

El papel de la radiodifusión cultural en el desarrollo municipal

Baena Paz, Guillermina

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Baena Paz, G. (1990). El papel de la radiodifusión cultural en el desarrollo municipal. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 36(142), 151-164. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1990.142.52205>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

El papel de la radiodifusión cultural en el desarrollo municipal

El papel de la radiodifusión cultural en el desarrollo municipal se sintetiza en tres fases: gran potencialidad, amplia cobertura y todo por hacer.

La radio es el medio de comunicación colectiva que puede integrar redes comunicacionales capaces de transmitir una información, local, cercana, de interés general y de trascendencia, al grado tal que a largo plazo sea capaz, por la vía de la participación comunitaria, de contribuir a la transformación social.

En las páginas siguientes se hacen algunas reflexiones en torno al medio y algunas contribuciones en cuanto a las emisoras de tipo cultural.

Redes herzianas

La radio comercial domina el cuadrante y la cultural se ve opacada, menospreciada, apenas perceptible ante la avasallante radio comercial.

La radio cultural está representada por las emisoras pertenecientes a las universidades y algunas emisoras gubernamentales, tal es el caso de Radio Educación y de algunas radiodifusoras indígenas. Pese al Satélite morelos, la radio sigue siendo el medio de mayor cobertura en el país y tiene en esto una gran ventaja: su bajo costo y la miniaturización y transitorización le permiten llegar a cualquier parte.

Don Gonzalo Jiménez: el domingo lo esperan sus familiares en el pueblo... Se comunica a los vecinos de Las Flores que falleció doña Marinita, descanse en paz... y ahora para todos los Sonora Dinamita y el *Capullo Soruyo*...

La radio en lugares apartados, en zonas rurales, en municipios intrincados se vuelve no sólo medio de comunicación colectiva, también grupal y hasta interpersonal, versatilidad de un medio que se siente más cercano, más propio.

Según señala un estudio de la UNESCO, "la radio es la única técnica de comunicación avanzada que se ha expandido y culturizado ampliamente".

A estas características, la radio añade la ventaja que, para recibir su mensaje no es necesario saber leer, ventaja que cobra especial relevancia si pensamos en la cantidad de analfabetos que hay en el país, en la otra cantidad de analfabetos funcionales y en otra parte de aquellos condicionados por la cultura de la imagen.

Agreguemos otras ventajas: la instantaneidad con la que se recibe el mensaje, la oportunidad y la comodidad de poderla escuchar o transportar en cualquier parte de la casa, el campo, el automóvil, la oficina.

Sin embargo, tiene también algunas desventajas que se tienen que considerar al usar ese medio: la fatiga —se dice que la gente no puede estar concentrada más de 20 minutos—, la distracción —casi siempre estamos haciendo otras actividades al tiempo que escuchamos—, la fugacidad —la rapidez puede hacer que se pierda un mensaje y desde luego, a veces no es posible recuperarlo—, la monotonía —por ser un medio unisensorial sólo el oído es el que tiene capacidad para captar el mensaje— y lo limitado de la información —sólo podemos expresar unas pocas ideas por emisión y una frase de pocas palabras—.

Un mensaje efímero e inscrito en el tiempo no puede contener muchas ideas. El oyente tampoco puede retenerlas.

Ante la fugacidad del medio, su columna vertebral es la repetición, sin caer en la monotonía.

Hay otro factor más en el que debemos insistir; la gente está acostumbrada a oír, más que a escuchar radio. Y es que el público está acostumbrado a oír sin atender, porque generalmente lo hace como una actividad complementaria.

Una gran parte de la culpa la tiene la producción radiofónica comercial que se dedica a proporcionar distracción.

He aquí el gran obstáculo al que se enfrentará la radio cultural: un radioyente acostumbrado a oír, *no para pensar*, sino para distraerse.

Quien desea utilizar la radio con una finalidad educativa o cultural no puede perder de vista que sus mensajes se insertan en un medio altamente competitivo, por lo cual hay que captar rápidamente la atención del oyente y mantenerla a lo largo de toda la emisión.

De manera funcional, los objetivos de la radio se dividen en informar, orientar, educar y entretener, pero en la realidad esto no es cierto, un programa cultural educa, orienta, informa y hasta entretiene.

La radio rebasa con mucho, el concepto tradicional de educación y la traslada a la interacción que tiene el hombre con sus semejantes y con el medio ambiente. De esta manera podemos decir que todo programa educa de alguna manera, porque tiene factores que influyen en la formación de valores y en las pautas de comportamiento del público.

Un conocedor de la materia, Mario Kaplún, opina: "Una de las consecuencias negativas de separar las funciones de la radio como instrumento de comunicación, ha sido eximir de responsabilidad a los programas de entretenimiento, aduciendo que son neutros, que no hay que preocuparse por sus contenidos ya que son hechos y oídos como meros pasatiempos intrascendentes y ajenos a todo efecto educativo.

Y la otra consecuencia, igualmente peligrosa, es la de considerar a los programas educativos y culturales como algo aparte desligados de la obligación de ser amenos, atractivos, conectados con la vida.

Así se fragmenta la transmisión y el oyente.

Como si el hombre no fuera el mismo. Como si escuchara el programa de

entretenimiento en mangas de camisa y, cuando llegara el programa cultural, corriera a ponerse chaquetas y corbata, finaliza Kaplún (*Producción de programas radiofónicos*, Ed. Ciespal).

El condicionamiento comercial ha de tomarse en cuenta para una acción educativa, si lo desdenamos, si no tenemos el cuidado de medir nuestro mensaje, si no lo presentamos de manera pedagógica y entretenida, por buenos y verdaderos que sean los valores que tratamos de impulsar y por identificados que estos estén con los intereses populares, corremos el peligro de ser ignorados.

No hablemos tampoco con lenguaje técnico, hay quienes temen utilizar un lenguaje común por pensar que es vulgarizarse, sin embargo, hay que recordar que no se está hablando para técnicos, sino para el público, esto implica también utilizar términos nuevos, que son también un instrumento educativo y se puede hacer con amplitud y justificación. Los términos nuevos amplían el vocabulario y permiten un mayor enriquecimiento mental. Al incorporar un término se puede, o bien explicar su significado, o bien ponerlo en un contexto que lo haga transparente y permita entenderlo con claridad.

En radio podemos crear imágenes auditivas ...“¿Lo vio en la radio?”... La radio cuenta con la gran ayuda de la imaginación del escucha. Sólo se necesitan proporcionar los elementos indispensables: música, efectos, silencios, palabras sonoras (auch, gua-gua, pas, zas, zum, crash) ... y desde luego, el estilo radiofónico...

...la charla, el lenguaje coloquial, las frases cortas, el interés humano, la cercanía, la palabra cálida...

Emisoras culturales en los municipios

¿Cuál es el perfil de una emisora cultural? Si usted quiere iniciar una emisora, replantearla o transformarla habrá que considerar los siguientes elementos.

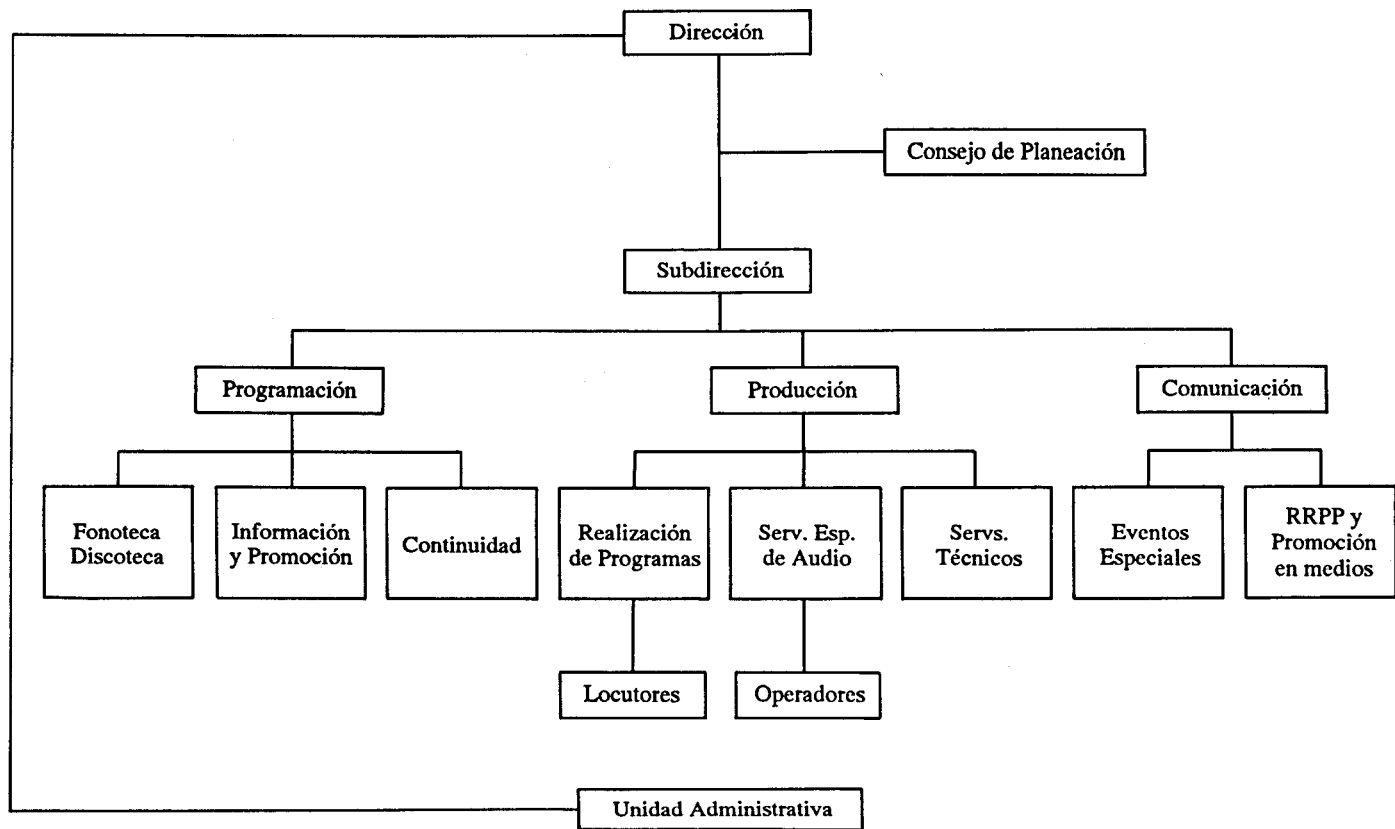
Algo fundamental son las políticas generales. Estas responden de manera primordial a los intereses de la institución y tiene mucho que ver con el tipo de emisoras. Existen varios: comercial, gubernamental, cultural, universitaria y popular.*

Las cuatro primeras siguen conservando el esquema de comunicación autoritario (emisor-receptor) aunque con diferentes matices. Sólo el último tipo cambia el modelo autoritario por uno participativo y horizontal, donde los mensajes son generados por un concejo (por ser un órgano decisor se escribe con c que reparte la toma de decisiones y se vuelve un apoyo para fundamentarlas y sostenerlas).

Organización jerárquica

A continuación revisamos la organización funcional mínima para una emisora de radio:

* La Ley Federal de Radio y Televisión menciona que hay emisoras comerciales, culturales, gubernamentales, experimentales y escuelas radiofónicas. Desde luego no contempla de manera separada las *universitarias* que han seguido un camino peculiar y menos las *populares* de reciente surgimiento y que no han obtenido reconocimiento oficial, muchas de ellas han desaparecido, casos de Radio Ayuntamiento Popular, Radio Universidad Pueblo y Radio UAP.



Director: Tiene como funciones determinar la política y los objetivos de la emisora, atender las relaciones públicas con las instituciones, ser presidente del Consejo de Planeación, coordinar los diferentes departamentos, apoyarse en la subdirección para la cuestión logística y determinar el uso y destino del presupuesto conjuntamente con el Jefe de la Unidad Administrativa.

Subdirector: Supervisar los detalles logísticos de la emisora que deben cumplir los Departamentos, apoyar en la elaboración de las políticas y objetivos a la dirección, fungir como Secretario de Actas en el Consejo de Planeación.

Tomar decisiones en ausencia del director y representarlo cuando así se lo indique la dirección.

Atender y coordinar el buen funcionamiento técnico y operativo de la emisora.

Jefe del Departamento de Comunicación: Ser enlace con el exterior, contactar colaboradores e informar de manera permanente a los medios sobre el trabajo de la emisora.

Elaborar la Gaceta de programación y difundir la programación por todos los medios a su alcance.

Para lo anterior contará con dos oficinas:

1) **Oficina de Relaciones Públicas y Promoción a los Medios** que se encargará de presentar estrategias de promoción al exterior, de atención a los radioescuchas, de la elaboración del directorio de radioescuchas, estudios de rating y la Gaceta de la programación.

2) **Oficina de Eventos Especiales:** Básicamente se encargará del contacto con las embajadas y es muy conveniente que se encargue de algunos aspectos de difusión que pudieran representar ingresos adicionales a la emisora. Por ejemplo una librería y discoteca, una audioteca que cobre cierta cuota por permitir escuchar algunos programas que le interesen a la gente, asimismo vender las reproducciones de los programas que se le soliciten a la emisora. De ser posible también puede manejar un auditorio o salón de exposiciones para apoyar el aspecto cultural y también hacerse de ingresos adicionales para la emisora.

Jefe del Departamento de Producción: Se encargará de realizar y en su caso, de producir programas, grabarlos, hacer controles remoto y apoyar de manera permanente a los colaboradores en la producción y en su caso, la realización de un programa. Asimismo, se apoyará en los servicios especiales de audio para la complementación del guión con efectos y música adecuados.

Oficina de Servicios Especiales de Audio: Controlará los estudios de grabación en cabinas, los operadores de audio, la coordinación y grabación de los controles remotos y el apoyo general a las cabinas de transmisión.

Oficina de Servicios Técnicos: Se encargará de mantener en buen estado el equipo de ambas cabinas, las de grabación y las de transmisión. También debe supervisar los programas en vivo para que salgan al aire de manera impecable en cuanto a sonido, micrófonos y grabación. Deberá supervisar la grabación de todos los programas en vivo y encargarse del control técnico de los controles remotos y unidades móviles de transmisión, en su caso.

Jefe del Departamento de Programación: Se encargará de elaborar la programación, recopilar la producción de programas para calendarizarlos, así como de la clasificación, ordenación y conservación del material grabado. También coordinará la elaboración de la información y promoción interna.

Para ello contará con tres oficinas:

1) *Oficina de Audioteca.* Se encargará de la recopilación, ordenación, sistematización y control del material grabado tanto musical, como oral, asimismo se encargará de integrar una guionoteca.

Aquí trabajará un programador musical de manera directa con el Departamento y enviará su programación musical para su integración en la programación total de la emisora. En la audioteca se elaborará la programación atendiendo a los lineamientos del Departamento.

2) *Oficina de Información y Promoción Interna.* Se encargará de la elaboración de los noticieros generales, académicos, culturales y de elaborar los promocionales que salen al aire por medio de estrategias de promoción interna que se renovarán periódicamente.

3) *Oficina de Continuidad.* Se encargará de coordinar la salida al aire de la programación, del monitoreo permanente, supervisará los programas en vivo y controlará locutores y operadores.

Consejo de Planeación. A nivel de asesoría se integrará un Consejo de Planeación como órgano que se reunirá periódicamente, de preferencia semanalmente y decidirá sobre los programas que pueden entrar y dará soluciones a posibles problemas que surjan en la emisora. El Consejo estará compuesto por el director como presidente, el subdirector como secretario y vocales todos los jefes de departamento.

El papel del Consejo es importante porque se constituye en una asesoría colectiva y no compromete a la emisora bajo la decisión de una sola persona.

Programación

Una vez determinadas las políticas y los objetivos de la emisora se procederá a la programación.

Si se trata de una emisora nueva, no habrá problema en empezar a partir de las opciones que se planteen, será más difícil en el caso de emisoras con una programación ya establecida y con un conjunto de colaboradores que han permanecido cierto tiempo.

Para este segundo caso se pueden cubrir dos aspectos:

1. Plantear el cambio de programación a los colaboradores hablando con ellos de una variante a su programa o en su caso de un abandono eventual o permanente del programa. Para muchos colaboradores a veces es un alivio el plantearles esta opción, en ocasiones se sienten atosigados de tener un mismo programa para el cual ya no tienen temas o han redundado en repeticiones. Con ello se podrán incorporar nuevos programas y en su caso, nuevos colaboradores.

2. Otro aspecto es proponer a los colaboradores las ideas de la nueva programación y pedirles que se adecuen a ella con un programa diferente.

En todas las situaciones recuérdese que el colaborador es una persona importante

de la emisora, por la cual un manejo adecuado y constante de las relaciones públicas es fundamental.

Muchas emisoras trabajan por barras, sin embargo, es necesario contemplar algunos inconvenientes de una programación por barras.

El modelo de barras funciona de manera muy clara en televisión donde las barras son por grupos de edades. Sin embargo, la radio es un medio mucho más dinámico que la televisión y las barras tienen el peligro de estatizarlo.

Barras muy específicas condenan al radioescucha a oír sólo cierto tipo de programas a determinada hora. Sin embargo, pensemos en el tipo de radioescucha, en el por qué oye radio y en qué momento lo escucha. Por una parte, el radioescucha busca el radio principalmente para entretenerse. Lo enciende mientras efectúa otras actividades; y, en zonas urbanas, el radio se enciende cuando uno maneja. ¿Qué pasa si se pretende llevar a barras rígidas una programación? Por un lado, no hay variedad posible que ofrecer a un radioescucha que busca una distracción durante un embotellamiento o mientras efectúa largos viajes en recorrer la ciudad de su trabajo a su casa.

La radio debe ofrecer una variedad específica de contenidos tanto orales, como musicales. Si es un radioescucha que no gusta de la ópera, y el único momento que tiene para escuchar la radio le pasan ópera, obviamente no le interesará esa emisora.

Esto trae a la luz un indicador fundamental cuando se trata de programar: tomar en cuenta al radioescucha. No podemos subir los hombros y decir que nos escuche quien prefiera sólo ese género musical, los demás no nos interesan. Esto equivale a la fórmula: "el público que se vaya al diablo" y si el objetivo de una emisora es capturar auditorio, subir su número de radioescuchas para extender a más personas sus mensajes, estamos procediendo equivocadamente de antemano.

La emisora debe ir formando su directorio de radioescuchas y entablar una comunicación permanente con ellos que permita detectar sus gustos y opiniones de una forma cada vez más sistemática, esto es, utilizando instrumentos de medición más concretos y buscar otras maneras de capturar público. Las emisoras culturales son el tipo de emisora obligado a capturar públicos más amplios, porque la cultura tiene una connotación universal.

Recuérdese al elaborar una programación que los programas orales constituirán la parte estática de la emisora y que podremos dinamizar la programación con la música, de ahí que se recomiende que la programación musical sea muy variada y de ninguna manera se pretenda hacerla en barras. Es importante reiterar que hablamos de una emisora cultural universitaria o gubernamental ya que las emisoras comerciales tienen otros objetivos y su programación musical es fija y dependen del tipo de música que está de moda o que promueven y no al revés, esto es, tener la opción de programar la música que la emisora de acuerdo con sus lineamientos desea difundir.

Es necesario lograr un balance entre la programación oral y la musical aunque siempre hay que cuidar la producción de todo tipo de programa. Aun cuando se pasen tres o cuatro horas seguidas de programación oral si está bien producida, entretiene, informa, orienta, educa y presenta una variedad en estructura, voces, musicalización y hasta en experimentación, es factible que nuestro auditorio nos mantenga en su atención.

Para estos momentos, con ayuda de nuestro directorio de radioescuchas es factible tener un perfil de auditorio y con base en nuestras políticas, la opción de aumentar nuestros radioescuchas. Es improbable que una emisora radiofónica no considere ampliar su auditorio debe ser además de un deseo; un objetivo, una política y una aspiración y búsqueda permanentes.

Las series de programas hablados deberán estar perfectamente definidas en número con el fin también de presentar una variedad y cambio que los mismos radioescuchas consideren sano. Habrá algunos casos excepcionales donde la misma presión del público obligue a continuar o darle alguna variante.

Una forma de manejar las series es por medio de hojas-contrato que permitan considerar el número de programas, las características del mismo y las condiciones a través de las cuales se emitirá el programa.

Las series se sugieren por trimestre (12 programas) por semestre (24 programas) y algunos casos excepcionales por año (52 programas), contando que el programa pasará una vez por semana. Es fundamental tener los títulos iniciales de la serie o en el caso de temas de actualidad, con los indicadores por medio de los cuales se seleccionarán los temas y cómo se abordarán (criterios).

Programación musical

La programación musical, algo muy importante en toda emisora, por sus características básicas de entretenimiento, constituye un tema de profunda reflexión y hasta polémica. En el momento actual, las emisoras culturales se han vestido de etiqueta y aunque su conceptualización es muy amplia sobre cultura se dedican casi de manera exclusiva a tocar música clásica o música culta como también se le llama.

Hay un conjunto de argumentos que debemos tomar en cuenta antes de decidimos por la música culta:

1. La música culta sin un marco explicativo es tan inútil transmitirla como transmitir música popular-comercial sin instrumentos de análisis.
2. La música culta está en su gran parte, lejos de la idiosincrasia del radioescucha por cual se debe proceder a su transmisión paulatina con idea de educar el oído y el gusto musical por ella.
3. La música culta impide tocar una variedad mayor de música dado que ocupa espacios muy amplios.
4. Es importante la música culta, que exista tiempo para tocar, por ejemplo, la versión completa del Mesías de Haendel o una ópera wagneriana de más de cuatro horas de duración, y que tengan cabida en una emisora todo tipo de manifestaciones culturales de todos los países, pero dosificadas, explicadas (esto es, enmarcadas por un análisis o explicación y una orientación educativa).
5. Transmitir otros tipos de música que son parte de la historia también es indispensable: jazz, rock, folclore, épocas y corrientes son una labor necesaria.

Cuando se elabore una programación musical recuérdese que debe responder a una línea y no presentar una "ensalada" sólo por darle variedad a la programación musical. Es necesario insistir en esos indicadores de análisis que aparecen en un marco para la programación.

Acervo

La programación musical debe existir preferentemente en cintas ya que los discos se deterioran con facilidad. Cada cinta debe venir con su "Cabeza" esto es, una

identificación del nombre de la pieza y del nombre del autor, asimismo, en la medida de lo posible, un comentario sobre la obra.

Toda obra se deberá registrar en un fichero triple por:

Autor

Nombre de la obra

Género al que pertenece

Con estas tres opciones se facilita el manejo, además la ficha de registro deberá anotar los siguientes datos:

Duración exacta

Intérpretes

Comentario

Y tener espacio para poner la fecha en la que fue transmitida.

Como organizar una programación y elaborarla

Un hecho ideal es contar con un directorio de radioescuchas de donde se pueden tomar diversas muestras representativas que sirvan para detectar, a manera de termómetro, cómo recibe la gente la estación. Una vez logrado esto se puede hacer una programación sobre la base real de nuestros radioescuchas.

Aquí no cabe la discusión acerca del público no cautivo o presunto, sí es importante un patrón, y una muestra representativa puede ser muy significativa de la manera como se avanza o retrocede en el gusto de los radioescuchas constantes.

Recuerde que una programación desde el escritorio puede verse ideal, pero siempre hay que manejarla en términos factibles. Esto es, por una parte, las condiciones reales de la radio en cuanto a dinero y a personal capacitado para la elaboración de programas, por otra, el contar con una opinión confiable de radioescuchas. Esto sería el aspecto real, también dentro de la planeación tendríamos el proceso de marcar lineamientos generales para la programación a partir de las políticas, objetivos, y muy importante, a partir de una evaluación permanente que hacemos como radioescuchas críticos de nuestra propia emisora.

Conjugando esta parte, que es la ideal, y la anterior que es la real, tenemos que traducirla a un equilibrio donde se dé una programación factible que atienda a ambas situaciones.

Una y otra vez es necesario revisar esa programación en su lógica, en su coherencia, en su producción, de tal manera que se genere la idea de una emisora con una imagen elevada en el gusto y preferencia del público.

Recuérdese que esto es un trabajo de equipo, por más perfecta que pudiera quedar la programación, si no hay un especial cuidado en la producción, ésta puede echar por tierra cualquier programación.

Una vez que se tiene la programación es conveniente para un manejo eficaz, rápido y preciso, contar con un cuadro de la programación semanal del tamaño de una cartulina, que nos permita de una sola ojeada localizar los diversos programas del día.

Será muy útil también tenerlo en cuadros más manuales y repartir copias de ellos a las instancias involucradas en todo el proceso radiofónico.

Con este cuadro se puede elaborar la Relación de Continuidad. Esta relación precisa día y horas. Debe marcar con exactitud los programas y los cortes que se hacen.

Con esta relación de continuidad el trabajo de la programación musical y oral se

facilita en extremo. Es base primordial para el trabajo de programación musical que puede elaborarse con mayor exactitud.

A partir de esto y una vez contando con la programación diaria se elabora lo que se conoce como programación para uso interno. Esto es, una programación que se maneja en cabina para el operador, para el locutor, para continuidad y para los responsables de la programación oral y musical.

A continuación un ejemplo de guión, el guión es el representante de los contenidos. Los contenidos son los que determinan el atraer al lector o invitarlo a mover el botón o apagar su aparato.

Elabora tu tesis
Programa No. 1
Baena Paz Guillermina y
Montero Olivares Sergio

- OP ENTRA RUBRICA Y BAJA A FONDO
- LOC 1 Radio UNAM presenta...
- Elabora tu tesis... Lineamientos prácticos para hacer una tesis de grado.
- OP SUBE RUBRICA Y BAJA A FONDO PARA DESAPARECER
- LOC 1 Hoy presentamos... El traje del emperador o mitos y verdades acerca de la tesis...
- OP MUSICA DINAMICA BAJA A FONDO
- LOC 2
Voz femenina Y entonces dije... (decidida) ahora sí voy a a hacer mi tesis... Una temporada me dio cursitis, tomaba cuantos cursos de metodología o elaboración de tesis se me presentaban, pero no empecé la tesis, mientras más sabía sobre gnoseología y epistemología, me sentía más ignorante... Luego decidí empezar por escribir la introducción, pero como esta es lo último que se escribe, no tenía qué poner... Otra temporada leí, leí muchos libros sobre diversos temas (cansada), pero no inicié la tesis... Fui con varios maestros para que me asesoraran los contenidos de una tesis que aún no tenía clara... y no hice la tesis.
- OP ACORDE MUSICAL DRAMATICO
- LOC 2 Pero sabe qué es lo más duro de todo... el tener que soportar las preguntas de parientes y amigos todo el tiempo... (con énfasis) ¿Ya te recibiste? ¿Para cuándo? ¿Ya mero te titulas?... La gota que derramó el vaso fue cuando mi jefe me llamó y me dijo (finge voz gruesa y molesta) "en la próxima retabulación si no te titulas, no te toca"... por eso vine.

- LOC 1
Voz masculina (Seren, sonriente) Bueno ¿cuál consideras que sea tu problema prioritario?
- LOC 2 Ah, la metodología señor, es algo que no puedo entender, es muy difícil...
- LOC 1 Entonces permíteme que te cuente una historia...
- OP MUSICA DE EPOCA MEDIEVAL IDEA DE TRANSICION
- LOC 1 Este era un rey tan vanidoso, que todos los días estrenaba un traje nuevo... Un día llegaron dos timadores y le dijeron... (voz eufórica) nosotros le haremos el traje más maravilloso del mundo, porque tendrá la extraña cualidad de que sólo podrán verlo las personas inteligentes (sarcástico) imagínese podrá usted saber quiénes en su reino son los tontos... El emperador aceptó y les dio todo lo que le pedían así tejieron y tejieron una supuesta tela. Ni el rey, ni el primer ministro veían la obra, pero como no querían pasar por tontos hacían múltiples halagos del trabajo... Así llegó el día del estreno.
- OP MULTITUD. GRITOS. APLAUSOS
- LOC 2 Todo el pueblo vitoreaba al rey a pesar de que éste iba en ropa interior y es que tampoco la gente del pueblo quería pasar por tonta... Hasta que de pronto apareció un niño entre las piernas de algunos pobladores y al ver al rey gritó... (finge la voz de niño) el emperador está desnudo, el emperador está desnudo... Y todos se echaron a reír.
- OP RISAS DE MULTITUD SE MEZCLA CON MUSICA DE TRANSICION A EPOCA MODERNA
- LOC 2 A la metodología se le ha vestido con el traje del emperador. Se ha disfrazado de un halo mágico para hacer creer que sólo la pueden entender las mentes privilegiadas.
- LOC 1 Ya entiendo.
- LOC 2 La metodología nos ayuda a sistematizar y ordenar el conocimiento científico que es resultado de nuestra investigación... así que la metodología es indispensable para tu trabajo de tesis.
- LOC 1 No sabe usted qué gran peso me quita de encima.
- LOC 2 Sí que es un gran peso... Qué bueno que haya resuelto no seguir emulando a El Pípila, parece metáfora, pero no, titularse equivale a cargar un fardo pesado en el que familiares, amigos, jefe y

conocidos participan con permanente reclamo... ¿ya te recibis te? ¿para cuándo? ¿ya mero?... luego hablamos.

- OP SUBE MUSICA Y BAJA A FONDO PARA DESAPARECER
- LOC 2 Aquí el secreto sólo es uno... que te quieras recibir... Si esto te propones, con los lineamientos que te proporcionaremos podrás realizar un trabajo eficaz...
- LOC 1 ¿Pero acaso hay quienes no desean titularse?
- LOC 2 Desde luego, pero muchas veces es una resistencia inconsciente, de la cual ellos mismos ni se dan cuenta.
- LOC 1 ¿Cómo está eso?
- LOC 2 La tesis implica una ruptura psicológica que muchas personas no resisten o se niegan a vencer. Es compromiso... Es pasar de un estado pasivo a un estado activo donde tenemos que declararnos por una postura o por una aportación. Para muchos se vuelve incómodo el romper con ello y se niegan a elaborar la tesis. Se han dado casos de mucha gente que está a cinco, dos cuartillas para terminar e inclusive tiene ya la investigación lista y no se titula.
- LOC 1 ¿Cómo es posible?
- LOC 2 Son las múltiples resistencias psicológicas que no se pueden vencer. Ponen en marcha todos sus mecanismos de defensa. Lo mismo es para iniciar la tesis.
- LOC 1 ¿Qué se puede hacer ante esto?
- LOC 2 Lo primero es no dejar tiempo para que pongas en marcha los mecanismos de defensa. Luego tener la idea básica de que haz de terminar la tesis. No te quedes sólo con las recomendaciones, debes ponerlas en práctica. Para aprender a nadar hay que lanzarse al agua...
- OP PUENTE
- LOC 1 Orden, el principio del orden y quien bien inicia, bien termina...
- LOC 1 ¿Qué quiere decir con esto?
- LOC 2 Que el orden es nuestro rector... Examina tu vida personal.
- LOC 1 ¿Qué tiene que ver mi vida personal?

- LOC 2 Es definitivo... Elabora un plan personal para que contemples los siguientes aspectos.. tiempo para tomar tus tres alimentos, ocho a seis horas para dormir, tiempo de trabajo (si trabajas, desde luego), tiempo para divertirte, para transportarte... Ah, deja libres los sábados y domingos, es muy importante para ti, para lo que hagas y para los que te rodean el respeto a ese tiempo... Finalmente deja cuatro horas libres, de lunes a viernes para la investigación, si no pudieras bastaría un mínimo de dos horas diarias de trabajo... de lunes a viernes, claro.
- LOC 1 ¿Porqué es tan importante llevar este orden y respetarlo?
- LOC 2 Si no lo sigues caerás en constantes círculos viciosos. No comes porque tienes que estudiar, luego te sientes mal y tampoco estás lúcido, no podrás dormir por la preocupación de no avanzar y si no duermes, tu cansancio hará improductivo tu trabajo y así sucesivamente...
- OP PUENTE MUSICAL SE MEZCLA CON EFECTOS DE PUERTA QUE SE CIERRA. LLANTO DE BEBE. TELEVISION ENCENDIDA. OTRA VEZ LA PUERTA. QUEDAN A FONDO.
- LOC 1 (gritando) ¿Quién se llevó una carpeta que tenía sobre la mesa? ¿Dónde están los lápices? Callen a ese niño...
- OP SUBE EFECTOS Y BAJA PARA DESAPARECER
- LOC 2 No siempre tenemos las condiciones ideales para trabajar. Lo que debes hacer en este caso es conseguirte un espacio físico adecuado donde sólo tú puedas mover los papeles, un cajón o un archivero para guardar tu material y un librero donde puedas tener ordenados tus libros... Ah, procura que ese espacio tenga luz suficiente de día y buena luz por la noche.
- LOC 1 Tengo dificultades para trabajar durante el día yo asimilo mejor por la noche.
- LOC 2 Es muy importante conocerse. Hay personas a quienes les es difícil trabajar de noche así que será mejor que busquen un tiempo durante el día. Hay otras, en cambio, que se sienten lúcidas en la noche o en la madrugada. Primero conocerse y luego no descuidar los otros aspectos que mencionamos sobre descanso, alimentación y el resto de actividades.
- LOC 1 Estos consejos son fundamentales para empezar a trabajar. Y ya estoy decidida a elaborar mi tesis, sí estoy lista, ¿comenzamos?

- LOC 2 ¡Claro que sí... comenzamos!
- OP SUBE RUBRICA
- LOC RADIO UNAM PRESENTO
- ELABORA TU TESIS... Lineamientos prácticos para hacer una tesis de grado...
- OP SUBE RUBRICA Y BAJA A FONDO
- LOC En el próximo programa hablaremos de la selección del tema...
 Guionistas: Guillermina Baena Paz y Sergio Montero Olivares...
 En las voces de...
 En los controles...
 Este programa no podrá ser reproducido sin permiso de los autores y de esta emisora.
- OP SUBE RUBRICA Y SALE.

Conclusiones

La radio cultural en los municipios tiene un papel aún por cumplir, en muchos aspectos, particularmente en cuanto a los contenidos. La preparación profesional del equipo de trabajo, la creatividad y la imaginación de programadores, guionistas y productores, la capacidad para captar la idiosincrasia popular, su cotidianeidad, sus vivencias son elementos trascendentales para una radio cultural en los municipios.

Su cobertura amplia y su potencialidad para desarrollar un conjunto de imágenes auditivas que vuelvan al oyente participativo y a largo plazo transformador de su propia acción concreta, la radio está llamada a ser un medio de permanencia y de sentido trascendente.

Guillermina Baena Paz