la necesidad de producir mensajes que encarnen concepciones diferentes a las que difunden los diferentes programas existentes en la radio. Se trata de una propuesta alternativa, entendiéndose alternativo como “todo medio que, en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural; implica una opción frente al discurso dominante, opción a la que confluyen en grado variable, las posibilidades de participación de los receptores en la elaboración de los mensajes”.²¹¹

En este sentido y para efectos del diseño del programa lo alternativo no se basa en la respuesta directa, inmediata y en sentido físico del receptor, sino en la resonancia del mensaje, en la relación que se establece entre el emisor y el receptor desde el discurso mismo.

El formato se refiere al tipo de programa: informativo, dramático, musical, magazine, entre otros; y el género abarca la totalidad de posibilidades y modos de presentación de determinado tema o invitado como la entrevista, el reportaje, debate,

²¹¹ SIMPSON, Maximo.

encuesta, informe, sketches. En nuestra propuesta retomaremos un género mixto que permita el diseño de una estructura novedosa y atractiva desde el punto de vista del receptor.

Tomando esto en consideración presentamos a continuación la estructura en la que nos basaremos para el diseño de tres programas radiofónicos.

El nombre del programa es *Escalera al Cielo*, se escogió este nombre considerando que esta es una canción que dentro del rock marcó una época y puede despertar en los jóvenes algún interés por escuchar los programas.

El periodo de transmisión de los programas es de día por medio (lunes, miércoles y viernes), debido a que pretendemos despertar el interés por escuchar las transmisiones ya que cada día estará dedicado a un género musical diferente.

La duración del programa fue elegida a partir de los contenidos, puesto que éstos abarcan temas diversos e información valiosa para nuestros receptores, de tal manera que el ritmo del programa es ágil y los bloques musicales que son imprescindibles, requieren del tiempo suficiente para ser escuchados en su totalidad. Así pues, consideramos que treinta minutos es un periodo de tiempo en el que podemos exponer los contenidos sin saturar a los receptores.

El programa se presentará en el horario de la tarde con la idea de que las actividades diarias de los adolescentes bajan de ritmo lo cual significa que es un momento de tranquilidad en el que se puede escuchar la radio.

El género del programa es informativo, entretenimiento y educativo cultural ya que consideramos que la presencia dinámica de estos tres géneros en un solo programa se vincula más con nuestro objetivo educativo y a la vez puede ser capaz de captar el interés de nuestra audiencia.

El formato elegido fue el formato misceláneo, desde el punto de vista de Mario Kaplún este formato puede enriquecerse si los contenidos son de mayor interés informativo y educativo; “alterna diferentes temas del momento y utiliza en sus secciones diversos formatos, entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios y

generalmente intercala dos o tres temas musicales (se procura que esas piezas tengan relación con los temas tratados)”²¹².

Consideramos, para la conducción de los programas intercalar la participación de un hombre y de una mujer de edades de entre 18 y 25 años de edad, frescos y con la mentalidad de gente joven, con la finalidad de que su tono de voz se ameno y afín a la de los adolescentes.

La temática o contenido del programa se divide en:

- Género musical. Los géneros musicales son el reggaeton y la electrónica; se dedica un programa a la historia e importancia de la música como programa número uno.
- Información del género musical. La información acerca del género musical estará sustentada por fuentes tanto bibliográficas como hemerográficas acerca del tema que se aborde en el programa, de tal manera que sea información confiable para el receptor.
- Flash cultural y conocimientos generales. Con estos flashes pretendemos dar información tanto de eventos y acontecimientos culturales en la ciudad de México como de conocimientos generales que se puedan vincular con la música, género musical, interprete y/o compositor de tal manera que toda la información que se escuche durante el programa este dentro de la temática y pueda considerarlo el receptor como información significativa en su vida cotidiana.

²¹² KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio. El Guión-la realización”. Junio 1978, Pàg. 140

6.2 Delimitación del programa

Nuestra propuesta esta dirigida a adolescentes urbanos nacidos a partir de 1987, al año de 1991. Esto significa que el periodo de adolescencia que estamos abarcando es de los 14 años a los 18 años de edad actual aproximadamente. Para efectos del proyecto delimitamos este rango de edad debido a que, a partir de los 14 años el adolescente asciende de nivel básico a nivel medio superior lo cual consideramos un cambio importante en los aspectos social y cultural y la etapa adolescente es considerada como un momento clave en la formación de la identidad ya que es en este periodo en el que se afianza cierta identidad personal. Cabe mencionar que no se descarta la posibilidad de que radioescuchas de diferentes edades también lo lleguen a escuchar.

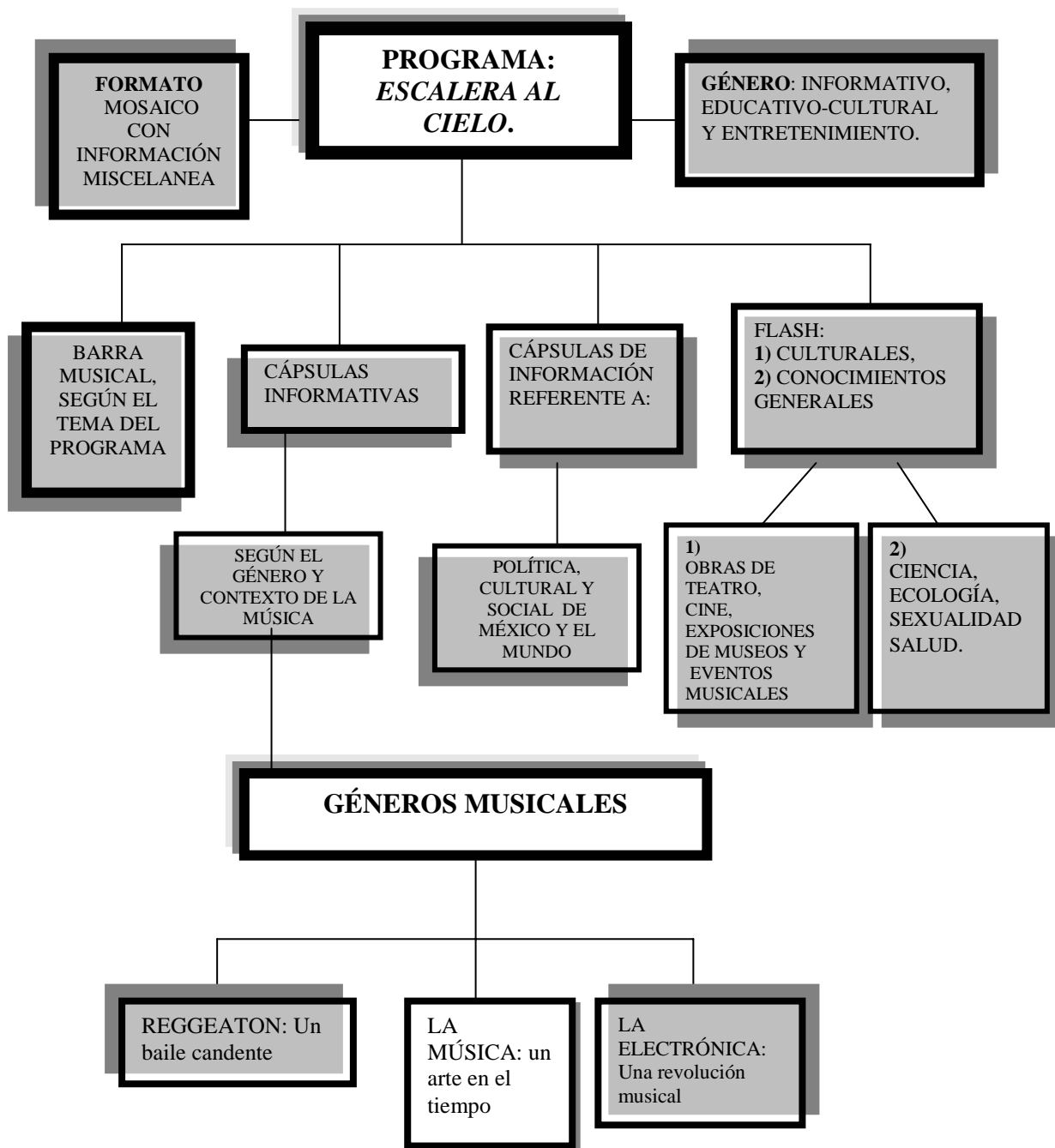
6.3 Objetivos generales

Mediante el diseño y producción de tres programas radiofónicos pretendemos:

- ◆ Crear un espacio radiofónico para adolescentes, vinculando las tres categorías de la radio (informativa, cultural-educativa y de entretenimiento).
- ◆ Abrir un espacio de comunicación, para que los jóvenes encuentren información confiable acerca de la música que escuchan.
- ◆ Generar una actitud crítica y reflexiva ante los mensajes transmitidos por la radio y la música que en ella se transmite.
- ◆ Ampliar el bagaje cultural musical de los adolescentes.

Para que se pueda visualizar detalladamente la estructura del programa presentaremos en forma de esquema los diferentes contenidos temáticos que se desarrollarán en cada programa:

6.4 Estructura del programa:



6.5 GUIÓN PARA EL PROGRAMA *ESCALERA AL CIELO*.

TEMA: LA MÚSICA EN EL TIEMPO.

OPERADOR **A.P.P LOVE SONG 10” Y BAJA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 ¡Escalera al cielo!... ¡Frecuencia alterna que alimenta tu cerebro!... presenta...

OPERADOR **RÁFAGA... SUBE EL FONDO 5” Y BAJA PARA...**

LOCUTOR 1 Un programa musical hecho para ti... Prepárate para abrir tus cinco sentidos...

OPERADOR **RÁFAGA... SUBE EL FONDO 5” Y BAJA MEZCLANDOSE CON MÚSICA DEL PROGRAMA SATAIRWAY TO HEAVEN...COMO FONDO...**

LOCUTOR 1 Yo soy... espero que me acompañes en este viaje de la música por el tiempo...

OPERADOR **A.P.P FONDO 15”... MEZCLA CON EFECTO DE TRÁFICO QUEDA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Un día me preguntó un amigo si me imaginaba un día sin música, y pensándolo bien... (SILENCIO)
¡Sería terrible!...pero ¿te imaginas un día sin música y simplemente escuchar nada más los diferentes sonidos de esta gran ciudad?

OPERADOR **RÁFAGA...**

LOCUTOR 1 ...sería imposible porque desde los tiempos más remotos la música ha acompañado al hombre...

OPERADOR **A.P.P CENTRAL AFRICAN REPUBLIC TRACK 14 5”...QUEDA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Suponemos que los hombres de las cavernas empezaron a producir sonidos golpeando los troncos de árboles, las piedras, sus mano... es decir, para producir sonidos golpeaban cualquier cosa, estos sonidos después fueron traducidos y organizados para que naciera la música.
Antes de continuar escucha esto...

OPERADOR ENTRA UN ¿SABIAS QUE?... A.P.P TRACK 7 MAN OF THE WORLD 10” Y QUEDA COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1 Sabias que hay nueve musas de la mitología griega, deidades femeninas de las artes y el saber hijas de Zeus y Mnemósine, y cada una precedía una disciplina. La primera se llama Erato: la poesía erótica, Euterpe: la música, Calíope: la poesía épica, Clío: la historia, Melpómene: la tragedia, Polimnia: la canción sacra, Terpsícore: la danza, Talía: la comedia, y Urania: la astronomía.

OPERADOR A.P.P LATE NIGHT JAZZ TRAK 14 5” COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 2 Y continuando con el tema del programa; la música ha marcado épocas y sus estilos han variado a lo largo del tiempo...

LOCUTOR 1 Y te quiero invitar a que abras tus cinco sentidos para hacer un pequeño viaje en la historia de la música...

OPERADOR A.P.P TRACK MUSIC FROM ITALI TRACK1 5” COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 2 Podríamos decir que la música es una manifestación artística de comunicación y de expresión que ha estado presente en

todas las culturas y civilizaciones... ha marcado diferentes épocas y para muestra bastan unos botones...

OPERADOR **A.P.P DANIEL SANTOS TRACK 20 10" FADE OUT**

LOCUTOR 1 la maravillosa época de los abuelos...

OPERADOR **A.P.P 100% ROCK N'ROLL TRACK 1 10" FADE OUT**

LOCUTOR 2 la inconfundible época de nuestros padres rocanrolleros, y por su puesto

OPERADOR **A.P.P LENNY KRAVITZ TRACK 1 5"... Y BAJA A FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 la nuestra en donde se encuentra una gran mezcla de géneros musicales...

OPERADOR **ENTRA UN ¿SABIAS QUE?... A.P.P TRACK 7 MAN OF THE WORLD 10" Y SE MEZCLA CON EL TICTAC DE UN RELOJ COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 ¿Sabias que, las horas que te pasas estudiando desde el kinder a hasta la universidad son diez y seis mil horas?
¡¡¡Que tal eeeeh ¡¡¡

OPERADOR **A.P.P LOSTIN IN RIO TRACK 3 5" ...Y BAJA AFONDO PARA...**

LOCUTOR 1 En todas las civilizaciones, aquí y en china, todos escuchamos música, en algunas sociedades ciertos sucesos serían inconcebibles sin ella; puede llegar a ser un símbolo importante que represente algún país...como por ejemplo:

OPERADOR **A.P.P EL MARIACHI TRACK 3 CD. FOLKLORE MÉXICANO 15"...BAJA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Cualquier persona en el mundo que escuche mariachi se acuerda de México. La música no se hizo a lo tonto (AFIRMANDO) noooj! la música nació para deleitar nuestros

cinco sentidos mediante dos de sus principales elementos llamados melodía y ritmo.

OPERADOR **A.P.P TRACK 1 “QUIRIRÚ” DE BRAZILIAN SING 5”**
BAJA COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1 En todo sistema musical, la creación de una melodía implica la selección de unas notas a partir de un juego preexistente llamado escala, y de hecho es un grupo de sonidos separados por unos intervalos específicos llamado notas musicales Do,Re,Mi,Fa,Sol,La,Si.Do. Los cuales te impartieron en la clase de música...

Bueno traduciendo... es toda la música que sale de los instrumentos como el piano, la guitarra, la batería, los tambores, entre muchos otros.

OPERADOR **A.P.P MISMO FONDO Y BAJA PARA...**

LOCUTOR 2 El ritmo, es el manejo del tiempo en música se expresa mediante conceptos tales como las longitudes de las notas y las relaciones entre ellas, los grados relativos de énfasis sobre las diferentes notas y, particularmente, el compás.

LOCUTOR 1 Un ejemplo es... el tronar de tus dedos cuando escuchas en el micro, tu carro o en donde estés... tu canción favorita y ¿a poco no es común que empiezas a menear el pie, a tararear la canción o mejor, a menear tu cabeza?... pues eso es el ritmo...

OPERADOR **REMIX DE MÚSICA DEL MUNDO COMO FONDO**
PARA...

LOCUTOR 2 Se puede también buscar en ella un símbolo, una cultura o una tradición... Cada cultura posee su propia música.

LOCUTOR 2 Los pueblos del mundo pueden agruparse musicalmente en grandes áreas, cada cual con su lenguaje musical característico.

Estas áreas son: Europa y Occidente; el Próximo Oriente y el norte de África; Asia central y la India; el Sureste Asiático e Indonesia; Oceanía; China, Corea y Japón; y las culturas indígenas de América.

OPERADOR **ENTRA UN ¿SABIAS QUE?... A.P.P TRACK 7 MAN OF THE WORLD 10” COMO FONDO PARA....**

LOCUTOR 1 ¿Sabías que?: las antiguas civilizaciones medían los días con base en la observación de los cuerpos celestes tales como el sol, la luna y las estrellas, todo con el propósito de calcular la temporada de cosecha. ¡¡Muy inteligentes no!!

OPERADOR **RAFAGA TRACK 15 10” Y SE MEZCLA CON PEZ ESPADA TRACK 7 CD. OAXACA PROFUNDA 10”..Y BAJA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Pero la música ha tenido varias funciones a lo largo del tiempo. En el México prehispánico se usó la música y el sonido como un elemento de intensa excitación. Estuvo ligada a la magia, la religión, la historia y la tradición.

OPERADOR **A.P.P TRACK 2 “SUITE No.3 PARA ORQUESTA EN RE MAYOR”, DE BACH 10” BAJA COMO FONDO PARA...**

LOPCUTOR 1 En la sociedad occidental uno de los usos principales de la música es la audición de conciertos de cámara, operas y todo lo que tiene que ver con música clásica.

OPERADOR **A.P.P AQUELLOS OJOS VERDES TRACK 14 DE: 14” A: 20” Y BAJA A FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Existe también música como parte de un fondo adaptable para actividades relacionadas al estudio, las compras del supermercado o cuando estás comiendo en algún restaurante...

OPERADOR **A.P.P SAX INSTRUMENTAL TRACK2 DE: 17” A: 22”**
BAJA A FONDO PARA...

LOCUTOR 1 (VOZ BAJA Y PICARONA)...o! en algún barecito oculto de la ciudad de México...

OPERADOR **A.P.P ROCK NACIONAL TRACK 11 DE: 12” A: 20”**
BAJA COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 2 Algunos grupos como los punketos, los darketos, roqueros, usan la música como un símbolo central de la identidad de cada grupo...

OPERADOR **A.P.P. PREGRABADO ENTREVISTA 1... MEZCLA**
CON MISMO FONDO PARA ...

LOCUTOR 1 Simboliza también los sentimientos y sucesos militares, patrióticos o fúnebres. En un sentido más amplio, la música puede expresar los valores sociales centrales de una sociedad.

OPERADOR **COLLAGE DE MÚSICA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 La música clásica, la cumbia, la banda, el reggae, la electrónica, el rock son géneros musicales que podrías considerar muy diferentes, pero sus fans, por lo menos, las consideran, en todos los casos, parte esencial de sus vidas y, por supuesto, superiores a cualquier otra música. Si no, pregúntale a cualquiera...que sea amante de alguno de estos tipos de musica

OPERADOR **A.P.P ENTREVISTA 2 Y MEZCLA CON CALYPSI TRACK 1 10” Y BAJA A FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 El saber acerca de ellas y sus artistas es, para el público tan importante como la música misma.
Pero así como hay muchas maneras de escuchar música también hay muchas músicas, lo importante es que la s conozcas y sepas de qué hablas cuando hablas de música o... ¿prefieres seguir escuchando esto?:

OPERADOR **A.P.P REBELDE RAYADO 15” MEZCLA CON RUBRICA DEL PROGRAMA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Si es así... no te culpamos ¡la pasan diario por la radio! lo bueno es que es música que así como llega se va y aunque te guste puedes escuchar otra cosa... ¿o no?... Y lo puedes escuchar en Escalera al Cielo... música que te alimenta...

OPERADOR **SUBE RÚBRICA DEL PROGRAMA 15” Y FADE OUT**

6.6 GUIÓN PARA EL PROGRAMA *ESCALERA AL CIELO*.

TEMA: REGGAETON UN BAILE CANDENTE

OPERADOR **A.P.P LOVE SONG 10” Y BAJA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 ¡Escalera al cielo!... ¡Frecuencia alterna que alimenta tu cerebro!... presenta...

OPERADOR **RAFAGA... SUBE EL FONDO 5” Y BAJA PARA...**

LOCUTOR 1 Un programa musical hecho para ti... Prepárate para abrir tus cinco sentidos...

OPERADOR **RAFAGA... SUBE EL FONDO 5” Y BAJA PARA...**

LOCUTOR 1 Yo soy... espero que me acompañes a conocer el reggaeton un baile candente...

OPERADOR **A.P.P TRACK 2 SE MEZCLA CON MÚSICA DEL PROGRAMA min. 5 15” BAJA AFONDO PARA...**

LOCUTOR 2 Este ritmo tiene que ver con el menear la cadera muy cerca del cuerpo de tu pareja... pero para hacerlo no esta de más que conozcas un poco más de este género musical...

OPERADOR **A.P.P TRACK 16 DURACIÓN 20” DILE DE ANGEL Y CRIS... BAJA A FONDO PARA....**

LOCUTOR 1 ¿Sabes cuál es el origen del reggaeton?

OPERADOR **A.P.P TRACK 9 DURACIÓN 10” HASTA TERMINAR...**

LOCUTOR 2 Yo lo escuche por primera vez en el cumpleaños de mi primo Luis y me llamó la atención. Para empezar escucha un poco de la historia y ritmo de este baile erótico...

OPERADOR **A.P.P TRACK 4 PA MIS MUJERES**
GUANABANAS...20” Y QUEDA COMO FONDO
PARA..

LOCUTOR 1 ¡Órale! se escucha excitante...(silencio) ¿Y hay más?...

LOCUTOR 2 El reggaeton es hijo del reggae pero el padre de estos dos ritmos proviene de África..., el reggae tiene su esencia en los ritmos africanos creados por los esclavos traídos de aquel continente, explotados en diversas zonas del Caribe...

OPERADOR **FUSIONA CON TRACK 11 DE BOB MARLEY Y BAJA**
AFONDO PARA...

LOCUTOR 2 El reggae nace entre los pueblos caribeños en los años cincuenta, de la combinación de los ritmos afroantillanos, el jazz, y rithym and blues, también hay quienes piensan que surge en Jamaica. Una de las variantes del reggae es el reggaeton... El reggae es más rico en melodías e instrumentación y no se diga de las letras...

OPERADOR **MÚSICA DE FONDO SE FUSIONA CON TRACK 7 DE**
BABY RASTA HASTA TERMINAR 4:28 MIN ...Y
QUEDA COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1 (EXTRAÑADO) ¿Qué paso?... ¿Que música es esa?...Nada, sólo es una pequeña parte del ritmo de reggaeton para que lo empiecen a conocer... (FRUSTRADO) al principio de este programa lo anuncié..., pero sigamos con el reggae, nada más checa esto...

OPERADOR **A.P.P TRACK 13 IT IS LOVE DE BOB MARLEY 10”..**
A FONDO PARA...

LOCUTOR 2 ¿Que tal eh?... Como puedes escuchar, las letras o líricas del reggaeton sólo hablan de sexo, en algunos casos de desamores

o traiciones y amor, a diferencia del reggae, el cual tuvo una trascendencia social más allá de su ritmo cadencioso...

LOCUTOR 1

Pero espera un poco, podemos escuchar una pieza del reggaeton del que tanto haz estado hablando...

OPERADOR

**A.P.P TRACK 8 HASTA TERMINAR REGGAETON
QUEDA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2

El reggaeton podría decirse que nace de un intercambio cultural y musical entre Panamá y Puerto Rico. En Panamá se cantó por primera vez reggae en español a cargo de “Chicho man” y en Puerto Rico se cantó rap por primera vez en español a cargo de “Vico C” en 1985.

LOCUTOR 1

(SORPRENDIDO) Si no me dices, ni me entero....

LOCUTOR 2

Entre 1992 y 1993 se empezaron a escuchar en todo el mundo covers de jamaquinos cantadas por panameños en español . Podemos mencionar artistas como Pocho Pan, Nando Boom y Gringo Man, con esto, los boricuas comenzaron a introducir el reggae en sus producciones raperas, lo que dio origen a la fusión del rap con el reggae.

OPERADOR

**ENTRA UN FLASH... A.P.P TRACK 7 MAN OF THE
WORLD 10” Y QUEDA COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2

FLASH INFORMATIVO SOCIAL DE LA ZONA METROPOLITANA...

OPERADOR

**A.P.P TRACK 10 REGGAETON COMO FONDO
PARA...**

LOCUTOR 1

Entre los primeros exponentes de la fusión del rap con reggae están Baby Rasta y Gringo, Guanábanas, Maicol y Manuel y el ya conocido aquí en México Daddy Yankee, el contenido de su música es la vida es la violencia en las calles, el sexo y

las drogas con lo que tuvieron fuertes críticas por parte de las autoridades de su país, desatándose un fuerte movimiento underground en la isla boricua...

LOCUTOR 2 Para crear esos ritmos, en el reggaeton son importantes 3 cosas: 1.-la voz del cantante que a veces se distorsiona con equipos electrónicos. 2.-El disc jockey que mezcla la música y que a veces es nombrado al inicio de una canción...y 3.- una letra pegajosa que, como ya dijimos habla de amor, violencia y sexo...

LOCUTOR 1 (CUESTIONANDO E INCREDULO) ¿Tienes ejemplos de eso?

OPERADOR A.P.P HECTOR Y TITO TRACK 7 ... HASTA TERMINAR....

LOCUTOR 2 Así o quieres más....pero..... espera un poco tenemos algo importante que decir...

OPERADOR ENTRA UN FLASH.... A.P.P TRACK 7 MAN OF THE WORLD 10" Y QUEDA COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1 *Puerto Rico* fue descubierto en el 1492 por Cristóbal Colón. Es un archipiélago del Caribe, vecino de la República Dominicana. Hasta ese entonces, la isla estaba habitada por los indios latinos. Después los españoles trajeron a Puerto Rico negros africanos como esclavos, vivían en la zona este y en pueblos como Vieques y Ponce.

LOCUTOR 2 Durante siglos, España, Gran Bretaña y los Estados Unidos lucharon por la posesión de esta isla. Finalmente, los EE.UU. prevalecieron a principios del Siglo XX, pero los puertorriqueños en general se negaron a reconocer la nacionalidad Norteamericana. Aunque las leyes en Puerto Rico son similares a las de Estados Unidos, Puerto Rico tiene su propio equipo olímpico y se presenta como una nación en todos los eventos internacionales. En esencia, el título de

Estado Libre Asociado dado a Puerto Rico en 1952, hace a Puerto Rico mitad país, mitad estado.

OPERADOR **A.P.P TRACK (MÚSICA SENSUAL) BAJA A FONDO**

PARA...

LOCUTOR 2 Hay quienes piensan que es de mal gusto la forma de bailar tan sensual del reggaeton...te imaginas ¿Cómo bailarías este ritmo?...

LOCUTOR 1 (UN POCO LUJURIOSO)¡¡¡ mmmm claro que síiii!!!....

LOCUTOR 2 Pero hay muchos que opinan que el reggaeton es un estilo musical que al bailarlo es como hacer el amor con ropa sobre una pista de baile...

LOCUTOR 1 (MISMO TONO) me queda más claro...

LOCUTOR 2 Lo que es un hecho es que el género reggaeton ha llegado a ser popular en varios países como República Dominicana, Venezuela, Perú, México y más recientemente en los barrios hispanos de Estados Unidos. Y no podemos negar que el reggaeton es un ritmo pegajoso que a grandes rasgos es una fusión de reggae, rap, hip-hop y otros ritmos caribeños...un ejemplo es el siguiente track:

OPERADOR **A.P.P TRACK (...) A TERMINAR...**

LOCUTOR 2 Como dato importante y para entender las letras de las canciones debes saber que significa: PERREO: es el nombre del baile el cual consta de rozar la espalda de la chica de forma sensual; MALIANTE: nombre de las canciones que reflejan el ambiente en el que vive un maleante...SANDUNGEO: es el rimo; TIRADERA: guerra musical; NO TENER GUASA: que hace lo que sea; GUASA: un ridículo...BICHO: órgano sexual masculino. CHOCHA: órgano sexual femenino. CLAVAR O PUYAR: tener sexo.

CUERO: puta EL PERRO: el Sida, como éstos hay muchos,
pero sería interminable la lista y tenemos poco tiempo...

LOCUTOR 1

(DESILUCIONADO) ¡Ay no! ¿Ya terminamos?...

OPERADOR **A.P.P REMIX DE MÚSICA AFRICANA, REGGAE Y
REGGAETON PARA FINALIZAR...QUEDANDO
COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2

Si eres de los que te gusta el reggaeton, pues ya sabes un poco más de éste género musical... y si no, no importa; de todos modos ya te quedaste con nosotros durante estos minutos...

OPERADOR **A.P.P SATAIRWAY TO HEAVEN... COMO FONDO
PARA...**

LOCUTOR 2

Y lo escuchaste en Escalera al cielo...música que te alimenta

OPERADOR **FADE OUT.**

6.7 GUIÓN PARA EL PROGRAMA *ESCALERA AL CIELO*.

TEMA: MÚSICA ELECTRONICA UNA REVOLUCIÓN MUSICAL.

OPERADOR A.P.P LOVE SONG 10” Y BAJA COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1 ¡Escalera al cielo!... ¡Frecuencia alterna que alimenta tu cerebro!... presenta...

OPERADOR RAFAGA... SUBE EL FONDO 5” Y BAJA PARA...

LOCUTOR 1 Un programa musical hecho para ti... Prepárate para abrir tus cinco sentidos...

OPERADOR RAFAGA... SUBE EL FONDO 5” Y BAJA MEZCLANDOSE CON MÚSICA DEL PROGRAMA SATAIRWAY TO HEAVEN...COMO FONDO...

LOCUTOR 1 Yo soy... espero que me acompañes a conocer un poco más de la música electrónica, una revolución musical...

OPERADOR A.P.P. EFECTO DE DJ MEZCLANDO CON MÚSICA DEL PROGRAMA...QUEDANDO COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 2 ¡Oye! ¿Te gusta la música electrónica?...saltar y saltar hasta que tu cuerpo de plano te diga (ALZANDO LA VOZ) ¡YA BASTA!... pues hoy en “Escalera al cielo” conocerás un poco más de éste género.

OPERADOR A.P.P TRACK ...COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1 Hablar de la electrónica como género musical es hablar de muchos subgéneros que pueden llegar a ser tan diferentes como el día y la noche, teniendo en común sólo su raíz. Puede ser de carácter frío, cálido, a veces rítmico; otras veces puro desorden y otras nada más que ruido...

LOCUTOR 2 su medio de creación instrumentos musicales no acústicos, como los teclados electrónicos, sintetizadores y “DRUM MACHIN” que son computadoras de percusión, entre muchos otros.

**OPERADOR A.P.P. TRACK STOCKHAUSEN 15 A 20” BAJA
COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 Hablando de la prehistoria de la música electrónica, uno de los primeros en atreverse a proponer un nuevo lenguaje en la música fue Karlheinz Stockhausen, uno de los compositores más importantes de música clásica del siglo XX, por ahí de 1950. Aunque no lo creas, las primeras manifestaciones de la música electrónica se dieron en esta época, aunque sólo fueron sólo experimentos sonoros. En décadas siguientes, la electrónica fue introduciéndose en la música popular.

**OPERADOR EFECTO DE DJ MEZCLANDO...MEZCLA CON
TRACK (...) COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 En 1969 son los hip-hoperos los que comienzan a utilizar mezcladoras, por eso se dice que la cultura negra americana es la base de la actual música electrónica. A partir de los setentas, la banda Kraftwerk empezó a fusionar la música electrónica con el pop minimalista, ésta banda tuvo gran influencia en Estados Unidos.

LOCUTOR 1 A principio de los ochentas surgieron nuevos géneros como el jaus, llamado así porque fue en una discoteca llamada “De guer jaus” de Chicago, dónde se empezó a escuchar ésta música...

OPERADOR A.P.P TRACK (6) HASTA TERMINAR...

LOCUTOR 2 Para los que piensan que la electrónica, el rave y el dance es lo mismo... aquí un pequeño glosario de algunos subgéneros...

**OPERADOR A.P.P TRACK PUMP UP THE JAM TECNOTRÓNIC
10” ...Y BAJA A FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 El tecno surge en Detroit también con una influencia de Krauftwerk y junto con el jaus marcaron época...en la que se producía música para que las masas bailaran...y cómo olvidar

a “tecno tronic”, quienes entre otros muchos grupos combinaron el pop, con el house y el tecno.

OPERADOR **A.P.P TRACK () HASTA TERMINAR...MEZCLA CON TRACK () COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 2 La música electrónica tuvo otra de sus fuentes de expresión, esta vez directamente aplicada al baile, en la música disco, como Evelyn Thomas o Gloria Geiynor y algunos “di-yeis” de áreas urbanas de Estados Unidos alteraron el sonido, queriéndolo hacer menos pop y más mecánico. Al principio, la música era puramente instrumental, aunque más adelante se le añadieron voces femeninas. En la década de los ochenta el jaus era común en las discos de Chicago, Nueva York y Londres. Artistas como “si and si music Factory” y Madonna hicieron popular este género.

LOCUTOR **A.P.P TRACK (House) HASTA TERMINAR... MEZCLA CON TRACK (acid house) COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 El acid jaus fue el siguiente paso al house, a éste se le agregó el sonido de un sintetizador que produce un sonido líquido que llamaron ACID, surgió también en Chicago al igual que en Inglaterra; con esta música surgieron los “reivs” que originalmente se llamaron “acid partis”. Fiestas en las que se reúnen, por lo general, adolescentes y jóvenes adultos en las cuales todo gira alrededor de la música electrónica—en ocasiones han llegado a convocarse 750 mil personas—realizada normalmente en grandes espacios abiertos —bosques, estadios, playas— que puede durar varios días y en la que se puede conseguir la droga predilecta. Cabe mencionar que, por lo menos en el Distrito Federal, estas fiestas son también un mercado donde comerciantes y adictos se integran a la cadena de consumo

LOCUTOR 2 La electrónica, no vamos a negarlo, tiene sus drogas al igual que las tiene el rock y muchos otros géneros musicales... Aunque, en la electrónica predominan las tachas y el éxtasis.

OPERADOR **A.P.P TRACK LA TACHA DONDE ESTA EL CORO...Y BAJA A FONDO PARA...**

LOCUTOR 1 Éstas drogas, amplifican las sensaciones producidas por la música que está diseñada para ser escuchada baja los efectos de estas drogas.... sin olvidar que te hacen bailar y bailar toda la noche...

OPERADOR **A.P.P TRACK Núm.7 MAN OF THE WORLD COMO FONDO PARA... (FLASH INFORMATIVO DE SALUD)**

LOCUTOR 2

El éxtasis es una de las drogas más utilizadas en la cultura electrónica, el tomarla amplifica las sensaciones producidas por la música. También contiene anfetaminas que reducen el sueño y el cansancio, permitiendo que la persona que lo ingiera baile durante horas y horas sin descanso. El consumo prolongado del éxtasis provoca, cuando sus efectos pasan, depresiones que pueden durar varios días, y está comprobado además, que reduce los niveles de serotonina a largo plazo en el cerebro (la serotonina es un neurotransmisor responsable de las relaciones placenteras), esto provoca que el consumidor tenga una sensación de infelicidad. Recuerda que para disfrutar de una buena fiesta, de un buen rave o simplemente escuchar música electrónica...no necesitas meterte ni éxtasis ni nada... sólo conocer más de la música y un buen oído.

OPERADOR

A.P.P TRACK GOA MIX (Paul Oakenfold) COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 1

El trance es otro subgénero de la música electrónica, el nombre proviene del estado mental de quienes visitan frecuentemente las playas de Goa en la India. La música trance tiene sus raíces tanto en los primeros experimentos con la música electrónica como en las fiestas que se daban en la playa de Anjuna. Goa Gill es reconocido mundialmente por ser el pionero del sonido Goa y en los últimos años ha sido el responsable de la popularidad de éste género en México. En el Reino Unido, Paul Oakenfold fue uno de los responsables al transmitir su Goa Mix en la BBC -Radio 1.

Este mix se convirtió en uno de los más pedidos de la radio y llevó el sonido a toda una audiencia nueva. La música trance se puede describir con una palabra: emocional. A pesar de que generalmente es más rápida que el techno, con un golpe duro y muchos sonidos de sintetizador, las canciones de trance tienen por lo menos una parte en que baja el ritmo, y donde la música es “desnudada” a sólo sonidos de sintetizador, con vibraciones “espaciales” y “somnolientas”, las cuales suben en intensidad, para luego volver al sonido más fuerte durante su cenit.

A este tipo de música también se le asocia comúnmente con drogas psicodélicas como LSD y peyote. Algunos de los principales exponentes DJs han sido Paul Van Dyk, Sasha y Pete Tong

OPERADOR

A.P.P TRACK DE TRANCE HASTA TERMINAR...MEZCLA CON TRACK () COMO FONDO PARA...

LOCUTOR 2

Otro descendiente de la música electrónica es el triphop adopta este nombre porque se le considera un tipo de hip-hop

experimental y más instrumental. Surgió en la ciudad de Bristol, Inglaterra a finales de los ochentas. Es una fusión compleja de sonidos de reggae y jazz que utiliza como base principal el hip-hop lento. Éste género tiene elementos muy particulares que lo distinguen de cualquier otro, por un lado, sus vocales muy características y por otro, la base musical contiene una gran variedad de efectos. A continuación vamos a escuchar una rola de la banda Massive Attack...

OPERADOR

A.P.P. TRACK () DE MASSIVE ATTACK HASTA TERMINAR...MEZCLA CON REMIX DE JAZZ CLÁSICO 20' ROMPIMIENTO Y TRACK (Miles Davis) COMO FONDO PARA..

LOCUTOR 1

Todavía existen personas que afirman que la electrónica resta creatividad a la música. Pero el hecho es que antaño un compositor debía esperar para escuchar su propia sinfonía a que una orquesta se decidiese a tocarla, mientras que hoy, gracias a los sintetizadores, secuenciadores y ordenadores, puede escucharla antes de hacerla pública. La creatividad musical del compositor ha dado un salto impresionante.

El jazz es uno de los estilos musicales más camaleónicos y maleables. Así es que su unión con la electrónica era un asunto que no tardaría mucho. La prueba de esto es el trabajo del revolucionario Miles Davis llamado Du-Bop, en el que aprovechó el sampler al máximo y las posibilidades técnicas del estudio, además de incluir a un rapero. A menudo, Du-Bop sólo es visto como un disco entretenido, pero hay quienes lo ven como el disparo de salida de la onda del jazz electrónico de la última década. Sin duda, el trabajo que Miles Davis realizó durante esta época y en las posteriores no hubiera obtenido el mismo resultado sin los adelantos tecnológicos de los estudios de grabación y las nuevas instrumentaciones electrónicas. Vamos a escuchar algo de otro ejemplo clásico de jazz electrónico, el brasileño Wagner Tiso.

OPERADOR

A.P.P TRACK (Wagner Tiso) HASTA TERMINAR... MEZCLA CON TRACK () COMO FONDO PARA....

LOCUTOR 2

Como pueden escuchar, la música electrónica tiene su historia, no se le atribuye creador, ya que fueron muchos los participantes a través de la historia. Las variaciones de esta música han sido tantas, que no se puede evitar la confusión. Algunos aún son tan subterráneos que no los conocemos ahora y está difícil que lo hagamos y de seguro, mientras escuchas esto alguien está creando otro subgénero más. Lo que es un hecho es que la electrónica proviene de los sintetizadores de la década de los años setenta, el disco, el

funk, el hip-hop, entre otros. Toma mayor fuerza en los ochenta en Estados Unidos y en esa misma década Inglaterra también hace sus contribuciones. Es una música que, en casi su totalidad, esailable, todo depende de tu estado de ánimo o tu manera de pensar.....peerooooo para todos hay algún tipo de música electrónica.

OPERADOR **A.P.P TRACK 5 SERGIO MARTELL COMO FONDO PARA...**

LOCUTOR 1

La ciudad de México es una metrópolis de música electrónica. Aquí surgió el Tecnogeist, un proyecto de colaboración entre Dijey's de Berlín y México y se llevó a cabo exitosamente la primera Lov Pareid latinoamericana. Algunos de los Dijey's más reconocidos en México son:

DJ Eugenio Royale, Género: House / Deep House / Tech House;

DJ: Martin Parra, Género: Progressive Tech House;

DJ: Chago, Género: Progressive House; es reconocido en Monterrey cómo el mejor DJ de House Progresivo,

DJ: Karlos Elizondo, Género: house progresivo.

DJ: Sergio Martell, Género: Freestyle House / Electro

DJ: Quecho, Género: Underground Techno / House

OPERADOR **A.P.P TRACK (2) STAIRWAY TO HEAVEN 15"... Y BAJA AFONDO PARA...**

LOCUTOR 2

Lo ultimo que nos queda decirte es que si te gustó que bueno...si no, ya te lo chutaste aquí... en "Escalera al Cielo"... música que te alimenta...

OPERADOR **FADE OUT...**

CONCLUSIONES

Desde su creación la radio a lo largo de su historia ha sufrido diversos cambios y han aumentado en número las emisoras de los cuadrantes que la conforman, las cuales ofrecen una gama variada de contenidos ya sea musical, de información y entretenimiento, la mayoría de éstas tiene un perfil comercial y muy pocas cultural. Se observa una identificación entre consumo de radio y consumo de música, podemos decir que el uso de la radio es principalmente musical.

En cuanto a la preferencia actual de emisoras se destacan las de FM de programación musical. Hoy en día una de las estaciones más escuchadas por los adolescentes es Digital 99.3 segundo lugar de audiencia en el Distrito Federal. Ésta es una estación con perfil comercial y programación de entretenimiento, información de espectáculos y musical. Pensada para jóvenes de entre 18 a 24 años, de los cuales destaca la audiencia femenina. Sin embargo, es muy escuchada también por el adolescente al que dirigimos nuestra propuesta²¹³. De lo anterior concluimos, que no existen estaciones que se dirijan exclusivamente al radioescucha adolescente entre 14 a 18 años.

Bajo este marco general, el adolescente está expuesto a una barra musical que indudablemente es amplia en número de estaciones pero al mismo tiempo es limitada en opciones musicales de calidad, ya que repiten la misma barra musical durante el día, lo cual no permite al radioescucha ampliar su conocimiento en cuanto a música se refiere, es decir, su bagaje cultural.

Los medios de comunicación han ido ocupando un papel cada vez más relevante en la reproducción y construcción de las sociedades actuales y las identidades de sus miembros, de los cuales retomamos a los adolescentes, los cuales consideramos actores sociales y consumidores activos de los mensajes mediáticos, en el sentido de que continuamente están expuestos al medio radiofónico. Sin embargo, también los consideramos receptores pasivos ya que la programación que escuchan no va mas allá de chismes, complacencias musicales, ligues telefónicos, serenatas y programas que sólo pretenden entretener y no favorecen la posibilidad de reelaborar discursos y significaciones, mucho menos reconstruir su realidad.

Se sabe que los jóvenes expresan su identidad a través un conjunto de creencias como el vestuario, el peinado, el lenguaje y la música, esto los convierte en sujetos

²¹³ NOTA: Dicha información fue obtenida de una entrevista realizada a Alberto Armendáriz productor de los programas de la estación Digital 99.3

culturales y nos lleva a plantear como alternativa el diseño de programas radiofónicos distintos que ofrezcan una barra musical que pretenda acercarse a los gustos e intereses musicales del adolescente y al mismo tiempo con contenidos e información confiable que le ofrezca referentes que le permitan ampliar su bagaje cultural y de esta manera reforzar su identidad musical y social.

En este sentido, uno de nuestros papeles como aspirantes a pedagogas es conocer los medios de comunicación para las masas y las nuevas tecnologías así como analizar e interpretar los contenidos que en ellos se difunden, además de estar al tanto de sus alcances y límites, con la finalidad de intervenir en el diseño de nuevos programas así como en la selección y evaluación de materiales, lo que significa acercarse a generar espacios en los cuales el adolescente se identifique y genere su propia cultura.

Esta es una propuesta que por sus características puede tener diversas aplicaciones:

- 1.-En el ámbito formal, incorporándola como apoyo didáctico en el aula.
- 2.-En el ámbito de la educación informal, como parte de la radio comercial.
- 3.-Puede insertarse dentro de la Radio oficial, universitaria, comunitaria y cultural, ya que consideramos que la música forma parte de la cultura y estos tipos de radio tienen entre sus objetivos el promover la cultura.
- 4.-Asimismo, dentro de la radio comercial debido a sus contenidos musicales, a pesar de que, como vimos en este trabajo, la radio comercial carezca de objetivos propiamente educativos y/o culturales.

Por último, cabe aclarar que:

- a) Es una propuesta susceptible de ser evaluada después de pasar por la fase de recepción, sin embargo no fue parte de nuestros objetivos debido a que como ya mencionamos, es sólo una propuesta.
- b) Sabemos que no somos las primeras en proponer un programa con estas características, sin embargo, es necesario buscar la manera de multiplicar los proyectos radiofónicos alternativos y participativos que fomenten una educación para los medios y de esta manera contribuir a formar ciudadanos críticos y usuarios activos de los medios de comunicación.
- c) No descartamos la posibilidad de mejorar la propuesta tomando en consideración que no somos comunicólogas ni guionistas profesionales.

El presente trabajo es pues, un intento por concebir al binomio educación-comunicación desde la educación informal, educación que permiten medios de comunicación para las masas como la radio. De esta manera, pretendemos generar una comunicación educativa en los términos expuestos en este trabajo y proponer un complemento de información que sirva a los adolescentes en su búsqueda de identidad y de ésta manera reforzar la misma.

BIBLIOGRAFIA

- ACOSTA, Leonardo. “Música y descolonización”. Presencia Latinoamericana S.A. México 1982. 299p.
- AGUDELO, Graciela. “El hombre y la música”. Patria. México, 1993. 155 p.
- AGUSTIN, José. “La contracultura en México”. Editorial Grijalbo. México, 1996. 169 p.
- ALLERBERCK, Klaus. “Introducción a la sociología de la juventud”. Kapelusz. Buenos Aires, 1979. 184 p.
- ALONSO del Corral, Aurora. “Los medios en la Comunicación Educativa”. ED Limusa. UPN. México, 2004. 199 p.
- ALSINA, Pep y Frederic Sesé. “La música y su evolución. Historia de la música con propuestas didácticas y 49 audiciones”. Editorial, Graó. Colección el lápiz. Octubre 1994. 210p.
- ALVA de la Selva, Alma Rosa. “Radio e ideología”. Ed El caballito. México, 1982. 143 p.
- ALVA de la Selva, Alma Rosa. “Los escenarios de la radio” en Comunicación, derecho y sociedad. Colección: Ensayo. México, 1997. 139 p.
- ALVIRDE Pérez, Graciela y Jorge del Pozo Marx (compiladores) “Sintonizando el pasado, presente y futuro de la radio” Universidad del Valle de ATEMAJAC. México, 2003. 303 p.
- APARICI, Roberto. “La educación para los medios de comunicación.” Antología. UPN. México, 1996. 414 p.
- ARCE Cortés, Tania Guadalupe. “Jóvenes, tribus urbanas, violencia: el silencio de la pedagogía”. TESINA. UPN. México, Julio-2003. 214 p.
- AUSUBEL, David. “Psicología educativa” 2ª. Ed. Trillas. México, 1990. 769 p.
- BASSETS, Lluís (ed). “De las ondas rojas a las radios libres”. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1981. 277p.
- BÈJAR Navarro, Raúl. “El mexicano. Aspectos culturales y psicosociales” UNAM. México, 1982. 244 p.
- BERNAL Vázquez, Julia y Ma. Luisa Calvo Niño. “Didáctica de la música. La expresión musical en la educación infantil”. Ediciones Aljibe, 2000. 240 p.
- BETÉS de Toro, Mariano. “Fundamentos de musicoterapia” Morata. Madrid, 2000. 399 p.
- BOHMANN, Karin. “Medios de comunicación y sistemas informativos en México”. Editorial alianza. México, 1989. 400p.

- BRENNAN, Juan Arturo. “Cómo acercarse a la música”. Plaza y Valdés. México. 1988. 170 p.
- BRUSCIA, Kenneth E. “Definiendo musicoterapia” Amaru Editores. Salamanca, 1997. 144 p.
- C. MERRILL, John et al. “Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo”. Fundación Germán Sánchez Rupérez. Madrid, 1992. 566 p.
- CARRETERO, Mario et al. (Compiladores) “Psicología evolutiva. Adolescencia, madurez y senectud”. Alianza Editorial. Madrid, 1998. 368 p.
- CARRILLO Paz, Gustavo y Frenando Cataño M. “Temas de cultura musical”. Editorial Trillas. México, 1964. 115p.
- CEBRIÁN Herreros, Mariano. “Información radiofónica. Mediación técnica y programación”. Editorial Síntesis. España ,2001. 533p.
- CEBRIÁN Herreros, Mariano. “La radio en la convergencia multimedia”. Gedisa Editorial. Barcelona, 2001. 269 p.
- CHARLES Creel, Mercedes y Guillermo Orozco Gómez. “Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios”. Trillas. 4ª. Reimpresión. México, 2000. 246 p.
- CHAVEZ, Carlos. “El pensamiento musical”. FCE. México, 1979. 95 p.
- COPLAND. Aaron. “Cómo escuchar la música”. FCE. México, 1986. 9ª reimpresión, 218 p.
- CRAWLEY, David. et al. “Manual de grupos de aprendizaje radiofónico”. Editorial Andina, Quito Ecuador. Marzo, 1989. 275p.
- CREMOUX, Raúl. “La legislación mexicana en radio y televisión”. UAM. México, 1989. 191 p.
- CURIEL, Fernando. “La Telaraña magnética y otros estudios radiofónicos”. Ediciones Coyoacan. México, 2002. 463p.
- DE FLEUR, M. C. y S. J. Ball. Rokeach. “Teorías de la comunicación de masas.” Paidós. Reimpresión, 1999. México. 463 p.
- DE LA ROSA, Ma. Eugenia. “Yo soy... testimonios y reflexiones de los adolescentes mexicanos sobre la familia, los amigos, las drogas, el sexo y la imagen”. Editorial Ariel Planeta. México, 1997. 132 p.
- DE LA TORRE, Francisco. “Relaciones humanas en el ámbito laboral”. Trillas. México, 1998. 157 p.

DEL CAMPO, Patxi. (Coord). “La música como proceso humano”. Amaru Editores. Salamanca, 1997. 320 p.

DELVAL, Juan. “El desarrollo humano” SIGLO XXI. México, 1994. 626 p.

ERIKSON, Eric H. “sociedad y adolescencia”. Siglo XXI. 18ª. Ed. México, 2002. 179 p.

ESCUADERO Yerena, María Teresa. “La comunicación en la enseñanza”. Trillas. México, 1990. 72 p.

ESTEINOU Madrid, Francisco Javier. “Economía, Política y medios de comunicación”. Trillas. México, 1990. 249 p.

ESTEINOU Madrid, Francisco Javier. “Sociedad moderna y medios de comunicación”. UAM. México, 1995. 104 p.

ESTEINOU Madrid, Francisco Javier. ARGUMENTOS: ESTUDIOS CRÍTICOS DE LA SOCIEDAD. Agosto de 1997. “Ecología, Cultura y Medios de Comunicación”. UAM. 97-113 p.

FEIXA, Carlos. “El reloj de arena. Culturas juveniles en México”. Centro de investigación y estudios sobre juventud. México, 1998. 206 p.

FERNANDEZ Asís, Victoriano. “Radio televisión. Información y programas”. Servicios de Publicaciones del entre publico. RTVE. Madrid 1985.

FERNÁNDEZ, Collado, Carlos. “La comunicación humana en el mundo contemporáneo”. 2ª edición. McGraw-Hill. México, 2001. 411 p.

FERNÁNDEZ Cristlieb, Fátima. “La radio mexicana. Centro y regiones”. Juan Pablos Editores. México, 1993. 187p.

FERRAN Gonzalez, I. Monge. “En el dial de mi pupitre”. Las ondas, herramienta educativa”. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1989.

FIERRO, Alfredo. “Psicología evolutiva. Adolescencia, madurez y senectud”. Alianza editorial. Madrid, 1998. 368 p.

FIGUEROA BERMÚDEZ, Romero. “¿Qué onda con la radio?”. Editores Longman de México. México. 1996. () p.

FISCHERMAN, Diego. “Efecto Beethoven. Complejidad y valor en la música de tradición popular.” Paidós. Buenos Aires, 2004. 151 p.

FORNER, A. “La comunicación no verbal”. ED. Grao. Barcelona, 1987. 56 p.

GARCIA Saldaña, Parménides. “ En la ruta de la onda”. 2ª ed. Editorial Diógenes. México, 1974.168p.

GARZA, Ramiro. “La radio. Presente y futuro. La radio actual” 2ª Ed. EDAMEX. México, 1998. 242 p.

GONZALEZ Alonso, Carlos. “Principios básicos de comunicación”. 2ª. Edición. Trillas. México, 1989. 96 p.

GRINDER, Robert E. “Adolescencia” J. Wiley. Nueva Cork, 1978. 610 p.

HAUSMAN, Carl, et al. “Producción en la radio moderna”. International Thomson Editores, 2001. 389p.

HAYE, Ricardo M. “Hacia una nueva radio”. Paidós. Buenos Aires, 1995. 22 p.

ITUARTE de Ardavin, Ángeles. “Adolescencia y personalidad”. Trillas. 2ª reimpresión. México, 2000. 166 p.

JENSEN, K. y Rosengren, K. “Cinco tradiciones en busca del público”. En D. Dayan (comp.), “En busca del público.” Ed. Gedisa. Barcelona, 1997. 335-370 p.

KAPLÚN, Mario. “Una pedagogía de la comunicación”. Ediciones de la Torre. Madrid, 1998. 252 p.

KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio”. Ediciones CIESPAL. 1998. 459 p.

LACÁRCEL Moreno, Josefa. “Psicología de la música y educación musical”. 2ª Edición. Editorial. A. Machado Libros S.A. Madrid, 2001. 166 p.

LINARES, Marco Julio. “El guión. Elementos, formatos y estructuras”. 6ª edi. Pearson Educación. México, 2002. 260 p.

LOPEZ Vigil, José Ignacio. “Manual urgente para radialistas apccionados”. Editorial Pablo de la Torriente. La habana Cuba, 2000. 303p.

LLANO, Serafina y Oscar Morales. “La radiodifusión en México”. Editorial Regina Ángeles. México, 1982. 227p.

MACHADO de Castro, Pedro. “Fundamentos de apreciación musical”. Ed. Playor. 6ª Ed. Madrid, 1993. 324 p.

MANTOVANI, Juan. “La adolescencia y los dominios de la cultura. El problema de una relación”. Buenos Aires, Argentina. 1941. p

MARTÍ, Samuel. “Canto danza y música precortesianas”. Editorial. Fondo de Cultura Económica. México. 1961. 305p.

MATTELART, A. y M. “Historia de las teorías de la comunicación”. Paidós Comunicación Barcelona, 1997. 91 p.

MCENTEE de Madero, Eileen. “Comunicación oral: el arte y la ciencia de hablar en público” Alambra Mexicana. México, 1992. 313 p.

- MCLEISH, Robert. “Technique at radio production”. Butterworth & Co. México, 1981. 164 p.
- MCQUAIL, Denis. “La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público”. Amorroutu editores. Buenos aires, 1998. 496 p.
- MORALEDA, Mariano. “Psicología del desarrollo. Infancia, adolescencia, madurez y senectud”. Alfaomega. México, 1999. 375 p.
- MORDUCHOWICZ, Roxana. “El capital cultural de los jóvenes”. Fondo de cultura ecconomica. Buenos aires, 2003. 99p.
- MUSITU, Gonzalo et al. “Familia y adolescencia”. ED Síntesis. Madrid, 2000. 185 p.
- NICOLSON, Dobra y Harry Ayers. “Problemas de la adolescencia”. Narcea. Madrid, 2002. 171 p.
- NIETO Calleja, Raúl. “Ciudad, cultura y clase obrera. Una aproximación antropológica” CONACULTA. México, 1997. 219 p.
- ORTIZ, Miguel Ángel y Federico Volpini. “Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas”. Paidós Ibérica. Barcelona, 1995.
- ORTIZ, Miguel Ángel y Jesús Marchamalo. “Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica”. Paidós. España, 1997. 156 p.
- PAÍN, Abraham. “Educación informal”. Nueva visión. Buenos Aires, 1992. 219 p.
- PAOLI, J: Antonio. “Comunicación e información. Perspectivas teóricas”. 3ª edición. Trillas. México, 1983 (reimp. 2002) 138 p.
- PASQUALI, Antonio. “Comunicación y cultura de masas”. Monte Avila Editores. Venezuela, 1980. 611 p.
- PEPPINO Barale, Ana María. “Radiodifusión educativa”. Gernika-UAM. México, 1991. 235 p.
- PEREZ Hernández, Mario Alberto. “Practicas radiofónicas. Manual del Productor”. Editorial. Porrúa. México, 1998. 221 p
- PIERRE, Albert y Andre-Jean Tudesq. “Historia de la radio y la televisión”.Fondo de Cultura Económica. México, 1985.169p.
- QUAAL L. Ward y Leo A. Martín. “Dirección de estaciones de radio y televisión”. Ed. Diana. México, 1971. 262 p.
- RAMÍREZ Silva, Alonso. “La comunicación educativa y la Educación estética en la escuela primaria”. Porrúa. UPN. México, 2000. 122 p.
- RAMIREZ, Ramón. “El Movimiento Estudiantil de México” .México: 1969.

REBEIL Corella, Ma Antonieta et al. “Perfiles del cuadrante: Experiencias de la radio”. Trillas, 3ª. Reimpresión. México, 2000. 314 p.

REYNA MARÍN, Genoveva. “La información de emisores para el uso del medio radiofónico en el campo educativo”. México.1996.133p.

RIO Aparicio, Pedro. “La radio en el diseño curricular”.Editorial Bruño, Madrid. 173p.

ROCHEBLAVE-Spenelé, Anne Marie. “El adolescente y su mundo”. HERDER. Barcelona, 1989. 144 p.

ROSALES Ayala, Héctor. “Cultura y sociedad civil”. CNCA-UNAM. México, 1994. 230 p.

ROMO G.I., Cristina. “La otra radio: voces débiles voces de esperanza”. Buendía: IMER. México, 1990. 196 p.

SALAZAR, Adolfo. “La música como proceso histórico de su invención”. FCE. México, 1953. 326 p.

SALAZAR, Cuitláhuac. “El yo musical infantil”. Editorial Plaza y Valdés. México, 2001. 104p.

SARAFINO, Edward P. “Desarrollo del niño y del adolescente” Trillas. México, 1988. 535 p.

SARRAMONA J. (Ed). “Comunicación y educación”. ED. CEAC. Barcelona, 1988. 179 p.

SHUFER, Marta, et al. “Así piensas nuestros adolescentes”. ED. Nueva visión. Buenos Aires, 1988. 173p.

STEFANI, Gino. “Comprender la música”. Paidós. España, 1987. 139 p.

STORR, Anthony. “La música y la mente. El fenómeno auditivo y el porqué de las pasiones”. Editorial Paidós. Barcelona 2002. 250 p.

TUIRÁN, Rodolfo. “Estructura familiar y trayectorias de vida en México” en Procesos sociales, población y familia”. Porrúa. México, 2001. 421 p.

TYLOR, Edward B. “Cultura primitiva. Los orígenes de la cultura”. Ayuso. Madrid, 1997. 387 p.

VILAR, Josefina (compiladora). “El sonido de la radio”. UAM. Plaza y Janés S.A. de C.V. México, 1988. 214 p.

WATSON, Robert L. “Psicología del niño y el adolescente”. Ed Limusa. Ed en español. México, 1991. 730 p.

WRIGHT, Charles R. “Comunicación de masas”. 6ª reimpresión. Paidós. Buenos Aires, 1980 155 p.

CONSULTA HEMEROGRÁFICA

EL ACORDEON. GONZÁLEZ López, Francisco. “Para una teoría de la radionovela”. Ene-Abr 1997. Núm 19

ETCÉTERA. MEJÍA Barquera, Fernando. “Radio Indigenista y Ley Cocopa”. (México) Abril, 2001.

FILOMUSICA. Revista de Música culta. GALLEGO García, Cristina Isabel. “La educación musical del niño y la niña.” No. 26. Marzo, 2002

LA MOSCA EN LA PARED. MONSALVO, Sergio. “El rock gótico y el culto a la oscuridad”. No. 19 México, 1997

LA MOSCA EN LA PARED. Revista. “Ska mex: huele a espíritu adolescente”. Autores varios. Mayo, 1999. año 5 No. 30

SITIOS DE INTERNET

<http://contracultura.8m.com/beatniks.htm>

<http://www.cna.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/feb/020201/vengaato.htm/>

<http://www.cinterfor.or.uy/> Organización internacional de trabajo. Tema “Jóvenes, formación y Empleo”.

[http://www.sepiensa.org.mx./](http://www.sepiensa.org.mx/)

http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Raúl_Zarzurri.htm.

<http://www.cinterfor.or.uy/> Organización internacional de trabajo. Tema “Sobre las tribus”

<http://www.arvm.com>

<http://www.aunies.mx>

<http://www.mexicanadecomunicación.com.mx>

<http://polaris.unich.mx> MACIAS Sánchez, Rogelio. “Cultura y arte”.

<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx>. ALEIDA, Calleja, “Conceptualización, desarrollo y agenda. Radio Comunitaria: bregas y realidades” REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN. México, 2005