

**REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL**

***Análisis y propuesta de programación para una Estación  
Radiofónica especializada en música clásica***

**Autor: Alejandra Zavala Pikett**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:  
Enrique Vargas García**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

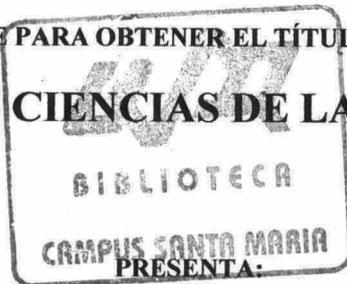
**ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“ANÁLISIS Y PROPUESTA DE  
PROGRAMACIÓN PARA UNA ESTACIÓN  
RADIOFÓNICA ESPECIALIZADA EN  
MÚSICA CLÁSICA”**

**T E S I N A**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**ALEJANDRA ZAVALA PICKETT**

**ASESOR:**

**M. P. ENRIQUE VARGAS GARCÍA**

**REVOE LIC000202**

**MORELIA, MICH., FEBRERO DE 2001**

ANÁLISIS Y PROPUESTA DE  
PROGRAMACIÓN PARA UNA  
ESTACIÓN RADIOFÓNICA  
ESPECIALIZADA EN  
MÚSICA CLÁSICA

## **ABREVIATURAS UTILIZADAS EN EL TRABAJO**

**a. C.:** antes de Cristo

**A.M.:** Amplitud modulada

**B. B. C.:** British Broadcast

**D. F.:** Distrito Federal

**F. M.:** Frecuencia modulada

**C.N.C.A.:** Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

**FONCA:** Fondo Nacional para la Cultura y las Artes

**IFE:** Instituto Federal Electoral

**IMER:** Instituto Mexicano de la Radio

**I.N.B.A.:** Instituto Nacional de Bellas Artes

**Págs.:** páginas

**Pop:** Se refiere a la música popular juvenil

**S.A. de C.V.:** Sociedad Anónima de Capital Variable

**S.E.P.:** Secretaría de Educación Pública

**T.V.:** Televisión

**UNAM:** Universidad Nacional Autónoma de México

**UNICEF:** United Nations Children's Fund (Fondo de las Naciones Unidas para la infancia)

**UVAQ:** Universidad Vasco de Quiroga

**V:** Volumen (bibliografía)

**A MIS PADRES Y HERMANOS:**

POR ESTAR CERCA DE MI Y  
APOYARME EN TODO MOMENTO.

**A MI HIJO PAOLO:**

QUE GRACIAS A SU EXISTENCIA  
TUVE LA GRAN MOTIVACIÓN DE  
REALIZAR ESTE PROYECTO.

**A MI ESPOSO NACHO:**

POR BRINDARME SU APOYO  
PARA LLEVAR A CABO TODAS  
MIS METAS.

**A MI ASESOR EL M.P. ENRIQUE**

**VARGAS GARCÍA:**

POR TENER LA PACIENCIA Y  
DEDICACIÓN PARA BRINDARME  
SU MUY VALIOSA Y SABIA  
ASESORÍA.

A TODOS MIS **AMIGOS** QUE ME  
APOYARON INCONDICIONALMENTE  
PARA LLEVAR A CABO MI TRABAJO.

## **ÍNDICE**

### **INTRODUCCIÓN**

- Planteamiento del problema.....	9
- Justificación.....	13
- Objetivos.....	15
- Marco teórico.....	17
a) Categorías	
b) Método	
c) Metodología	
- Sinopsis de las principales obras consultadas.....	22
- Explicación de contenidos.....	25

### **I. DIAGNÓSTICO DE LA RADIO EN MORELIA**

- Situación actual de la radio moreliana.....	28
a) Estaciones	
b) Tipos de programación	
c) Análisis de programación	
- Análisis y presentación de resultados.....	35

### **II. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA UNA ESTACIÓN RADIOFÓNICA ESPECIALIZADA EN MÚSICA CLÁSICA**

2.1. ESTRUCTURA RADIOFÓNICA.....	55
a) Radio comercial	
b) Recursos humanos	
c) Recursos Materiales	
d) Ubicación de la estación	
e) Concesionarios	
f) Publicidad	
g) Tipos de horario	

2.2. CONTENIDO RADIOFÓNICO.....	60
a) Música clásica	
b) Epocas	
c) Compositores	
d) Estilos Musicales	
e) Intérpretes	
f) Terminología Musical	
g) Elementos de la música para el receptor	
h) Información	
2.3. DIFUSIÓN.....	69
a) Receptores	
b) Grabaciones	
c) Transmisiones en vivo	
d) Propuesta de programación	
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>72</b>
<b>FUENTES.....</b>	<b>I</b>
a) Bibliográficas	
b) hemerográficas	
c) Electrónicas	

## **ANEXOS**

# INTRODUCCIÓN

Planteamiento

del

problema

El fenómeno de la radio comercial en la ciudad de Morelia, no sólo provoca una gran expectación hacia los medios por parte de los receptores (que son la mayoría de la población), sino que también evitan que el receptor sospeche de la existencia de otras posibilidades radiofónicas. Esto a su vez, se convierte en la ausencia de la satisfacción de una necesidad de todos aquellos receptores que gustan de escuchar música clásica, la cual ningún medio transmite en la actualidad de forma permanente.

Existen otros fenómenos importantes que provocan que la gente prefiera la radio comercial que tenemos en nuestra ciudad, y son la educación y la cultura que se han heredado familiar y socialmente. Por desgracia, existe una educación en la que se desconoce la importancia que tiene la cultura a niveles local, nacional e internacional. Tan es así que es por eso que existe la escasez de empleo en los campos de la cultura y el arte. Debemos reconocer que la cultura y el arte nos vuelve más sensibles para poder solucionar otro tipo de situaciones, y son una forma de conocer a través del tiempo la historia del hombre.

Por ello, no se pretende desplazar la radio comercial existente, más bien se intenta incluir una opción comercial con un contenido diferente, y que sabemos que es esperado por un gran círculo de posibles receptores. La importancia de este contenido al que nos hemos referido, estriba en que será de tipo cultural, sin la necesidad de que la estación radiofónica sea permisionaria. Queremos demostrar que en la radio comercial también puede haber cultura, y esto no es algo nuevo, ya que existen en el país estaciones de este tipo, en las que se elige un campo delimitado para ser difundido al público en general. Ahora deseamos que en Morelia también contemos con dicha opción.

La radio comercial, tan sonada y conocida en nuestra ciudad de Morelia, es lo que más encontramos en cantidad al encender nuestro radio; buscamos alguna estación en especial, o quizá no porque ya está sintonizada en nuestro cuadrante; porque pasan menos anuncios, porque pasan más música de moda, porque también pasan canciones en inglés; el caso es que por una u otra razón, pero al fin y al cabo música comercial es lo que buscamos, ya sea de banda, ranchera, o un poco más moderna; y si buscamos cultura, escasamente encontramos alguna estación en el cuadrante que transmite de todo tipo de música: comercial y no tan comercial, hasta lo más desconocido para el receptor; y nos preguntamos ¿qué es eso?, Quién sabe, porque no

hubo suficiente información. Cabe mencionar que nos referimos a música comercial como aquella que se transmite en radio comercial, y que se vende al máximo. En cambio la no comercial es la que se transmite en radio cultural, y ha sido creada para manifestarse, más que para ser vendida.

Para identificarse con alguna estación cultural de nuestra ciudad, se debe encender la radio a una sola hora de toda la programación diaria, porque el resto es de interés para todo tipo de receptor. Quizá aquellas estaciones culturales que encontramos en el cuadrante moreliano tienen la mejor de las intenciones en cuanto a contenido cultural, pero debemos reconocer que evidentemente, y con todo el respeto que se merecen, les falta personal realmente capacitado culturalmente para difundir la información necesaria con respecto a su tipo de programación; y por supuesto, no podemos olvidar que, por ser permisionarias, no cuentan con los recursos necesarios para poseer un buen personal.

Hemos de tener dos tareas importantes al presentar este trabajo de investigación: delimitar y conocer al receptor actualmente interesado en el proyecto, y al que podría llegar a serlo con un poco de persuasión de nuestra parte; y realmente llevarlo a cabo como una realidad cultural, material y profesional. ¿Porqué llevar a cabo esta aparente obsesión personal? Simple y sencillamente porque es necesario, porque existen razones poderosas para llevarlo a cabo, razones que se aprueban en dicho proyecto, como es el hecho de que existe mucha gente en nuestra ciudad que desearía escuchar a cualquier hora del día música clásica; además, si no se da a conocer algo así, el nuevo receptor pensará que no puede existir. ¿Y quién es el nuevo receptor? Pues todo aquel que por el momento no sabe que puede conocer otra opción radiofónica y musical.

Es importante pensar en una radiodifusora comercial, porque de esta forma se podrá contar con recursos suficientes para cubrir necesidades materiales y humanas, ya que se necesita de personal capacitado para difundir información vasta, y este trabajo no es muy sencillo, por lo que debe ser ampliamente reconocido y valorado. La cultura puede ser posible en radio comercial, ya que de hecho existe, no en nuestra ciudad, pero puede haberla aquí también. Y por supuesto realizaremos nuestro propio proyecto sin hacer réplicas de estaciones existentes, ya que cada ciudad tiene sus propias necesidades y su distinción con respecto a las demás.

Al oír mencionar el término música clásica, comúnmente se presta a pensar en algo aburrido y somnífero. Creemos que esto se debe a que no se tiene suficiente información acerca de ésta, y sobre todo, porque en nuestra educación tanto familiar como escolar, no se nos dio la oportunidad de conocerla. Nunca es tarde para empezar a hacerlo, pues hay gente que ni la escuchó con su familia, ni la conoció en la escuela, y ahora son incluso músicos y de los mejores. Es cierto que la genética inclina a ciertas preferencias, pero también hay casos en que esto se vuelve algo personal. Y si esto sucede a nivel vocacional, no creo que sea difícil que suceda a nivel de afición.

Ahora, lo único que nos falta, es empezar a emprender algo que nos beneficiará a toda la sociedad directa o indirectamente.

# Justificación

En Morelia contamos con un gran grupo de estaciones radiofónicas de tipo comercial, con una programación limitada en música popular y noticieros. Algunas otras estaciones que no son meramente comerciales, cuentan con una programación un poco más variada, pero con una identidad poco definida.

La idea de llevar a cabo el proyecto mencionado, es porque no existe una opción en nuestra ciudad, y sin embargo, contamos con un círculo de la población que lo desearía. Por esta razón, se desea llevar a cabo un proyecto de este tipo, en el cual, se transmita única y exclusivamente música clásica, y al mismo tiempo se informe acerca de las diferentes obras, de la vida de los compositores, de los intérpretes que intervienen, de los estilos musicales que hay en este tipo de música, de lo que ocurría a nivel social, político y económico en cada época, de los términos musicales más utilizados en la estación, y de lo que ocurre en nuestra ciudad en el ámbito cultural y artístico, con el fin de que el radioescucha disfrute al máximo lo que escuche. Para lograr dicha especialización, se desea realizar un proyecto de tipo comercial, y así pensar también en el aspecto económico.

Se considera necesario pensar en una calidad apta para aspirar una ubicación en la Frecuencia Modulada, ya que este tipo de música requiere de la mejor calidad de transmisión para disfrutarla al máximo.

Por lo anteriormente mencionado, nos podemos dar cuenta de que un proyecto de este tipo sería verdaderamente útil para la sociedad, en especial para los que gustan de la música clásica, al igual que intérpretes y artistas en general que desean proyectarse y dar a conocer su obra.

Una sociedad que posee este tipo de opciones puede considerarse afortunada, ya que sabemos que la cultura es un factor importante en la formación y educación. Otro aspecto importante es que se crearían fuentes de trabajo para comunicadores, técnicos, musicólogos, y toda persona que pueda contribuir para realizar una muy buena labor para nuestra ciudad.

En cuanto al quehacer de la comunicación, la cultura, la cual definimos en el marco teórico, juega un valioso papel, por las razones antes mencionadas, pensando en el beneficio de una sociedad bien consolidada, y alejada de todos los aspectos negativos que lastiman a la humanidad.

# Objetivos

### **Objetivo general:**

- a) Realizar un proyecto sobre la creación de una estación radiofónica de Música Clásica, con lo que se pretende ponerlo en manos de una institución adecuada que desee llevarlo a cabo en un plazo considerable.
- b) Delimitar y conocer al receptor interesado en el proyecto.
- c) Satisfacer una gran necesidad que tiene la población de la Ciudad de Morelia, de una nueva opción radiofónica y musical.

### **Objetivos particulares:**

- a) Para la unidad operativa: se piensa en la Universidad Vasco de Quiroga como posible institución, ya sea independiente o asociada a otra, para que tome el proyecto y lo lleve a cabo, tomando en cuenta que UVAQ tiene deseos de realizar algo similar.
- b) Para el universo de trabajo: se crearían fuentes de trabajo para comunicadores, musicólogos y técnicos.
- c) Para los investigadores: Se alcanzaría una importante meta profesional, no sólo para obtener una titulación, sino para algún día ver realizado un deseo, y considerarlo como una posible fuente de trabajo.
- d) Del trabajo: adquirir conocimientos preliminares para actualizarlos al finalizar la investigación, y así adquirir una apta preparación para enfrentar la posible consolidación del presente proyecto.

Marco

teórico

**Categorías:** Existe una terminología que se maneja o pretende manejar la sociedad, con respecto al problema de estudio, y que trataremos de mencionar de una manera sencilla y concisa, es decir, elaboramos nuestros conceptos operativos como se van a utilizar durante toda la investigación, de acuerdo a los conocimientos adquiridos tanto en el periodo universitario, como en las investigaciones realizadas para el presente trabajo.

Llamamos **CULTURA** al conjunto de características que posee el ser humano, como individuo y como integrante de una sociedad; estas características están vinculadas con su forma de vida, sus costumbres, su religión, su educación, su sociedad, su política, su economía, su ubicación geográfica, su lenguaje, su actividad o trabajo que desempeña, sus procesos intelectuales y su actividad artística, así como otras manifestaciones. Bajo este contexto se define la **SOCIEDAD** como todo grupo de individuos que comparten intereses similares, y que trabajan conjuntamente para satisfacer todas aquellas necesidades que sin el resto de dicho grupo no serían posibles. En una sociedad, cada individuo tiene responsabilidades que cumplir, pensando en el bien de su comunidad, y a su vez, satisfaciendo sus propias necesidades. Por ende, la **EDUCACIÓN** es aquella herencia que recibimos de nuestra familia y de nuestra sociedad; es todo lo que aprendemos desde que nacemos, hasta que morimos, y que nos da las bases para desenvolvemos como individuos, en la sociedad, en el campo profesional, y que define en cierta medida aspectos de nuestra personalidad.

Para nuestro campo particular de estudio, los **MEDIOS DE COMUNICACIÓN** son todos aquellos instrumentos de los que nos servimos para estar informados acerca de lo que ocurre en distintos puntos y momentos. Estos medios son capaces de transmitir distintos tipos de información, y de diferente manera. Son una fuente dirigida a una masa de diversa densidad. Los medios de comunicación masiva más utilizados en la sociedad son la radio, la T.V., la prensa, y en ocasiones el cine. El **EMISOR**, aunque regularmente es la fuente encargada de transmitir el mensaje a la masa, también sirve como ordenador del mensaje de otra fuente. El **RECEPTOR** es aquella masa que recibe el mensaje. Este tan mencionado **MENSAJE**, es la información que la fuente da al receptor, digamos que es la razón de la existencia del medio.

Así, la **RADIO** es un medio de comunicación masiva, percibido por el oído, que permite al receptor abrir su imaginación acerca del mensaje recibido. La radio es capaz de transmitir sonidos, ruido, música, lenguaje, y silencio, con el fin de crear un efecto en el receptor. Entendemos por **RADIO COMERCIAL**, aquella especializada en un solo tipo de música, o de información. Es concesionaria, es decir, subsidiada por sus propios medios y por medio de la publicidad que transmita. en cambio, la **RADIO CULTURAL** se encarga de difundir todo tipo de música e información al receptor, es decir, tiene alcance para todos los gustos posibles. Esta es permisionaria, es decir subsidiada por el gobierno, sin ninguna posibilidad de tener fines de lucro.

Por lo anteriormente expuesto, la **MÚSICA** es el arte de combinar los sonidos de manera ordenada y agradable al oído, dentro del espacio y del tiempo. La música ha sido, desde la antigüedad, una de las máximas manifestaciones del ser humano, y por la cual, nos hemos identificado de alguna manera. La música ha hablado por nosotros a través del tiempo acerca de nuestra historia, nuestro desarrollo social, político y económico; en ella se ve reflejada nuestra forma de vida. Llamamos **CLÁSICO** a todo aquello que sirve como modelo, como prototipo de alguna época, o de algún lugar, es todo lo que puede ejemplificar. También nos hemos de referir a todo el que pertenece o perteneció al período clásico, el cual podemos situarlo en el siglo XVIII. Al hablar de **MÚSICA CLÁSICA**, estamos utilizando un término que la sociedad en general ha impuesto. Se puede pensar en música clásica como modelo o prototipo de esta manifestación artística, abarcando cualquier época de la historia. Para quienes se dedican a la música, el término música clásica es empleado específicamente en la música perteneciente al período clásico, aunque lo entienden también como lo entiende la sociedad en general, con el fin de abrir la comunicación músico-sociedad. Para el músico, existen clásicos dentro de la música clásica, que son todos aquellos conocidos por la sociedad, y solicitados por ésta.

También se ha llegado a citar dicha música como **CULTA** o **UNIVERSAL**; hemos de evitar utilizar estos términos, ya que a la sociedad que gusta de la música comercial, le ofende escuchar el término culta en la música clásica,. Finalmente, cualquier tipo de música habla de la cultura que posee cada uno de los diferentes receptores. En cuanto al término universal, se ha empleado tan poco, que ocasiona confusiones,

como si se tratara de un nuevo estilo musical. Dentro de la música clásica, encontramos distintas nacionalidades, muy diferentes una de la otra. Pero lo más común, conocido y utilizado es música clásica, y no seremos la excepción.

El gusto popular de la radio se ha centrado en la música comercial, música transmitida por radio comercial. La radio comercial no es sinónimo de música comercial, como nos podemos dar cuenta en lo explicado anteriormente. En la radio comercial podemos encontrar múltiples opciones para diferentes preferencias; esto no quiere decir que transmitiremos todo tipo de música en una sola estación, sino que podemos diseñar una radiodifusora con cualquier tipo de mensaje a especializar.

Todos estos conceptos manejados en el presente marco teórico, han sido conclusiones de acuerdo a los conocimientos adquiridos durante la investigación.

#### **Método: Estructural-Funcionalismo.**

Emplearemos este método, que es un enfoque macrosociológico acorde al fenómeno de la comunicación. Dicho enfoque se compone, como su nombre lo indica, de dos partes, el Funcionalismo y el Estructuralismo.

El estructural-funcionalismo explica los fenómenos sociales y su relación dentro del sistema social (Comte). Spencer sostiene que la estructura social funciona igual que el organismo humano. Para Durkheim, la función es la satisfacción de una necesidad. Radcliffe-Brown difiere de Durkheim en que la función no se relaciona con las necesidades, sino con las condiciones de existencia. La estructura es entendida como una serie de relaciones entre entidades. Entre estructura y función se forma una unidad. En la estructura social encontramos las relaciones e interacciones entre los hombres que conforman su vida social. Malinowsky define función como un papel que juega una institución en el esquema total de la cultura. Para Parsons, la función es integración de la estructura; esta estructura constituye el sistema social, el cual no existiría sin seres vivos.

- **Estructuralismo:** estamos hablando del proyecto de una gran estructura, de una estación radiofónica, la cual estará integrada por una sociedad que trabajará conjuntamente para lograr un fin común, que es la difusión de la música clásica. Esta estructura estará conformada por las instituciones encargadas de llevar a cabo dicho proyecto, así como el personal técnico, los comunicadores, los musicólogos, etc.
- **Funcionalismo:** esta gran estructura a la que nos referimos, tiene una función primordial, ese fin común que hemos citado, y que, creado por una sociedad, está satisfaciendo las necesidades del resto de la gran sociedad, que es el receptor.

Cada órgano de esta gran estructura, cumple con una función que complementa al resto, para que la función de los demás sea también satisfactoria

**Metodología:** para abordar la presente investigación, se tuvo que recurrir a la consulta de fuentes bibliográficas, hemerográficas, que permitieron crear los contextos generales para así ir desarrollando la investigación. Un aspecto fundamental fue el hecho de aplicar instrumentos de recolección de datos como la encuesta, la entrevista y el cuestionario entre diversos sectores de la población, para elaborar un diagnóstico de factibilidad para que se pudiera operativizar dicha estación. Finalmente, se hizo el vaciado, la interpretación y la cuantificación de dichos datos, permitiendo la elaboración de la presente propuesta de tesina.

Sinopsis de las  
principales  
obras  
consultadas

Armand MATTELART, Mabel PICCINI, y Michèle MATTELART, en su obra "Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal", nos presentan un estudio de uno de los principales medios masivos, la prensa, pero con un enfoque sociologista, es decir, estudia a la sociedad para poder definir a la prensa de acuerdo a las reacciones de aquélla. Específicamente se refiere a la prensa liberal. Presenta un análisis ideológico, habla del poder informativo, estudia la prensa dirigida a la juventud (revista de ídolos y pseudo-amorosa) y su influencia sobre ésta.

Fátima FERNÁNDEZ Christlieb, en su obra "Los medios de difusión masiva en México", nos presenta una historia general de los medios de difusión masiva en México, con el propósito de explicar las razones por las cuales se planteó el derecho a la información en el marco de la reforma política, especialmente en la radio y la televisión. Explica cómo se formó la industria de la radio y la televisión en México, hace un análisis del estado de Puebla como ejemplo de la centralización de la industria radiofónica en México, habla del derecho a la información, así como de la situación del nuevo orden informativo internacional relacionado con la política nacional de comunicación en México.

Serafina LLANO, y Óscar MORALES, en su obra "La radiodifusión en México", estudian la radiodifusión en México de manera sistemática y estructurada, tomando muestras representativas de radiodifusoras comerciales de amplitud modulada en nuestro país. Analiza datos y características de dichas estaciones, presentando tablas y cuadros que ilustren la información. Llega a conclusiones acerca de los programas de entretenimiento, musicales, publicidad y propaganda, informativos y educativos, como contenido real de las radiodifusoras mexicanas de muestra.

Jaime SEPTIÉN Crespo, en su obra "Comunicación y sociedad. La industria de la radio y la T.V. en México", Tomo I, nos permite apreciar la estrecha relación que existe entre la radio y la sociedad. Este ejemplar contiene los rasgos esenciales del trabajo en la radio y sus aspectos culturales y sociales. Son editados más tomos en los cuales se va deteniendo la redacción para hablar con toda calma de otros aspectos de la radio, y no contener todo resumido en un solo libro.

Robert McLEISH, en su obra "Radio production a manual for broadcasters", nos explica ideas fáciles de entender acerca de la radio, su estudio y su producción. Profundiza en aspectos técnicos, de contenido y de receptor. El contenido de este libro se refiere a temas sobre guionismo, noticias, redacción, publicidad, programas de discusión, retroalimentación, radioescuchas, música, comentarios, grabaciones, documentales, producción y evaluación.

Mario KAPLUN, en su obra "Producción de programas de radio", habla acerca de temas relacionados con el contenido, la técnica, la realización y la pedagogía de la radio. Habla de aspectos educacionales, la naturaleza de la radio, su lenguaje, factores básicos, proyección, guionismo, producción, ejecución, y aspectos particulares a los mencionados.

José MARTÍNEZ Abadía, en su libro "Introducción a la tecnología audiovisual: .televisión, video, radio", toca temas generalizados acerca de la producción audiovisual, como T.V. En cuanto a la radio, cuenta con temas de comunicación sonora, como aspectos físicos, transmisión y estudios y espacios para radio.

Explicación

De

Contenidos

En la presente tesina, se propone un índice, que consta de una introducción y dos capítulos; en estos últimos, los temas que abordaremos son: diagnóstico de la radio en Morelia, y propuesta de programación para una estación radiofónica especializada en música clásica.

En la introducción, haremos un breve comentario acerca de la situación actual en la radio moreliana. Plantearemos nuestra intención y objetivo que representa el realizar la presente propuesta de estación, y llevarla a cabo en un futuro como una realidad. Hablaremos de la importancia que tiene el difundir la cultura, y que esto se puede hacer también en radio comercial. Señalaremos y probaremos la importancia que tiene específicamente la música clásica y su función en radio. Mencionaremos la necesidad que hay en nuestra ciudad de este tipo de proyectos, y los beneficios que podemos obtener.

En el diagnóstico de la radio en Morelia, mencionaremos las estaciones existentes en nuestra ciudad, los tipos y análisis de programación. Se presentarán además resultados de un análisis por medio de cuestionarios a 300 personas de distintos ámbitos sociales

Dentro de lo que es estructura radiofónica, se tratarán temas relacionados con lo que es radio comercial, y se hablará de recursos humanos, materiales, ubicación de la estación, concesionarios, publicidad y tipos de horarios. Se mencionará la importancia de ser radio comercial con contenido cultural.

En el contenido radiofónico, definiremos y hablaremos del elemento principal de nuestro proyecto, que es la música clásica. Situaremos las épocas en que se ha venido desarrollando dicho arte, con el propósito de organizarlas dentro del contenido.

Hablaremos de los compositores, los estilos musicales, los intérpretes, y hablaremos de la terminología musical que el receptor requiere para comprender nuestros mensajes; también trataremos elementos paralelos a la música que al receptor puede interesar. Mencionaremos la importancia que tiene la información general para todo tipo de receptor.

En lo que a difusión se refiere, hablaremos de los tipos de receptores que pueden haber, de las grabaciones que favorecen la calidad de transmisión, de transmisiones en vivo de actividades relacionadas con la cultura, así como de difusión y transmisión de conciertos específicamente.

Por último, se ofrecerán propuestas acerca del trabajo de investigación por medio de conclusiones y fuentes, que servirán como referencia al tema de investigación.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

DE

LA RADIO

EN MORELIA

## **I. DIAGNÓSTICO DE LA RADIO EN MORELIA.**

### **Situación actual de la radio moreliana**

#### **a) Estaciones:**

Dentro del cuadrante de Amplitud Modulada, encontramos once estaciones de diversos géneros musicales, como son, XEREL Radio 1550, XEI Radio Morelia, XESV Radio Nicolaíta, Estéreo Mía, XEKW Bonita, XERPA Radio Ranchito, La tremenda, XEATM A toda máquina, XEMM Radio Acir, XELY Radio Moderna, y XELQ Radio Fórmula. En la Frecuencia Modulada encontramos tres estaciones: Morelia Estéreo, Spazio, y Estéreo Mía.

#### **b) Tipos de programación:**

1. XEREL Radio 1550: consta de programas informativos, musicales, series noveladas, infantiles, enlaces con T.V. y programas a nivel nacional. Está dirigido a radioescuchas de todas las edades. Transmite todo tipo de música. Los programas informativos tienen que ver con diversos temas como políticos, sociales, económicos, culturales, médicos, deportivos y de entretenimiento.
2. XEI Radio Morelia: cuenta con programas de opinión y quejas por parte de la sociedad acerca de temas ciudadanos, vía telefónica, programas de debate con especialistas invitados, deportivos, infantiles, musicales, informativos, de temas esotéricos. La música que transmite por lo general es de gusto popular como Rock and Roll, popular en español, de banda, ranchera y tropical.
3. XESV Radio Nicolaíta: es una estación cultural con programación para todas las edades y con información noticiosa, cultural, de ciencia y de investigación. La música a transmitir es selecta en diversos ámbitos. Cuenta con programas acerca de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
4. Estéreo Mía: es la única estación ubicada en AM y FM. Está dirigida a la juventud; transmite música novedosa tanto en inglés como en español. Transmite además programas informativos, complacencias, horóscopos, y enlaces nacionales.

5. XEKW Bonita: en su mayoría cuenta con programación musical de gusto popular y programas deportivos, la mayoría de estos vía satélite desde la Ciudad de México.
6. XERPA Radio Ranchito: transmite principalmente música ranchera, de banda, quebradita y grupera. Cuenta con noticieros de nota roja y radionovelas.
7. XELIA La Tremenda: su principal objetivo es transmitir música de banda, quebradita y grupera. No cuenta con espacios informativos.
8. XEATM A toda máquina: su programación consta de música grupera, quebradita, de banda y ranchera. Además, transmite noticieros, complacencias, deportes y programas vía satélite.
9. XEMM Radio Acir: cuenta con programas informativos, musicales, misceláneos, de entretenimiento, médicos, deportivos, culturales y educativos. La programación musical es de gusto popular. Tiene programación vía satélite.
10. XELY Radio Moderna: es de corte juvenil, con programas informativos, musicales y enlaces vía satélite. La música que transmite es de lo más novedoso que hay en inglés y español.
11. XELQ Radio fórmula: es una radiodifusora de la Ciudad de México. En nuestra ciudad, esta estación transmite en su mayoría la programación del D.F. con algunos programas morelianos. Los temas radiofónicos son: noticias, hogar, consejos, política, economía, sociedad, deportes, entretenimiento.
12. Morelia estéreo: estación musical en su totalidad con las novedades en inglés y español, de la preferencia de los jóvenes. Sus programas tienen que ver con el aspecto musical.

13. Spazio: en general transmite música programada de tipo juvenil en inglés y español, con muy pocos programas, pero que tienen que ver con la música que se programa. Sólo uno de estos programas es de música clásica.

**c) Análisis de la programación:**

Radio 1550 se autonombra radio cultural, o "la otra radio"; cultural por su contenido, pero, siendo realistas, es radio comercial, ya que, por medio de su publicidad consigue subsidio económico. Sus programas musicales en su mayoría cuentan con información paralela, aunque en música clásica les hace falta más asesoría para informar. En general su programación está dirigida a todo tipo de auditorio. Entre semana podemos escuchar programas musicales y no musicales, o complementados con música. Los sábados está más enfocado a los niños, y los domingos la programación es por lo general musical, no hay muchos programas de análisis o charlas como entre semana.

En la XEI Radio Morelia, sus programas de opinión y denuncia son un buen foro de expresión, pero falta un mediador que canalice sus quejas a autoridades correspondientes. En sus espacios musicales, hace falta una estructura más definida sobre todo en fin de semana. Entre semana hay tanto programas de análisis, como musicales, son pocos los espacios de música programada. Durante el sábado aumentan los espacios de música programada, y casi todos los programas son musicales. Los domingos únicamente transmiten música programada.

Se considera a Radio Nicolaíta la estación más rica del cuadrante, pese a sus carencias económicas. En ella se observa una gran preocupación por llegar a todo tipo de receptores, incluyendo poblaciones indígenas a las que se dirigen por medio de su propio lenguaje. La música que se transmite en general, desde la más popular, es de lo más selecto. Cuenta con un buen número de noticieros culturales, como estación cultural que se dice ser, y que lo es. En cuanto a música clásica, falta bastante información y asesoría para programarla, ya que en ocasiones hasta interrumpen las obras en los momentos más climáticos. Al escucharla durante toda la semana, podremos darnos cuenta que su programación está equilibrada a lo largo de toda la semana, pues la tendencia de sus programas no varía entre la semana y los sábados y domingos.

Acerca de Estéreo Mía no hay mucho que decir, ya que es una estación caracterizada por su sencillez para programar. Y esto no quiere decir que sea mala. Esta sencillez logra que Estéreo Mía se dirija a una población específica: los jóvenes. Su presencia tanto en AM como en FM hace que esté al alcance de muchos radioescuchas. Como en la mayoría de las estaciones de nuestra ciudad, sus programas que se transmiten durante la semana son musicales, algunos noticiosos, otros de horóscopos, pero durante el fin de semana escuchamos únicamente música programada, y prácticamente ningún enlace noticioso, o de tipo local.

"Bonita" tal vez sea la estación que no tenga radioescuchas definidos por su diversidad de programación musical. Lo que podemos observar es una fuerte tendencia a los programas deportivos; quizá en este aspecto se defina un poco el tipo de radioescucha, pero el aspecto musical es importantísimo para elegir la estación favorita. Durante el fin de semana, la tendencia hacia el deporte aumenta, ya que los sábados se habla de fútbol, y los domingos, aparte de este mencionado deporte, podemos disfrutar de la fiesta brava.

En Radio Ranchito podemos encontrar una estructura definida en cuanto a programación, ya que está dirigida a un estrato social que gusta de escuchar música ranchera y otros géneros paralelos como son música grupera, de banda y quebradita. Utiliza un lenguaje sencillo y fácil de entender, que es el que utilizan sus radioreceptores. En cuanto a noticieros me parecen más que amarillistas, y sería bueno que la estación lo reconsidere. Su programación está estructurada igual para los siete días de la semana.

La Tremenda es igual que Radio Ranchito, tiene su público bien definido, y su programación estructurada para éste. Lo que sí le hace mucha falta son espacios informativos para no caer en lo superficial. De lunes a viernes cuenta con programas diversos dentro del mismo género que transmite; los sábados sólo tiene un programa fuera de lo que es la música programada, y el domingo pasa única y exclusivamente música programada sin ningún programa en especial. Así pues, la otra radiodifusora "grupera", A toda máquina, es del mismo corte, pero con la diferencia de que cuenta con espacios noticiosos y enlaces vía satélite, lo que la hace más completa y mejor estructurada; su programación no varía durante los siete días de la semana.

Si queremos escuchar programas de radio producidos en la Ciudad de México, seguro debemos escuchar Radio Acir. En dicha estación podemos disfrutar de espacios informativos, deportivos y de entretenimiento producidos y transmitidos vía satélite desde la Ciudad de México. Y por si esto no fuera suficiente, podemos gozar de programas morelianos con el mismo corte. Esto hace a la estación un conjunto de opciones para todo tipo de público interesado en estar bien informado. En cuanto a programación musical, existe una gran variedad para gustos diversos, popularmente. Información y música son dos elementos que hacen que una estación sea plena, siempre y cuando estos dos elementos estén correctamente fundamentados. Los sábados cuenta con programas informativos y de temas de interés general, además de sus programación musical. Los domingos es 100% programación musical. Radio Moderna es una de las tantas estaciones juveniles que existen en el cuadrante moreliano, transmitiendo música tanto en inglés como en español. Sus programas informativos son de origen local y nacional, lo que hace que los radioescuchas tengan la oportunidad de estar informados a través de diversas fuentes. Su programación no varía durante la semana.

Como Radio Acir, Radio Fórmula transmite en su mayoría programación del D.F., y uno que otro programa moreliano. ¿Qué pasó con nuestra estación local? Al parecer se acabó la creatividad moreliana, y mejor se cubrió el espacio con la producción capitalina. Al igual que las demás estaciones de Cadena Rasa, no varía su programación durante la semana.

Una teoría afirmativa a priori acerca de la radio moreliana sería que la población prefiere FM, quizá por su calidad de transmisión, y tal vez también porque ahí se encuentran las estaciones que prefiere la juventud, donde hay mucha música y pocos o casi nada de noticieros. Tales son el caso de Spazio y Morelia Estéreo, que más bien se enfocan a los jóvenes como receptores. En Spazio, los programas que transmite durante el fin de semana son musicales; en Morelia Estéreo, los domingos transmite complacencias a través de Domingo Interactivo.

Es evidente que en general, la radio moreliana tiene muchos noticieros pero también pienso que hay demasiadas estaciones gruperas y juveniles; y la cultura la encontramos en muy pocas estaciones, y viviendo

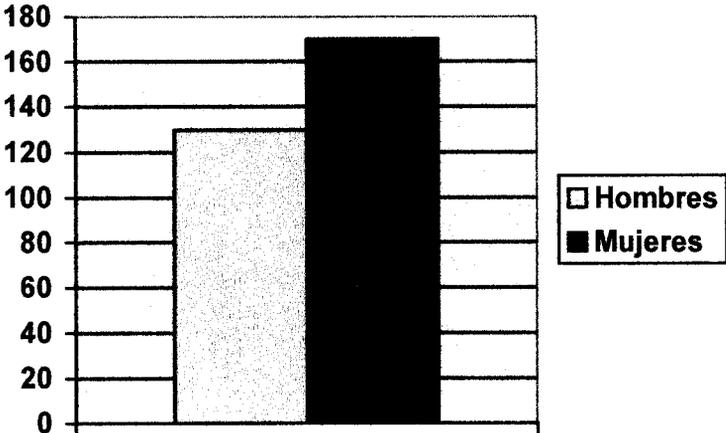
en una ciudad tan llena de acerbo cultural, deberíamos tener más foros de expresión de la cultura, y espacios para que el artista se manifieste y se dé a conocer.

Análisis y  
presentación  
de  
resultados

El presente diagnóstico tiene como sustento la aplicación y recogida de información a través de un cuestionario aplicado a 300 personas de diversas profesiones y ocupaciones, con el fin de ampliar en lo posible nuestro campo de estudio; de dicha aplicación se obtuvo que 170 de las personas cuestionadas son mujeres, el resto son hombres, es decir, por cada tres mujeres, hay dos hombres aproximadamente. Las mujeres representan el 56.6% y los hombres el 43.4% de los encuestados. Por lo tanto, la mayoría son mujeres. (Véase gráfica I). Lo cual ratifica en una pequeña muestra que en términos poblacionales, sigue existiendo una preponderancia del sexo femenino respecto del masculino, pero a la vez desmiente la tendencia popular que se ha manejado de manera informal, de sostener que por cada varón existía una proporcionalidad de 5 a 7 mujeres.

**HOMBRES Y MUJERES ENCUESTADOS**

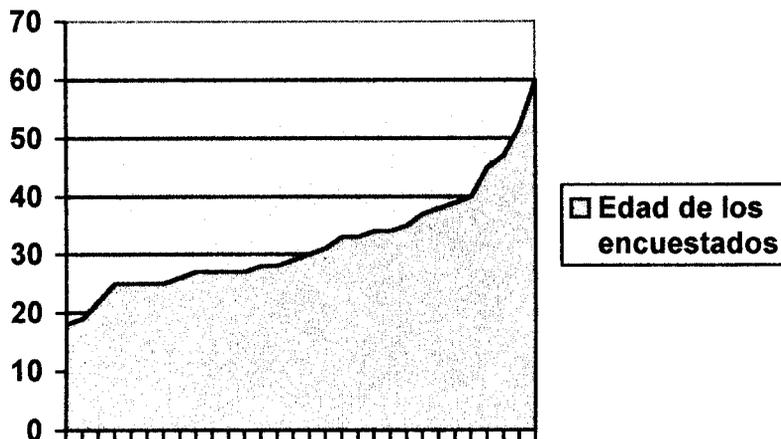
**GRÁFICA I**



Asimismo la mayoría de la población encuestada oscila entre los 18 y los 60 años de edad, independientemente del sexo, observándose que el potencial de radioescuchas oscila entre los 25 y 30 años. Esta información se confirma sólo para el caso de los hombres, ya que entre ellos, las edades en las que más se escucha radio es entre los 25 y 51 años (véase gráficas II y III), donde claramente se aprecia que la tendencia central se ubica preferentemente en el rango antes mencionado, e incluso se les puede considerar en una edad ideal para lo económico, o en la considerada de capacidad para ser más productivo.

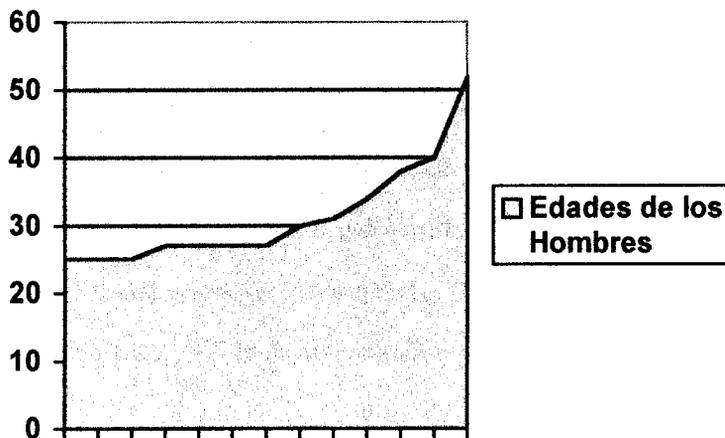
## EDADES DE LOS ENCUESTADOS

### GRÁFICA II



## EDADES DE LOS HOMBRES

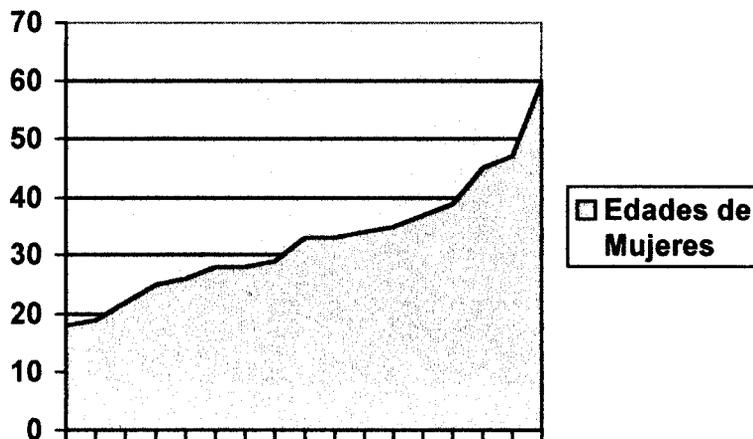
### GRÁFICA III



Caso contrario se observa en las edades de las mujeres que escuchan radio, ya que estas oscilan entre los 33 y 39 años, lo que seguramente determinará un gusto o preferencia por alguna variante de la propia música clásica (véase gráfica IV), donde el rango de edad es más alto respecto de los hombres, y en lo que se puede apreciar que el rango no rebasa los 60 años de edad, lo que de entrada se obtiene que la mujer es en términos poblacionales más joven respecto de los varones.

## EDADES DE MUJERES

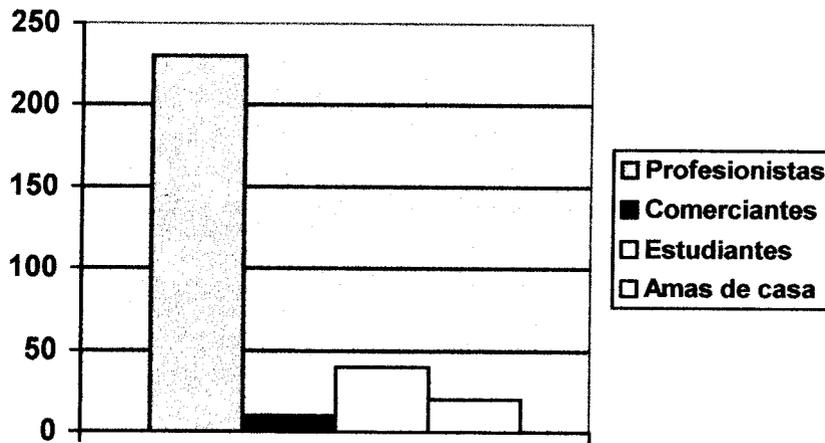
GRÁFICA IV



Ahora bien, podemos relacionar las edades de los radioescuchas con sus ocupaciones encontrando que de los 300 encuestados 230 son profesionistas, dentro de los que sobresalen: 10 agrónomos, 10 programadores de sistemas de cómputo, 30 contadores públicos, 10 licenciados en derecho, 20 odontólogos, 30 profesores, 10 licenciados en administración de empresas, 10 médicos veterinarios zootecnistas, 10 técnicos en turismo 10 comunicólogos, 10 empleados administrativos, 10 ingenieros en electrónica, 20 ingenieros químicos, 10 arquitectos, 10 políglotas, 10 diseñadores gráficos y 10 publicirrelacionistas. Se observan también 10 comerciantes, 40 estudiantes y 20 amas de casa, lo cual quiere decir que el 76.6% de los encuestados son profesionistas, el 13.33% son estudiantes, el 3.33% comerciantes y el 6.66% amas de casa. De la información anterior se deduce que de los 230 profesionistas, 120 son mujeres, encontrándose entre las profesiones más comunes, 10 diseñadores gráficos, 30 contadores públicos, 10 políglotas, 10 licenciados en derecho, 10 comunicólogos, 10 técnicos en turismo, 30 profesoras y 10 cirujanos dentistas (véase gráficas V y VI). Lo anterior vuelve a confirmar lo sostenido inicialmente de que en términos poblacionales sigue habiendo preponderancia de mujeres respecto de hombres.

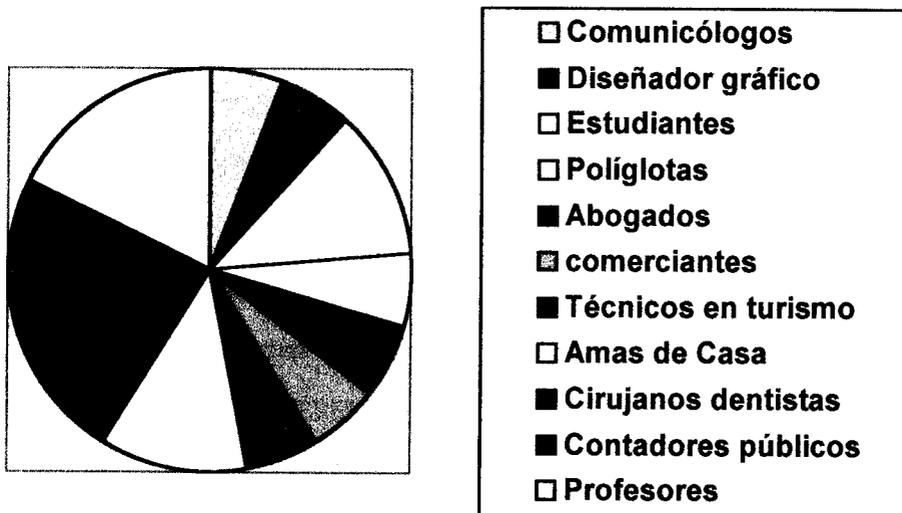
## OCUPACIONES

GRÁFICA V



## OCUPACIONES DE MUJERES

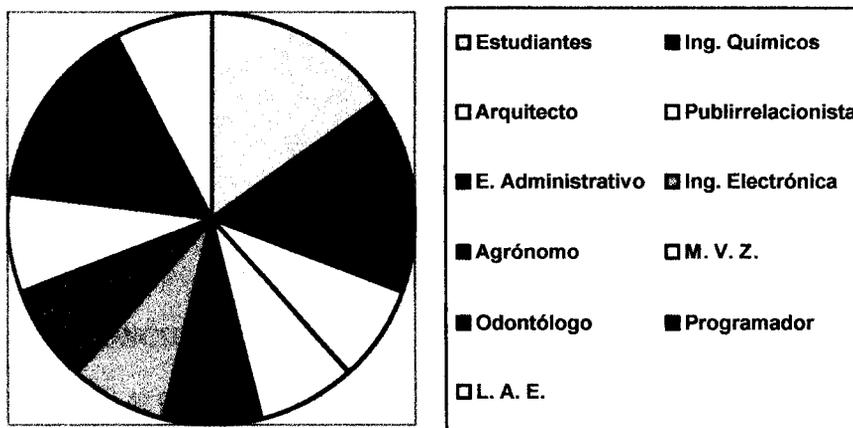
GRÁFICA VI



De los 130 hombres encuestados, 110 son profesionistas, encontrándose entre las profesiones, 10 licenciados en administración de empresas, 10 empleados administrativos, 10 ingenieros en electrónica, 10 programadores de sistemas de cómputo, 10 publicirrelacionistas, 10 arquitectos, 20 ingenieros químicos, 10 agrónomos y 10 odontólogos (véase gráfica VII).

## OCUPACIONES DE LOS HOMBRES

### GRÁFICA VII



Una vez analizadas las variables, edad y sexo, se procedió a la valoración de cada uno de los ítems del cuestionario en su parte concreta, para la recogida de datos que permitieron iniciar el diagnóstico. Cada cuestionario aplicado consta de 15 preguntas con 5 opciones a responder, a excepción de la No. 11 con seis respuestas, y las 11, 12 y 15 con 7 respuestas (véase anexo I apéndice).

### 1. ME AGRADA LA MÚSICA CLÁSICA

En la pregunta No. 1 se cuestionó sobre el gusto por la música clásica, dando como respuestas BASTANTE, REGULAR, ME ES INDIFERENTE, POCO Y NADA. El 60% respondió BASTANTE, el 33% REGULAR, el 3.3% ME ES INDIFERENTE, y otro 3.3%. Lo que nos indica que en términos poblacionales existe una tendencia a escuchar música clásica, situación que está siendo desaprovechada, ya que de cada diez, seis al menos serían radioescuchas cautivos, asimismo tres de cada diez escucharán con regularidad una posible estación, en cambio el 0.6% de la población sobre diez indica que no escucharía la estación, en términos de lo anterior se puede sustentar que base a la muestra levantada, más del 90% de la población tiene una tendencia a escuchar música clásica, lo que aseguraría la comercialización para el mantenimiento de dicha estación (véase gráfica VIII).

## GRÁFICA VIII

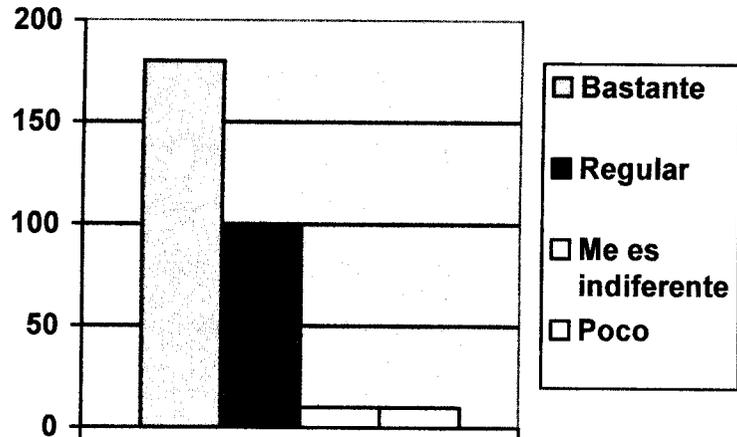
### Pregunta número 1

Bastante: 180 = 60%

Regular: 100 = 33%

Me es indiferente: 10 = 3.3%

Poco: 10 = 3.3%



## 2. DISFRUTO DE IR A CONCIERTOS

En la pregunta no. 2 se cuestionó el gusto por asistir a conciertos, y se registró que al 56% le gusta BASTANTE, al 30% REGULAR, al 3.3% LE ES INDIFERENTE, y a un 10% le gusta POCO. Lo anterior constata que sigue habiendo un público que más de un 50% de los encuestados asiste a conciertos cuando ocasionalmente hay, es decir, las variables gusto por la música y asistencia a conciertos se correlacionan positivamente indicando que de cada dos encuestados uno al menos escucharía dicha música, y asiste a conciertos, esto último quizá podría ser tomado como un elemento de reforzamiento para motivar el gusto hacia la música clásica e ir creando un posible radioescucha especializado en este quehacer artístico y comunicacional; así se comprueba que sí existe contrariamente a lo que en términos de sociedad se cree, una demanda poblacional para que exista una estación de este tipo (véase gráfica IX).

## GRÁFICA IX

### Pregunta número 2

Bastante: 170 = 56.6%

Regular: 90 = 30%

Me es indiferente: 10 = 3.3%

Poco: 30 = 10%



### 3. ACERCA DE COMPOSITORES, OBRAS Y SU HISTORIA, YO SÉ. :

En la No. 3 se recabó información acerca del conocimiento que tienen los encuestados sobre compositores, obras y su historia, encontrando que el 40%, es decir 120 sujetos, tiene un conocimiento REGULAR es decir, entendiendo por ello que se ha escuchado o leído sobre compositores conocidos como Mozart, Beethoven, Bach, desconociendo a aquellos como Webern, Schütz, Charpentier. El 53% conoce POCO, y el 6.6% NADA. Por lo que en términos generales se puede afirmar que hay un desconocimiento general de la población sobre la música clásica, y los personajes que la conforman. Si no se conocen estos aspectos esenciales, luego entonces difícilmente escucharán música clásica (véase gráfica X). Por lo que uniendo las tres variables en términos de porcentaje, el 60% del gusto por la música clásica, el 56% de la asistencia a conciertos, y el 40% de conocimientos sobre compositores nos da una media de 52%, lo que valida lo expuesto anteriormente de que por cada dos encuestados uno escucha música clásica (véase gráfica IX).

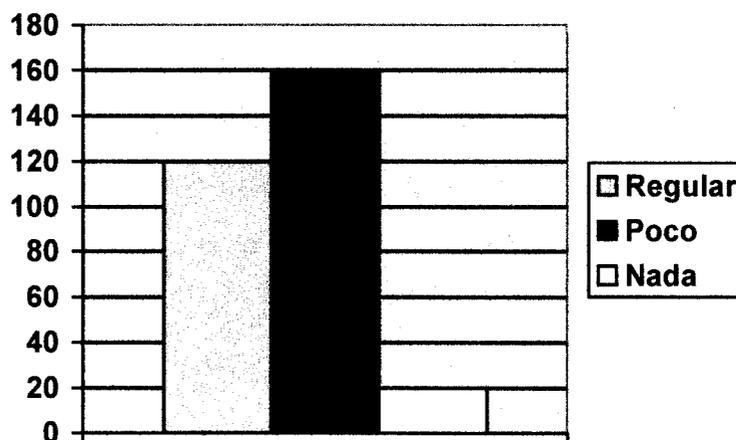
#### GRÁFICA X

##### Pregunta número 3

Regular: 120 = 40%

Poco: 160 = 53.3%

Nada: 20 = 6.6%



### 4. LA FORMACIÓN FAMILIAR Y SOCIAL ES DETERMINANTE EN EL GUSTO POR LA MÚSICA

Intentando cualificar lo anterior y darle un sentido a través del contexto de dos unidades fundamentales como son sociedad y familia, a los encuestados se les preguntó si la formación familiar y social es determinante en el gusto por la música, obteniéndose que el 56.6% considera que sí, el 40% opina

que NO SIEMPRE, y el 3.3% está en DESACUERDO con la pregunta mencionada. Situación que ratifica lo que se mencionó anteriormente de que el gusto por la música clásica y el conocimiento acerca de ésta, no es un problema ni escolar ni familiar exclusivamente, sino que se concretiza en la formación del tipo de sujeto que desde lo social se pretende generar (véase gráfica XI).

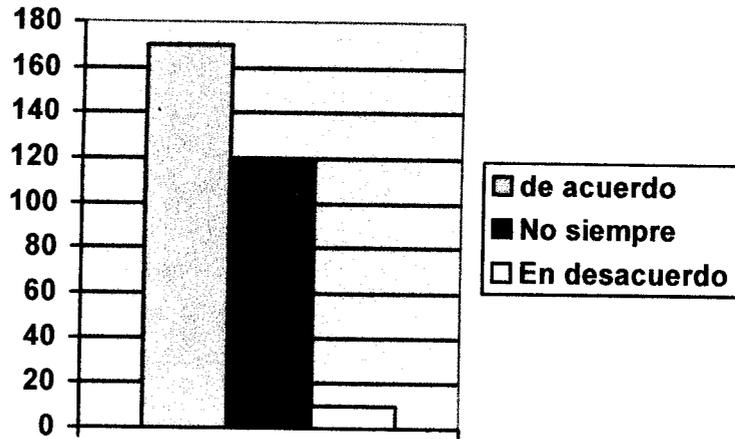
### GRÁFICA XI

#### Pregunta número 4

De acuerdo: 17 = 56.6%

No siempre: 120 = 40%

En desacuerdo: 10 = 3.3%



### 14. ¿DE LAS SIGUIENTES RADIODIFUSORAS CUÁLES TRANSMITEN MÚSICA CLÁSICA?

El 13.3% NO RESPONDIÓ, el 16.6% dijo que RADIO 1550, el 70% RADIO NICOLAÍTA, y el 23.3% ACIR. Se observa nuevamente que los sujetos encuestados sí han escuchado música clásica, identificando fácilmente a las tres estaciones anteriores, de las cuales sólo radio Acir no transmite dicha música (véase gráfica XII).

### GRÁFICA XII

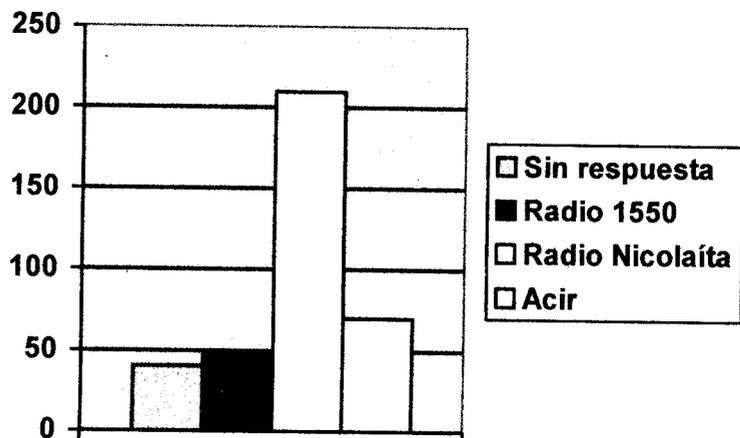
#### Pregunta número 14: estaciones que transmiten música clásica.

Sin respuesta: 40 = 13.3

Radio 1550: 50 = 16.6%

Radio Nicolaíta: 210 = 70%

Radio Acir: 70 = 23.3%



Para corroborar lo anterior, el 23.3% mencionó DOS ESTACIONES, el 63.3% UNA ESTACIÓN, y el 13.3% NO RESPONDIÓ. Si sumamos el porcentaje de los que al menos conocen que se transmite música clásica, encontramos que es un 87% redondeada la cifra 86.6%, lo que valida el que de cada diez, nueve escuchan en algún momento del día música clásica (véase gráfica XIII).

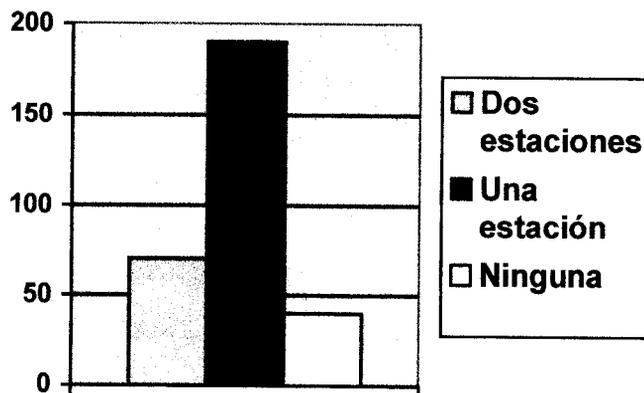
### GRÁFICA XIII

**Pregunta número 14: número de respuestas elegidas.**

Dos estaciones: 70 = 23.3%

Una estación: 190 = 63.3%

Ninguna: 40 = 13.3%



### 5. LOS PROGRAMAS DE RADIO QUE TRANSMITEN MÚSICA CLÁSICA SON:

Ya que hemos comprobado que los encuestados si escuchan radio, se aplicaron una serie de preguntas acerca del tema, y se les pidió su opinión sobre los programas que transmiten música clásica, y el 10% opina que son EXCELENTES, el 40% dice que son BUENOS, el 36.6% dice que REGULARES, al 3.3% le parecen MALOS, y otro 10% no opinó al respecto. Aquí la población cuestionada se encuentra dividida a la mitad por sus respuestas, ya que un 50% parece estar conforme con la calidad de dichos programas, mientras que del otro 50%, al menos el 40%, nos da a entender que no están satisfechos con tal situación. Del 90% de los que en algún momento escuchan radio, casi la mitad desea una mejor calidad para sentirse satisfechos. Una vez más se comprueba que sólo un 10% no opina y no escucha música clásica, lo cual demanda nuevamente la necesidad de la presente propuesta (véase gráfica XIV).

## GRÁFICA XIV

### Pregunta número 5

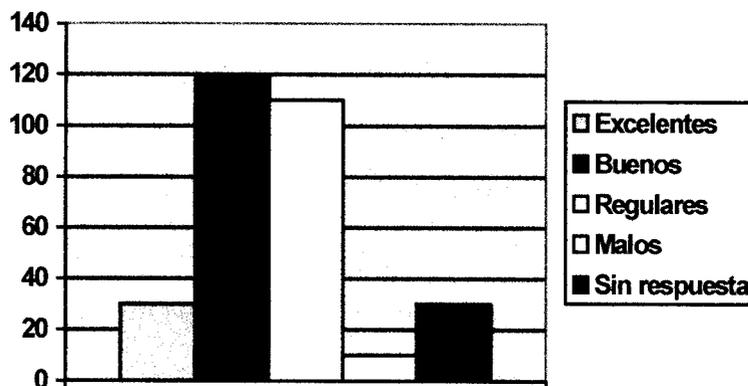
Excelentes: 30 = 10%

Buenos: 120 = 40%

Regulares: 110 = 36.6%

Malos: 10 = 3.3%

Sin respuesta: 30 = 10%



## 6. SU INFORMACIÓN ACERCA DE LA MÚSICA QUE SE ESCUCHA ES: -

En cuanto a la información que se proporciona en dichos programas, el 23% dice que la información es SUFICIENTE, al 53.3% le parece POCA, al 3.3% CONFUSA, al 13.3% MUY POCA, y el 6.6% se abstuvo de opinar. Tan sólo el 70% de las personas cuestionadas se refiere a que la información proporcionada en estos programas es insuficiente para poder apreciar adecuadamente la música clásica. Las personas que no opinaron representan una minoría (véase gráfica XV).

## GRÁFICA XV

### Pregunta número 6

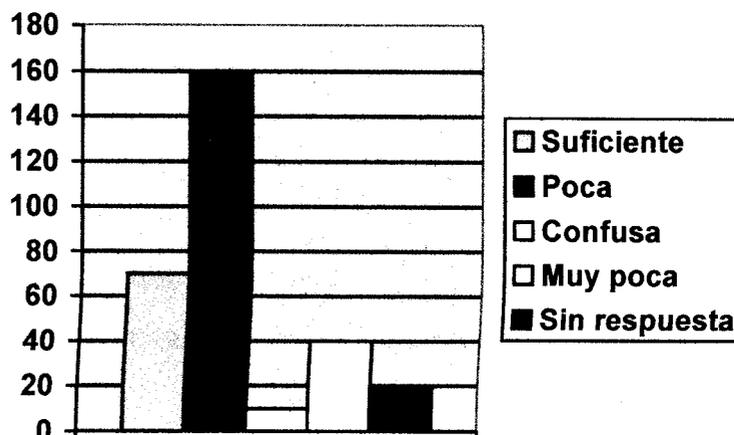
Suficiente: 70 = 23.3%

Poca: 160 = 53.3%

Confusa: 10 = 3.3%

Muy poca: 40 = 13.3%

Sin respuesta: 20 = 6.6%



## 7. SUS LOCUTORES ESTÁN:

Asimismo se les preguntó su opinión sobre los locutores que conducen los programas de música clásica. El 6.6% opina que están MUY BIEN PREPARADOS, el 43.3% cree que simplemente están PREPARADOS, el 33.3% cree que están POCO PREPARADOS, el 6.6% dice que NO SABEN LO QUE DICEN, y el 10% no opinó nada. Coincidentemente el 40% no está conforme con la calidad y preparación de los locutores. Junto con el 50% que parece estar conforme, aparece nuevamente el 90% de la población cuestionada como personas que si escuchan música clásica en algún momento. Se sostiene que un 50% es suficiente para que se haga algo al respecto, y este se forma entre el 40% de la gente que ha escuchado este género musical, y un 10% representando una minoría que no la ha escuchado (véase gráfica XVI).

### GRÁFICA XVI

#### Pregunta número 7

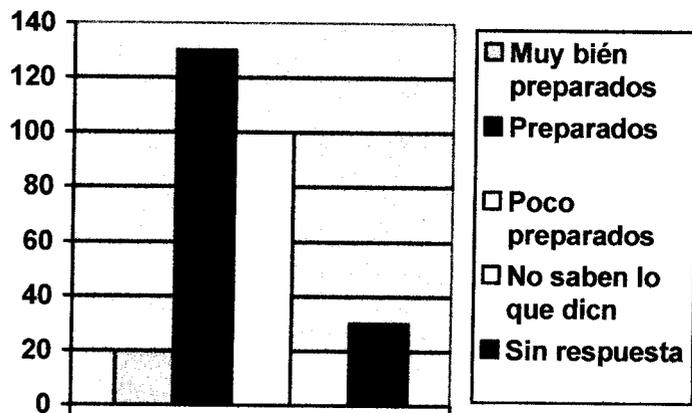
Muy bien preparados: 20 = 6.6%

Preparados: 130 = 43.3%

Poco preparados: 100 = 33.3%

No saben lo que dicen: 20 = 6.6%

Sin respuesta: 30 = 10%



## 8. EN GENERAL LA RADIO EN MORELIA ES:

Globalizando la opinión sobre la radio en Morelia, para el 6.6% de los encuestados es EXCELENTE, el 33.3% cree que es BUENA, el 40% dijo REGULAR, el 13.3% opina que es MALA, y el 6.6% no respondió. En este caso, solo un 40% está conforme con la calidad, mientras que al 54% no le parece de buena calidad, y la repetida minoría coincidente con la gente que no escucha radio, no opinó (véase gráfica XVII).

## GRÁFICA XVII

### Pregunta número 8

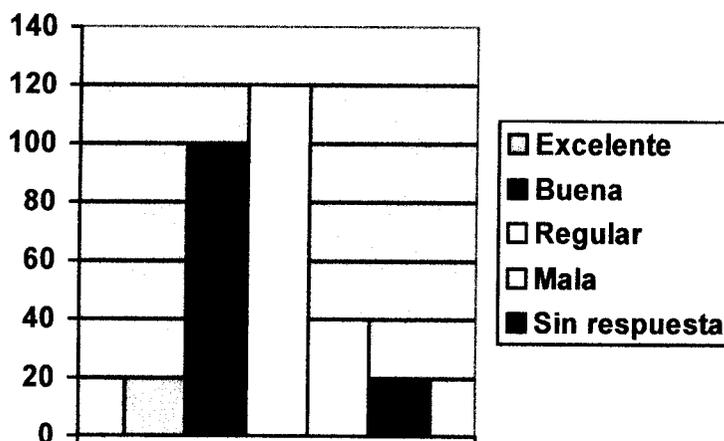
Excelente: 20 = 6.6%

Buena: 100 = 33.3%

Regular: 120 = 40%

Mala: 40 = 13.3%

Sin respuesta: 20 = 6.6%



## 9. ¿CONSIDERA NECESARIA UNA ESTACIÓN RADIOFÓNICA ESPECIALIZADA EN MÚSICA CLÁSICA?

Por lo tanto se les cuestionó acerca de la necesidad de una estación radiofónica especializada en música clásica, y las respuestas fueron: el 33.3% dijo INDISPENSABLE, el 63.3% ÚTIL, y al 3.3% LE ES INDIFERENTE. Esta es la pregunta que nos confirma que casi toda la población desea que exista en nuestra ciudad algo como lo que se propone, incluso la minoría mencionada con anterioridad, aquí se reduce a un 3.3% de indiferencia a nuestra propuesta (véase gráfica XVIII).

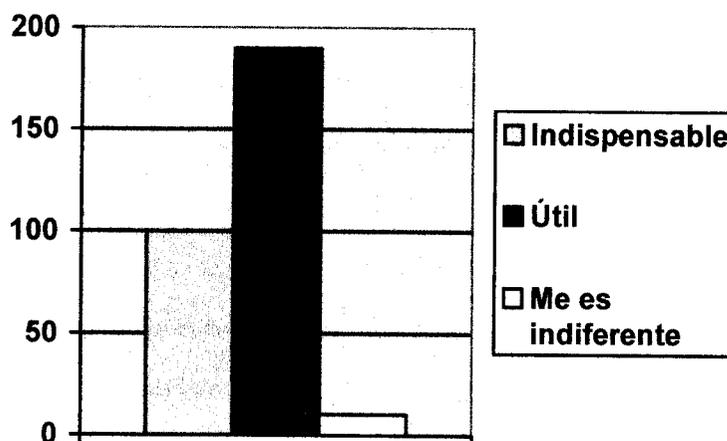
## GRÁFICA XVIII

### Pregunta número 9

Indispensable: 100 = 33.3%

Útil: 190 = 63.3%

Me es indiferente: 10 = 3.3%



## 10. ¿USTED CREE QUE DICHO PROYECTO MEJORARÍA EL NIVEL DE CALIDAD DE LA RADIO MORELIANA?

En relación con la importancia de nuestra propuesta, el 46.6% cree que un proyecto de esta naturaleza mejoraría **BASTANTE** el nivel de calidad de la radio moreliana; 33.3% opina que **MUCHO**, el 13.3% **NO SABE**, y el 6.6% opina que **POCO**. Por lo menos un 80% de la población cuestionada opina que para que Morelia suba de calidad en sus medios auditivos, es de suma importancia que exista una estación de música clásica; encontramos una minoría con dudas acerca de este proyecto, misma que llega a coincidir con las anteriormente mencionadas (véase gráfica XIX).

### GRÁFICA XIX

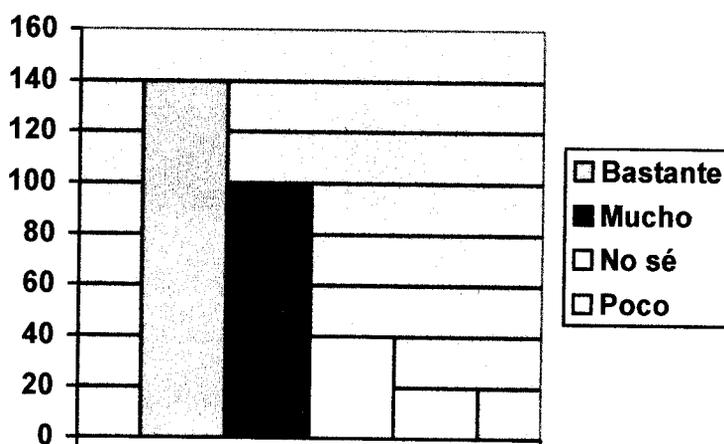
#### Pregunta número 10

Bastante: 140 = 46.6%

Mucho: 100 = 33.3%

No sé: 40 = 13.3 %

Poco: 20 = 6.6%



## 11. LA ÚLTIMA VEZ QUE ASISTIÓ A UN CONCIERTO DE MÚSICA CLÁSICA FUE HACER:

Tomando en cuenta el momento de aplicación del cuestionario, el 53.3% de los encuestados dijo que fue a un concierto hace **MENOS DE UN MES**, el 10% **HACE UN MES**, otro 10% **HACE TRES MESES**, el 6.6% **HACE 6 MESES**, y el 20% fue hace más de un año. Tal parece que más de la mitad de los cuestionados suele asistir a conciertos con una frecuencia de un mes en promedio, mientras que el resto varía entre el mes y el año de frecuencia a la asistencia de conciertos. Dentro de un 80% de los cuestionados tenemos la seguridad de que han asistido por lo menos una vez en su vida a conciertos de música clásica. Lo anterior se fundamenta en el hecho de que en Morelia existen diversas posibilidades de asistir a conciertos por lo menos tres veces por semana; por ejemplo, el Conservatorio de las Rosas imparte conciertos martes y jueves, el Centro Cultural Universitario tiene sus conciertos los miércoles, el Museo de Arte Colonial invita

los jueves a disfrutar de estos, y el H. Ayuntamiento de nuestra ciudad lo hace los martes. De estos conciertos sólo el Conservatorio cobra una mínima cantidad, mientras que los otros tienen entrada libre (véase gráfica XX)-

## GRÁFICA XX

### Pregunta número 11

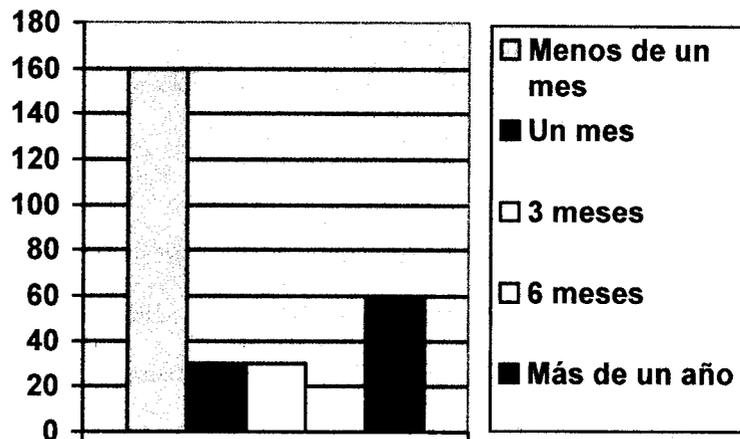
Menos de un mes: 160 = 53.3%

Un mes: 30 = 10%

Tres meses: 30 = 10%

Seis meses: 20 = 6.6%

Más de un año: 60 = 20%



## 12. DE LOS SIGUIENTES GÉNEROS MUSICALES ¿CUÁL O CUÁLES LE AGRADAN MÁS?

En la pregunta número 12 se cuestionó el gusto por algunos géneros musicales, respondiendo una o más de las alternativas. A un 26.6% le gusta la RANCHERA, al 23.3% la FOLKLÓRICA, a otro 23.3% el ROCK, al 26.6% el JAZZ, al 10% la GRUPERA, a un 80% la CLÁSICA, y al 60% el POP. Aquí podemos apreciar la importancia del género clásico para los cuestionados. La suma de estos porcentajes no da una totalidad del 100%, debido a que algunos cuestionados respondieron que les gusta más de uno de los géneros mencionados. Un 80% de preferencia por la música clásica nos confirma que es de gran necesidad la existencia de cultura en la radio comercial (véase gráfica XXI).

## GRÁFICA XXI

### Pregunta número 12: géneros

Ranchera: 80 = 26.6%

Folklórica: 70 = 23.3%

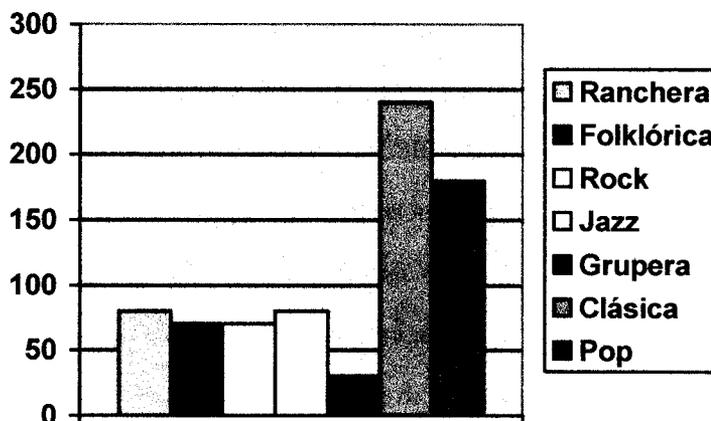
Rock: 70 = 23.3%

Jazz: 80 = 26.6%

Grupera: 30 = 10%

Clásica: 240 = 80%

Pop: 180 = 60%



De estos géneros, al 23.3% le gusta UN GÉNERO, al 33.3% 2 GÉNEROS, al 30% 3, al 6.6% 4, al 3.3% 6, y a un 3.3% le gustan 7 GÉNEROS, es decir, las siete opciones a responder. Al 86.6% de la población cuestionada le gusta de uno a tres géneros, mientras que al 14.4% le gusta de cuatro a siete géneros, lo que nos da a entender que la mayoría gusta de pocos géneros. Este hecho nos indica que la mayoría de la población se conoce más a sí mismo, ya que tener preferencia por más de tres géneros denota que no hay un conocimiento pleno acerca de su personalidad (véase gráfica XXII).

## GRÁFICA XXII

### Pregunta número 12: número de géneros elegidos

Un género: 70 = 23.3%

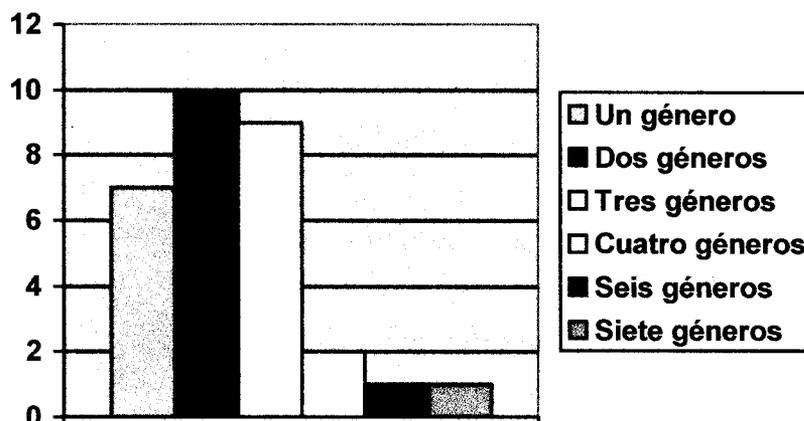
Dos géneros: 100 = 33.3%

Tres géneros: 90 = 30%

Cuatro géneros: 20 = 6.6%

Seis géneros: 10 = 3.3%

Siete géneros: 10 = 3.3%



### 13. ¿DE LOS SIGUIENTES PROGRAMAS CUÁLES TRANSMITEN MÚSICA CLÁSICA?

Para darnos cuenta qué tanto sabe el público acerca de programas sobre música clásica, se les preguntó cuáles tenían esta característica. El 50% NO RESPONDIÓ, el 6.6% dijo HOMENAJE A LOS GRANDES, el 13.3% ENTRE EL DANUBIO Y EL VOLGA, otro 13.3% MÚSICA DE ÓRGANO, y el 30% MÚSICA Y CULTURA. Podemos observar que el 50% no tiene identificados los programas que transmiten música clásica, tal vez debido a que o no hay suficiente interés o no hay difusión necesaria. Cabe destacar que por haber elegido más de una opción, la suma de los porcentajes no nos dará un 100%, por lo que sólo un 6.6% equivocó su respuesta, ya que Homenaje a los Grandes es un programa de música gruperá. El resto de los programas si transmiten música clásica, teniendo mayor respuesta en Música y Cultura (30% de los encuestados), ya que al oír mencionar la palabra cultura, inmediatamente la relacionamos entre otros aspectos con la música clásica (véase gráfica XXIII).

#### GRÁFICA XXIII

##### Pregunta número 13: programas de música clásica

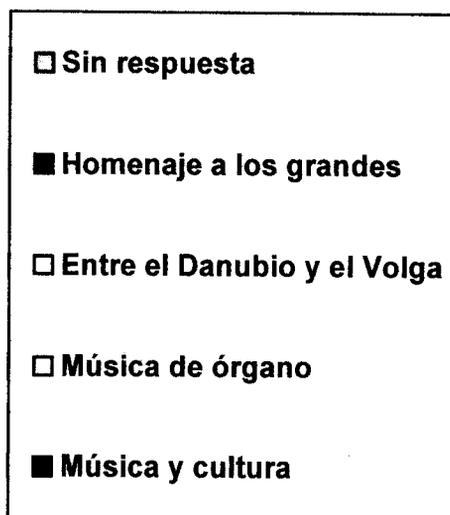
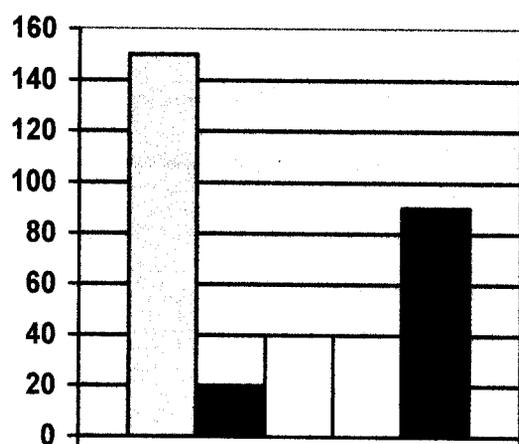
Sin respuesta: 150 = 50%

Homenaje a los Grandes: 20 = 6.6%

Entre el Danubio y el Volga: 40 = 13.3%

Música de Órgano: 40 = 13.3%

Música y Cultura: 90 = 30%



Sobre la misma pregunta, el 13.3% mencionó DOS PROGRAMAS, el 36.6% UNO y el 50% NO RESPONDIÓ. Nuevamente se presenta un 50% de encuestados que no dieron ninguna respuesta debido a las posibles razones expuestas anteriormente (véase gráfica XXIV).

#### GRÁFICA XXIV

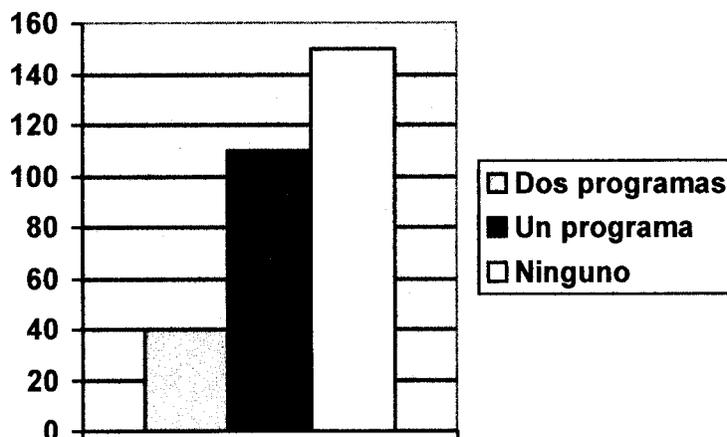
**Pregunta número 13: número de**

respuestas elegidas

Dos programas: 40 = 13.3%

Un programa: 110 = 36.6%

Ninguno: 150 = 50%



#### 15. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MÚSICOS SON CONSIDERADOS UNIVERSALMENTE COMO CLÁSICOS?

Por último se mencionó una lista de compositores de distintos géneros, preguntando cuáles son clásicos universalmente. El 33.3% NO RESPONDIÓ, el 3.3% dijo LOUIS ARMSTRONG, el 36.6% MANUEL M. PONCE, el 3.3% JEAN PHILLIP RAMEAU, el 50% HÉCTOR BERLIOZ, el 16.6% ARNOLD SCHÖENBERG, y el 6.6% ANTONIO SARRIER. Aquí también se dieron una o varias respuestas, por lo que estos porcentajes no nos pueden dar un 100%. Tan sólo el 33.3% aceptó desconocer a los compositores mencionados. En los que más se acertó fueron Héctor Berlioz y Manuel M. Ponce, y en menor porcentaje Rameau, Schönberg y Sarrier. Un 3.3% mencionó erróneamente a Louis Armstrong (véase gráfica XXV).

## GRÁFICA XXV

### Pregunta número 15: compositores elegidos

Sin respuesta: 100 = 33.3%

Louis Armstrong: 10 = 3.3%

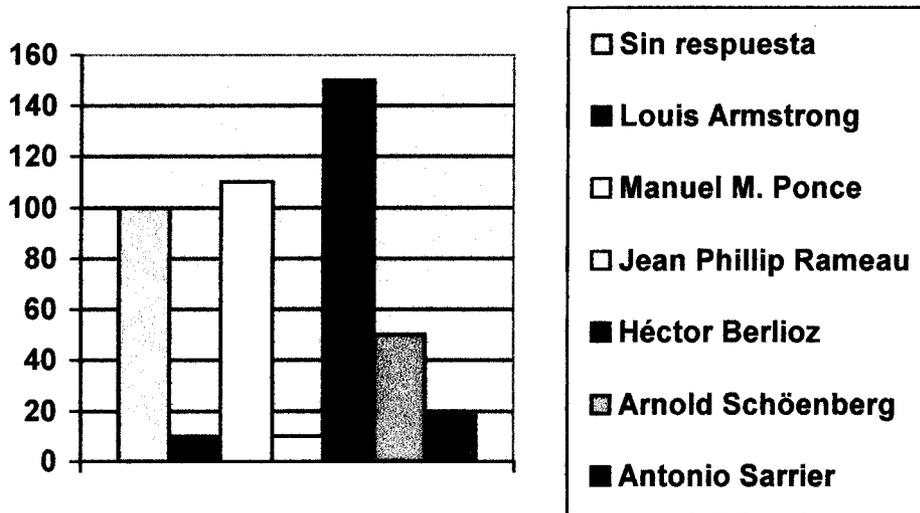
Manuel M. Ponce: 110 = 36.6%

Jean Phillip Rameau: 10 = 3.3%

Héctor Berlioz: 150 = 50%

Arnold Schönberg: 50 = 16.6%

Antonio Sarrier: 20 = 6.6%



Sobre la pregunta 15, el 3.3% mencionó a 4 COMPOSITORES, el 10% 3, el 23.3% 2, el 30% UNO, y el 33.3% NO RESPONDIÓ. El 66.6% de los cuestionados emitieron una o varias respuestas, independientemente de que sean o no acertadas (véase gráfica XXVI).

## GRÁFICA XXVI

### Pregunta número 15: número de respuestas

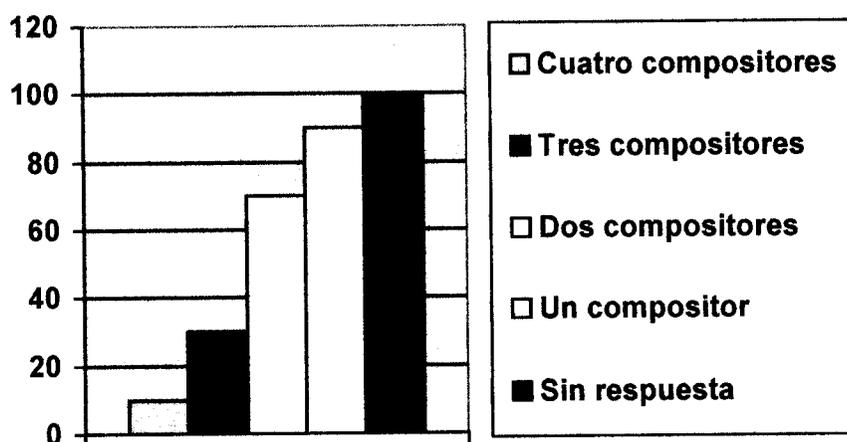
Cuatro compositores: 10 = 3.3%

Tres compositores: 30 = 10%

Dos compositores: 70 = 23.3%

Un compositor: 90 = 30%

Sin respuesta: 100 = 33.3%



# CAPÍTULO II

## PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN

PARA UNA

ESTACIÓN RADIOFÓNICA

ESPECIALIZADA EN

MÚSICA CLÁSICA

## **II. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA UNA ESTACIÓN RADIOFÓNICA ESPECIALIZADA EN MUSICA CLÁSICA**

### **2.1. ESTRUCTURA RADIOFÓNICA**

#### **a) Radio comercial:**

La radio es un medio de comunicación masiva, percibido por el oído, que permite al receptor abrir su imaginación acerca del mensaje recibido. La radio es capaz de transmitir sonidos, ruido, música, lenguaje, y silencio, con el fin de crear un efecto en el receptor. Entendemos por radio comercial, aquella especializada en un solo tipo de música, o de información. Es concesionaria, es decir, subsidiada por sus propios medios y por medio de la publicidad que transmita. En cambio, la radio cultural se encarga de difundir todo tipo de música e información al receptor, es decir, tiene alcance para todos los gustos posibles. Esta es permisionaria, es decir, subsidiada por el gobierno, sin ninguna posibilidad de tener fines de lucro.

Estas son definiciones de radio de manera estricta y convencional. Pero lo que tratamos de demostrar es que la radio comercial también puede ser cultural. Si analizamos el contenido de la estación radiofónica que se planea, nos daremos cuenta que tiene una tendencia cultural, y que al mismo tiempo, por ser música clásica, debe especializarse, sobre todo porque en principio de cuentas no va dirigida a todo el receptor, aunque ese sea uno de los objetivos a alcanzar a largo plazo. Económicamente hablando, se requiere de un subsidio vasto para tener el mejor equipo técnico, ya que el contenido a difundir necesita de la más alta calidad de transmisión.

#### **b) Plan de trabajo:**

Para llevar a cabo un objetivo exitosamente, es importante saber con qué recursos se cuenta, e indudablemente, el personal es lo más importante, porque en él va implícito el talento, la inteligencia, el esfuerzo, el entusiasmo, la vocación, el conocimiento, y muchas otras cualidades del ser humano. Al hablar de una sociedad que trabajará conjuntamente, pensamos en personas especializadas en cada uno de los aspectos a tomar en cuenta.

Nuestra estación requiere de comunicólogos teóricos y prácticos, así como especializados en el tema central que es la música clásica, pero con vastos conocimientos de cultura general, aunque esto debería de ser en cualquier medio. Estos mismos comunicólogos necesitan de una excelente capacitación, la cual puede llevarse a cabo con musicólogos que supervisen la información y tratamiento de mensajes.

Pero también hemos estado hablando de un equipo de alta tecnología, y por lo tanto, los técnicos tienen que estar actualizándose y capacitándose constantemente para el mejor funcionamiento técnico de la estación.

A continuación se plantea un posible organigrama para la estación que contiene aspectos administrativos, creativos, técnicos, de locución, de contenido y de investigación.

### **Organigrama**

1. Director general: es la cabeza en todo lo que se refiere a la estación.
2. Productor general: es la cabeza en todo lo que se refiere al aspecto de la producción.
3. Director técnico: dirige todas las acciones que se realizan técnicamente.
4. Director creativo: dirige y supervisa todas las ideas que tienen que ver con la creatividad e imagen de la estación.
5. Productor técnico: es la persona que se dedica al trabajo técnico de la estación.
6. Productor creativo: es el creador de ideas que tienen que ver con la imagen de la estación.
7. Locutores: son las personas que se dirigen de manera directa e inmediata al radioescucha, transmitiendo tanto sus ideas como las de los productores.
8. Guionistas: son los encargados de realizar los guiones para programas que requieren de éste.
9. Investigadores: son aquellas personas que buscan información requerida para los programas de radio.
10. Reporteros: son las personas que salen a buscar la noticias a donde se origina, y estos se dividen en dos: para noticias generales, y para las culturales.
11. El cuerpo administrativo consta de administradores, contadores, secretarias; el de apoyo, de mensajeros, intendentes y todo aquel labora en el aspecto de mantenimiento.

**c) Recursos materiales:**

Sabemos que en una sociedad o empresa, el personal es importantísimo, ya que cada dependencia es un motor que contribuye a otro gran motor, y se necesita de esfuerzo físico y mental para lograr los objetivos de dicha sociedad. Pero también hay que reconocer que este personal necesita armas y herramientas para poder mover a la sociedad. En el caso de una radiodifusora, el personal pone sus conocimientos, su creatividad y su inteligencia, así como sus ganas y amor al trabajo, para desarrollarlo de la mejor manera que le sea posible. La radio envía mensajes de diferente manera, transmite diversión, enseñanza, información y música. Para que su mensaje sea aprovechado y disfrutado al máximo, necesita tener el mejor equipo que le permita que su trabajo o misión se realice con calidad tanto física como intelectual, es decir, que se escuche bien y que sea claramente captado por su receptor.

En nuestro caso, contar con el equipo más moderno, nos permitiría transmitir la música clásica con la mejor claridad para ser disfrutada al máximo, esperando contar con los recursos suficientes para tener lo mejor. Esta es una importante razón para pensar en una estación de tipo comercial.

Hoy en día, una radiodifusora de la mejor calidad, cuenta con equipos como los siguientes:

- Antenas
- Transmisores (A. M. y/o F. M.)
- Sistemas híbridos de telefonía
- Consolas en estéreo
- Micrófonos
- Grabadoras de carrete abierto, CD (compact disc), MD (mini disc), DAT (digital audio tape)
- Software para edición no lineal y sistemas de automatización para radio (control de tráfico)
- Procesadores de audio, generadores stereo,
- Programas de almacenamiento de música (bancos de datos)
- Cabina acondicionada acústicamente (paredes recubiertas con material absorbente)
- Mobiliario específico para radio

#### **d) Ubicación de la estación:**

Desde que existe la frecuencia modulada en el cuadrante radiofónico, se ha tenido preferencia por dicha ubicación, ya que su calidad de transmisión es superior a la de amplitud modulada. Esto ha provocado una especie de elitismo entre estaciones radiofónicas

Debido a la calidad de transmisión, se pretende que nuestro proyecto se ubique en F.M. Aunque una buena opción sería llegar a estar tanto en A.M. como en F.M., ya que esto ayudaría a acercar a todo tipo de público a nuestra estación. Pero la prioridad sigue siendo F.M., es por eso que se necesita de un proyecto de tipo comercial, para contar con los mejores recursos para cubrir con todas las necesidades materiales y humanas de nuestra estación.

#### **e) Concesionarios:**

Hemos mencionado anteriormente que la radio comercial posee concesión y la cultural posee permiso; también mencionamos la diferencia entre estos dos. Sabemos por lo tanto que lo más conveniente para nuestro proyecto son concesionarios que estén dispuestos a colaborar en éste. Para lograr nuestros objetivos satisfactoriamente, necesitamos instituciones que estén dedicadas a la actividad cultural y/o musical, ya sea en promoción o enseñanza, e instituciones que tengan la capacidad de manejar una estación radiofónica, específicamente una escuela de ciencias de la comunicación. Estas instituciones deberán estar informadas acerca de cuáles son nuestros objetivos y fines, y demostrarles que, podrían existir muchas características a fines en común. Por ejemplo, una institución dedicada a la cultura debe tomar en cuenta que a través de un medio masivo con los mismos intereses, puede crecer. Una institución dedicada a la enseñanza de la comunicación tendría un gran campo de acción en una radiodifusora. Y por supuesto no pueden faltar empresas que estén dispuestas a patrocinar económicamente nuestro proyecto, obteniendo ellas a su vez beneficios como publicidad y prestigio.

Como podemos darnos cuenta, nuestro proyecto estaría muy bien avalado si cuenta con apoyos de tipo intelectual, técnico y económico, que creemos que serían bases muy sólidas para los objetivos establecidos.

#### **f) Publicidad:**

Pensando en radio comercial, pensamos en publicidad. ¿Publicidad para quién? Esta es una buena pregunta. Creemos que el ideal publicitario de una estación radiofónica estriba en que debe ser recíproca, es decir, yo vendo espacios para publicidad, con los cuales obtengo recursos materiales, y a la vez doy a conocer lo que yo ofrezco, que es música.

La publicidad contribuye a crecer. Como se indica anteriormente, mi objetivo general es ofrecer música; si yo ofrezco al receptor otros productos, obtendré recursos materiales que me permitirán ofrecer mayor calidad y así mi producto llegará con una mejor calidad. La reciprocidad es "ofrecer para obtener y obtener para ofrecer". ¿Cómo? Con la mejor calidad. He aquí una razón por la que la radio cumple con la sociedad a través del servicio, y satisface múltiples necesidades.

#### **g) Tipos de horario:**

El tiempo en la radio es un factor fundamental, ya que al paso de éste, se generan pensamientos, ideas, conceptos, y porqué no decirlo, sentimientos. Es tan importante en la transmisión de cualquier tipo de mensaje, que por eso mismo se le establece una organización y orden con el fin de llegar en el momento más oportuno y justo al receptor que tiene destinado.

Dentro de lo que es la música clásica, podemos darnos cuenta que hay muchos estilos, épocas, distintos unos de otros, lo cual puede sanamente generar diversos gustos y preferencias, clasificando a los receptores. De esta forma debemos establecer horarios para que dentro de un programa que hable del Post-Romanticismo, no programemos cantos gregorianos, salvo que el tema lo amerite como una simple cita.

Para establecer horarios, cuenta mucho el estado de ánimo del radioescucha. Tal vez por la mañana espere escuchar algo muy dinámico, mientras que en la noche, ya cansado, desee escuchar algo que me relaje, y me ayude a descansar.

En resumen, la programación de la estación radiofónica deberá estar sujeta a estilos, épocas, y debe ir de acuerdo con la época del año. Por ejemplo, en diciembre se me ocurre que podría escuchar El Mesías de Händel. Debe haber espacios para transmisiones en vivo, entrevistas, reportajes, publicidad. Los horarios van a dar orden y estructura a los mensajes, siempre y cuando estén previamente analizados de acuerdo a la preferencia del receptor.

## **2.2. CONTENIDO RADIOFÓNICO:**

### **a) Música clásica:**

La música clásica es el arte de combinar los sonidos de manera ordenada y agradable al oído, dentro del espacio y del tiempo. En otros términos, es una de las Bellas Artes, una manifestación del hombre, con la que se comunica con sus semejantes, y expresa sus sentimientos, su manera de sentir y de vivir libremente. La música ha sido, desde la antigüedad, un elemento con el que nos hemos identificado los hombres. La música ha hablado por nosotros ha través del tiempo acerca de nuestra historia, nuestro desarrollo social, político y económico en el mundo entero.

Al hablar de música clásica, estamos empleando un término que la sociedad en general ha impuesto. Se puede pensar en música clásica como modelo o prototipo de esta manifestación artística. Para quienes se dedican a la música, este término es utilizado específicamente en la música perteneciente al período clásico, aunque lo entienden también como lo entiende la sociedad en general, con el fin de abrir la comunicación músico-sociedad. Para el músico existen clásicos dentro de la música clásica, que son todos aquellos conocidos por la sociedad y solicitados por ésta.

Para llevar a cabo los fines de nuestro proyecto, situaremos a la música clásica, desde la antigüedad (a partir de la Edad Media), hasta la actualidad (Movimientos de vanguardia), y en el presente capítulo la delimitaremos en épocas, compositores, estilos musicales, intérpretes y otros elementos paralelos.

## b) Épocas:

Como ya lo hemos mencionado, es importante delimitar cada una de las épocas que abarcan la música clásica para su difusión en una estación radiofónica, tomando en cuenta las grabaciones que existen. En el presente sub-capítulo trataremos de dar una mínima información de cuáles han sido las épocas por las que ha pasado la música en su historia, y mencionar de qué se tratan cada una.

Las primeras manifestaciones musicales se remontan en el mundo antiguo, y se sitúan en tres estilos: Helénico, Helenístico y Romano. El estilo Helénico se desarrolla en Atenas, durante el siglo V a. C., cuando las ciencias y las artes estaban bajo la protección de las musas. Para los griegos, la música estaba íntimamente ligada a la literatura a través de la poesía, el drama y la danza. Reflejaba la vida intelectual, emocional y social de los antiguos griegos. El estilo Helenístico se desarrolló en Pérgamo, durante el siglo II a. C. Este lugar se identificó con la tradición musical de la región cercana septentrional del Asia Menor conocida como Frigia, en donde la música se caracterizó por poseer un carácter primitivo y orgiástico. El estilo Romano se desarrolló por supuesto en Roma, durante el siglo II de la era Cristiana. De este estilo se tienen pocos datos acerca de la música. Las referencias son literarias, esculturas, mosaicos y murales, en donde nos dicen que la gente escuchaba mucho música. Se sabe que la música tuvo aplicación práctica en la oratoria, en donde tuvo desarrollo la voz para que el orador despertara las emociones de su auditorio. También estuvo en función del teatro.

En la época medieval situamos seis estilos: paleocristiano, romano, bizantino, románico monástico, feudal románico y gótico. Esta época se desarrolló durante diez siglos, del V al XV. En esta época existieron tratados musicales de filósofos como Boecio, Teodorico y Casiodoro. Por ser estos siglos el comienzo de la era cristiana, la música se dedicó al servicio de la iglesia, y reprobó la anterior. Surge el canto gregoriano, la notación musical -o sea los nombres de las notas que conocemos en la actualidad-, y surge también la música que no era sacra, que describía hechos que se vivían en la época. Fue una larga época, y por lo tanto, llena de grandes cambios en la música, y uno de ellos fue el implementar instrumentos que acompañaban a la voz, pues en un principio la voz fue el elemento más importante en la ejecución, y la palabra o texto lo más importante en su creación. El uso de instrumentos fue al final de la época, entrando ya al Renacimiento.

A finales del siglo XV y principios del XVI, comienza una nueva etapa, el mencionado Renacimiento, el cual se desarrolló principalmente en Italia. En esta época la música seguía siendo coral, y en ocasiones instrumental. Las estructuras melódicas también fueron cambiando, surgiendo los primeros cimientos de la armonía.

Del siglo XVI al XVII se contempla el período Barroco. También tuvo su centro de producción en Italia, pero ya con más extensiones a otros países europeos. La música coral se sigue desarrollando, y surge la ópera. Al igual que en las demás artes paralelas del Barroco, en la música surge el adorno y el "rebuscamiento"; se observó una orientación religiosa. Predominaba la música de cámara, que era ejecutada en salones y teatros, la de capilla que era para servicios religiosos y la de grandes orquestas para procesiones y fiestas.

Durante el siglo XVIII se produce un cambio en las artes y en la vida, ya que el barroco queda atrás y surge el Clasicismo, paralelamente al movimiento conocido como "Ilustración". Surge la ópera bufa y acompañada de diálogos. La estructura musical se define y se vuelve uniforme. Surgen nuevas formas de música de cámara y sinfónica. Aparece el virtuosismo por parte del intérprete, y en base al compositor. Después existe un movimiento transitorio entre el Clasicismo y lo que será posteriormente el Romanticismo, en donde la expresión de los sentimientos del compositor saltan más a la vista, o más bien, al oído. Poco a poco las formas musicales se van transformando volviéndose más libres en cuanto a estructura y armonía.

Ya cerca del siglo XIX encontraremos cada vez más virtuosismo, sobre todo en el piano y el violín. La ópera italiana se encuentra en su apogeo principalmente en el drama. Para finales del siglo XIX se desarrolla un movimiento artístico francés derivado de la pintura, llamado Impresionismo, el cual estuvo más apegado a la realidad que el Romanticismo. La música de este movimiento buscó plasmar colores a través de sonidos. La armonía cambia haciéndose cada vez más apegada a la tradicional.

El siglo XX es una época de evolución musical, ya que encontramos ejemplos musicales bastante lejos de la armonía tradicional; la tecnología también juega un papel muy importante en la música, ya que

surge la música electrónica y aleatoria, que es música más abstracta. Y cada día existen nuevos compositores innovadores, que poco a poco los iremos conociendo de acuerdo a su trayectoria.

### **c) Compositores:**

Hablar de todos los compositores que recorren la larga historia de la música, sería no terminar nunca, ya que son bastantes, pero creemos importante mencionar por lo menos a los principales de nuestra historia para tener una base, y poder ejemplificar una lista para programación de nuestra estación radiofónica. Por supuesto que, además de los mencionados, se pretenden programar a todos los que sea posible, de acuerdo a las épocas explicadas.

En la época antigua, que es la que antecede a la Edad Media, encontramos realmente pocos datos acerca de la música, de hecho no existen manuscritos debido a que la escritura musical todavía no era creada, y sólo existía la tradición oral; por lo tanto, lo poco que se conoce musicalmente es de autores anónimos en su mayoría, y quizá se haya perdido autenticidad.

En la Edad Media, más que compositores, hubo filósofos que dejaron teorías para la enseñanza musical. Fue la época en que surge la notación musical, y de esta manera se pudieron conocer obras de dicha época. Así, se conoce al único recopilador de cantos gregorianos: San Gregorio VII. Adam de la Halle es autor de una "canción de gesta". Entre otros compositores y teóricos están: Adam de San Víctor, San Bernardo de Claraval, Leonín, Perotín, Francisco de Colonia, etc.

En el Renacimiento, hubo músicos como Tomás de Celano, Jacopone de Todi, Phillip de Vitry, Francesco Landini, pertenecientes a los comienzos de la época, o transitorios; ya dentro del siglo XV están Guillome Dufay, Jacques Ockeghen, Antonio Squarcialupi, Heinrich Isaac, Jacob Obrecht y Josquin des Prez. A comienzos del siglo XVI están Phillip du Mont, Giovanni Pierluigi da Palestrina y Orlando di Lasso. Los compositores que fueron adentrándose al temprano barroco fueron Adrián Willaert, Andrea Gabrielli, Ciprian de Rore, Gioseffo Zarlino, Giovanni Gabrielli, Claudio Monteverdi y Francesco Cavalli. Ya casi en el siglo XVII los creadores musicales eran Cristobal de Morales, Antonio de Cabezón y Tomás Luis de Victoria.

Los principales compositores del Barroco fueron Jacques de Chambonnières, Jean Baptist Lully, François Couperin y Jean Phillip Rameau, en Francia. De la escuela inglesa fueron William Byrd, John Bull y Orlando Gibbons. En la escuela alemana tenemos a Johann Sebastian Bach y George Friedrich Händel. Otros Barrocos fueron Henry Purcell y George Phillip Telemann.

Entre el Barroco y el Clasicismo hubo una transición, entre el siglo XVII y XVIII; Gluck y Emmanuel Bach, fueron dos notables compositores de este cambio; posteriormente, ya en el clasicismo destacaron Joseph Haydn y W. A. Mozart. Pero como sabemos que una época no termina en una fecha determinada para pasar a otra, se dieron los movimientos de transición, y entre el Clasicismo y el Romanticismo hubo uno; en éste tuvo gran importancia Ludwig van Beethoven como compositor, y el piano como instrumento.

Ya entrado el Romanticismo, encontramos compositores como Friedrich Chopin, Félix Mendelssohn, Robert Schumann, Johannes Brahms, Franz Liszt y Giuseppe Verdi, entre otros; acercándose ya el Post-Romanticismo podemos citar a Hector Berlioz, y Richard Wagner, que al escucharlos nos percatamos de su sentido de innovación en la música.

Dentro del Impresionismo, destacaron César Franck, Camille Saint-Saëns, Gabriel Fauré, Claude Debussy y Maurice Ravel; todos estos compositores dieron una pauta musical para que los sucesores anuncien cambio de siglo y de época con nuevas armonías y sonidos. De este cambio fueron protagonistas Gustav Mahler, Erik Satie, Alexander Scriabin, Sergei Rachmaninoff, Arnold Schönberg, Bela Bartók, Igor Stravinsky, Anton Webern, Alban Berg, Edgar Varèse, Sergei Prokofiev, Artur Honegger, Paul Hindemith, y Francis Poulenc, entre otros.

#### **d) Estilos musicales:**

En la presente propuesta se pretende dar distintos enfoques a una posible programación. Se ha hablado de épocas y compositores, y es menester conocer en cierta medida los estilos y formas musicales,

para tener otra manera de realizar una programación. Además, es necesario conocer de manera general todos los aspectos que sean posibles acerca de nuestro elemento principal radiofónico, que es la música clásica.

Hablar de estilos musicales no es fácil, sabiendo que nos estamos dirigiendo no sólo a musicólogos, sino también a comunicadores. Pero trataremos de hacerlo de la manera en que mejor podamos darnos a entender. El porqué de hablar de estilos musicales se debe a que en cada uno la música se manifestó de diferente manera. Los estilos se refieren a los momentos por los que ha pasado la música, como lo mencionamos en las diferentes épocas, y en cada estilo se desarrollaron diferentes formas musicales. En el presente sub-capítulo situaremos cada estilo y mencionaremos en forma general cada cambio que caracterizó sus formas.

Los primeros estilos musicales que conocemos están situados en la antigüedad, y abarcan gran parte de la Edad Media. En ella surge como forma musical la Monodia, que se refiere a los cantos a una sola voz, como lo es el canto gregoriano principalmente. Al final de la Edad Media hasta nuestros días, ha sido un período en el que la polifonía pasa por distintas fases. Después del surgimiento del canto gregoriano, la música comienza sus primeros intentos de ser ejecutada a más de una voz, es decir, con más de una línea melódica, y esto es el comienzo de la polifonía, la cual se va desarrollando poco a poco durante el Renacimiento, para después ir implementando paulatinamente instrumentos.

Al paso del Barroco, la polifonía coral se perfecciona y el uso de instrumentos es cada vez mayor. En este período conocemos la ópera, el oratorio, la cantata, y conjuntos integrados por pocos instrumentos, como la llamada música de cámara. Al final de este período se componen pequeñas formas clásicas, es decir, obras que son caracterizadas por tener siempre los mismos movimientos.

Durante el siglo XVIII se desarrollan las grandes formas clásicas, como las sinfonías y las sonatas, en las cuales su estructura siempre era la misma: A-B-A; esto quiere decir que comenzaban con un tema, seguía otro y finalizaba con el primero.

Ya cerca del siglo XIX surge el Romanticismo, donde la ópera se convierte en drama y tragedia; la mencionada forma A-B-A se libera y sale de esta estructura, surgiendo la sinfonía romántica y otras grandes formas románticas; en cuanto al piano, surgen las pequeñas formas románticas. En general, las formas se vuelven más libres y su expresividad cambia; esto no quiere decir que las formas anteriores no fueran expresivas, sino que la expresividad ya no se limitaba a la forma. En el Post-Romanticismo existieron todavía más cambios que se alejaban cada vez más de las formas clásicas. Llegamos al Impresionismo, y la armonía tradicional que escuchábamos anteriormente, ya no es la misma. Ese es otro de los grandes cambios de la música. Posterior al Impresionismo está la época contemporánea, donde escuchamos cada vez más disonancias, es decir, notas que chocan unas con otras de manera inhabitual a nuestro oído. El presente siglo XX nos prepara con todas estas disonancias a presenciar un siglo XXI, lleno de grandes sorpresas musicales.

*\* La información acerca de la historia de la música, está basada en las fuentes relacionadas con este tema, citados al final del trabajo.*

#### **e) Intérpretes:**

Sabemos que es importante que una estación radiofónica debe difundir no solo el elemento de su mensaje, sino la información suficiente para que el mensaje sea comprendido al máximo. Además de los aspectos ya mencionados en sub-capítulos anteriores, es importante saber no sólo qué es, de quién y a qué época pertenece, sino también quién interpreta. Si hacemos una comparación con el proceso de la comunicación, tenemos que el emisor es el compositor, la música el mensaje, el público el receptor, y el intérprete es el medio. Como comunicadores sabemos que el medio es indispensable para llevar a cabo el proceso. Por algo se dice que "el medio es el mensaje". Pues en este caso, sin el intérprete no hay música.

Y como cada intérprete es un ser humano distinto a los demás, con su personalidad propia, pues así de distinto puede ser el mensaje. El intérprete es tan importante que debe tener una preparación suficiente para conocer las intenciones del compositor, así como lo que estilaba en su época para interpretar. Debe conocer el contexto social, político y económico que rodea la obra, porque ahí es donde encontrará la razón por la cual fue compuesta.

El trabajo del intérprete es muy importante por todo lo que implica. Por eso debe ser reconocido al interpretar alguna de las obras que se difunden. Y ésta es una de las tareas de nuestra radiodifusora.

#### **f) Terminología musical:**

Al hablar de nuestro proyecto como un punto de interés para músicos, estudiantes y aficionados a la música, imaginamos nuestra tarea de comunicar al receptor como un proceso fácil de entender, pues hablaríamos un lenguaje que ellos manejan cotidianamente, o que por lo menos lo han escuchado mencionar; pero sabemos que ellos no serán los únicos en nuestra masa receptora, pues uno de nuestros objetivos es precisamente dar a conocer algo que puede llegar a gustar a masas que no sepan de música. ¿Porqué no gusta la música clásica a ciertas masas? La respuesta está en que no la conocen. No saben porqué fue compuesta; falta información en los medios. Y esto es lo que pretendemos dar en nuestro proyecto. Sabemos que toda esta información está llena de términos y palabras que no están comúnmente en el vocabulario del receptor en general.

Durante el presente capítulo se maneja un contexto general de la música clásica y en él encontramos términos desconocidos para el receptor. Todo esto justifica la importancia que tiene el informar acerca de puntos geográficos, épocas, compositores, estilos y formas musicales, datos históricos, retórica, y lo más esencial en cuanto a estructura, sin que parezca una clase de teoría musical especializada. Entre más elementos tenga el receptor para conocer algo, más interesado puede estar y así podrá desarrollar su sentido crítico, además de gozar más.

#### **g) Elementos de la música para el receptor:**

Una de las grandes importancias que tiene la música es que a través de ella hemos podido conocer culturas del pasado, y culturas del presente muy distintas a la nuestra. Por ella hemos conocido a pintores, escritores, escultores, arquitectos, bailarines, y artistas en general que estuvieron involucrados o relacionados de alguna manera con compositores y sus obras. Esto quiere decir que las demás manifestaciones artísticas funcionan en cierta medida como elementos paralelos a la música, y ésta también como elemento de las

demás. Esto se convierte en una tarea más de nuestra radiodifusora: hablar de otras artes para que el receptor las conozca y aprecie al igual que la música.

Por supuesto que dentro del arte musical existen otros elementos que el receptor deseará conocer, como son los géneros en la música clásica, instrumentos, formas de orquestación, y querrá estar informado acerca de la actividad musical y artística en general que se suscita en nuestra ciudad de Morelia.

Elementos pues ya hemos mencionado y explicado muchos que son de gran importancia para conocer la música clásica, como son épocas, compositores, historia, intérpretes, estilos, etc. Ahora, lo más importante que nos queda como medio de difusión es persuadir al radioescucha y convencerlo de que, independientemente de su cultura, educación y preparación, tiene la oportunidad de conocer algo que puede o no llegar a gustarle; esto sólo lo sabrá si se acerca al objeto por conocer.

#### **h) Información:**

En la actualidad, cualquier estación radiofónica, cultural, comercial o de entretenimiento, cuenta o debe contar con un espacio para la información general de noticias de todo el mundo. En nuestro caso sabemos que es importante mantener informado al receptor acerca de lo que acontece en el ámbito cultural y artístico en nuestra ciudad. Pero también debemos mantenerlo informado acerca de lo que ocurre en términos generales en nuestra ciudad, en el estado, en el país y en todo el mundo.

Parte de la programación de nuestra radiodifusora estará basada en crear noticieros culturales y generales con el fin de servir en todo lo posible al receptor, ya que ni el músico puede vivir encerrado en su "burbuja musical"; todos tenemos el derecho y la obligación de estar enterados de todo lo que pasa en el mundo, en cualquier ámbito.

## **2.3 DIFUSIÓN:**

### **a) Receptores:**

El fenómeno de la radio comercial en la ciudad de Morelia, no solo provoca una gran expectación hacia los medios por parte de los receptores, sino que también evitan que estos mismos sospechen de la existencia de otras posibilidades radiofónicas. Esto a su vez se convierte en la ausencia de la satisfacción de una necesidad de parte de la población que son todos aquellos receptores que gustan de escuchar música que ningún medio transmite en la actualidad de forma permanente, y es la música clásica.

Existen otros fenómenos importantes que son la causa de que la gente prefiera el "exceso" de la radio comercial que tenemos en nuestra ciudad, y son los ya mencionados al principio del trabajo: la educación y la cultura que han heredado familiar y socialmente. Por desgracia existe una educación en la que se desconoce la importancia que tiene la cultura a niveles local, nacional e internacional.

Todo este círculo que gusta de la música clásica, es confirmado por los receptores que disfrutarían de la radiodifusora que se pretende desarrollar, es gente que quiere escuchar solamente música clásica. Pero no descartamos la posibilidad de que otras personas se sumen como por ejemplo, alguien que no conozca la música clásica y que al informarse acerca de su entorno, la empiece a valorar y así le agrade poco a poco. Todo está en conocer algo nuevo para que nos guste y lo disfrutemos.

Concretamente, se estima que entre los receptores hayan músicos profesionales y aficionados, profesionistas de otras áreas que gusten de la música, estudiantes de música, y todo aquel que quiera conocer la música clásica.

### **b) Grabaciones:**

¡Qué agradable resulta encender nuestro estéreo y poner uno de nuestros discos favoritos, la mejor interpretación de aquella obra que tanto nos gusta! Pero, ¡qué gran desilusión sentimos -o más bien, qué coraje- cuando nos percatamos de que ese disco está rayado o sucio. Y es de no creerlo, pero en la radio moreliana, eso ocurre con una frecuencia que hasta normal se le hace a mucha gente.

Es muy importante tener los discos que se han grabado recientemente con los mejores intérpretes, y con la calidad técnica más fiel. Pero el cuidarlos y mantenerlos limpios y en buen estado habla muy bien de la estación que los posee y los transmite. En cuanto a repertorio, es idóneo tener lo mejor y lo más vasto, pero también debemos pensar en la mejor calidad de todo aquello que se graba en la estación, es decir, los programas y conciertos que transmite y difunde. No nos perdonemos tener discos rayados o sucios, o tener grabaciones mal realizadas por causas no ajenas a nosotros. Mejor desechar dicho material, o en todo caso reparar lo reparable. Ponernos en el lugar del radioescucha, es lo mejor que podemos hacer.

**c) Transmisiones en vivo:**

Resulta sumamente interesante presenciar una actividad cultural y artística la cual no nos podemos perder, ya que lo lamentaríamos mucho. Es emocionante acudir a un auditorio o sala de conciertos y escuchar aquella obra que tanto nos gusta. Pero sabemos que no siempre tendremos esa gran oportunidad, porque tal vez tenemos que permanecer en casa o en la oficina. La radio puede ser capaz de brindarnos la oportunidad de escuchar aquel concierto al que no pudimos acudir, en el preciso momento de su ejecución. Pero qué importante es que esa transmisión nos haga sentir que estamos en aquel lugar gracias a su calidad de transmisión.

Deseamos que nuestra radiodifusora tenga convenios para transmitir en vivo toda actividad musical con la mejor calidad auditiva, y que a posteriori se siga utilizando dicho material parcial o totalmente en la misma estación. Esto nos hace pensar que nuestro trabajo debe estar previamente protegido, así como sus derechos de autor, ya que por ser una estación para música clásica, merece dicha exclusividad.

# CONCLUSIONES

Se ha culminado un trabajo en el que presentamos una opción radiofónica, cultura en radio comercial, porque hablar de cultura, es hablar no sólo de aprendizaje, sino también de entretenimiento, ya que las Bellas Artes, en sus diferentes manifestaciones, son todo un espectáculo que debe de estar al alcance de cualquier nivel social, económico, y por qué no, al alcance de cualquier edad.

Refiriéndonos específicamente a la música, es quizá de todas las Bellas Artes, la que inmediatamente se capta y se disfruta, ya que, aun en el seno materno, una vez desarrollado el oído de manera natural, el ser humano comienza a percibir toda clase de sonidos, habiendo unos que le molestan y otros que le agradan, pero difícilmente pensamos que alguno le sea indiferente. Es así como, de acuerdo a su entorno social, comienza a elegir la música que le agrada más y a rechazar la que le molesta. Dentro de la música clásica, existen géneros considerados como música prenatal, como Mozart, Bach, Vivaldi y Brahms, por mencionar sólo algunos. Realmente hasta ahora no he conocido otro tipo de música prenatal que supere la ya mencionada.

Si llevamos música clásica a la radio, estaremos llevando algo realmente valioso, algo que en el momento más decisivo de la vida de un ser humano como es la gestación, define de manera positiva su personalidad, ya que está comprobado que la música clásica ofrece a los niños alegría, seguridad en sí mismos, además de enriquecer su coeficiente intelectual adquiriendo mayor capacidad de retención.

Por todo esto, es necesario ofrecer a nuestra sociedad moreliana, cultura, entretenimiento, educación, y arte, a través de la música clásica, y creemos que el mejor medio es la radio comercial, ya que, como lo hemos mencionado en nuestra investigación, es una manera de especializarnos en este amplio género musical, y así poder dar una adecuada difusión no sólo a la música en sí, sino también a todo su entorno histórico, además de dar a conocer lo más nuevo en éste género, ya que es algo que también se renueva constantemente.

Sería muy grato que dicha propuesta trascendiera del simple papel, a un gran proyecto en el cual alguna de las importantes instituciones que existen en nuestra ciudad se interesara para llevarlo a cabo a beneficio de miles de radioescuchas, aficionados, músicos, y con el fin de que la calidad radiofónica de

•  
Morelia creciera y produjera, no sólo cultura y entretenimiento, sino también importantes fuentes de empleos para distintos niveles de profesionistas.

Demasiada radio comercial existe en nuestra ciudad con los mismos géneros musicales, todos aquellos que ya conocemos aun sin ser aficionados a estos. La juventud de hoy necesita conocer otras opciones musicales y radiofónicas, ya que ser culto no implica leer mil libros diarios y aprendérselos de memoria, más bien implica abrirse a conocer otras opciones y valorar lo que realmente tiene un fondo positivo. Hoy en día ser culto no es sólo para artistas, cualquier profesionista debe de estar enterado de todo lo que pasa en el mundo, y debe conocer todo lo que tenga que ver con la historia universal.

Con la presente, esperamos llegar a la satisfacción de la población moreliana, de los niños, de la juventud, de radioescuchas, de aficionados a la música clásica, de la gente que desea trabajar en esta gran idea, para llegar a la culminación de un proyecto en beneficio de nuestra sociedad.

## FUENTES

## BIBLIOGRÁFICAS

- ABBIATI, Franco. Historia de la música. Cinco editorial Hispanoamericana. México, 1958. 5 v.
- ÁLVAREZ Coral, Juan. Compositores Mexicanos. Edamex. México, 1993. 373 págs.
- BOULEZ, Pierre. Puntos de referencia. Gedisa. Barcelona, 1984. 495 págs.
- BRENNAN, Juan Arturo. Cómo acercarse a la música. Plaza y Valdés editores. México, 1988. 170 págs.
- BUSONI, Ferruccio. Pensamiento musical. UNAM. México, 1982. 341 págs.
- CALENDOLI, Giovanni. MALIPIERO, Ricardo. La Gran Música. Asuri. España, 1978. 5 v.
- CABALLERO, Cristian. Introducción a la Música. Edamex. México, 1993. 154 págs.
- CABEZAS González, Héctor. La música a tu alcance. Ediciones Paulinas. España, 1977. 3 v.
- CALDWEL, John. La Música Medieval. Alianza, Madrid, 1984. 242 págs.
- CAMPA, Gustavo E. Críticas musicales. Ollendorff. París, 1991. 349 págs.
- CAMPOS, Rubén M. el folklore musical de las ciudades. CENIDIM, México, 1995. 457 págs.
- CAMPOS, Rubén M. El Folklore y la música mexicana. SEP. México. 1991. 351 págs.
- CHÁVEZ, Carlos. El pensamiento musical. Fondo de cultura económica. México, 1964. 95 págs.
- Comunicación Social 6, 7, 8, 9 y 10. Foro de consulta popular. México. 1983.
- Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos.
- CURIEL, Fernando. La escritura radiofónica manual para guionistas. Premià. México, 1990. 125 págs.
- CURIEL, Fernando. La telaraña magnética o el lenguaje de la radio. Premià. México, 1989. 127 págs.
- CREMEOUX, Raúl. La Legislación Mexicana de Radio y T.V.
- DUFOURCQ, Norbert. Breve historia de la música. Fondo de cultura económica. México, 1963. 140 págs.
- ECO, Umberto. La definición del Arte. Editorial Roca. México, 1991. 285 págs.
- El Conservatorio de las Rosas. Edición del Conservatorio de las Rosas. México, 1993. 160 págs.
- Estatutos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y T.V. Cuadernos Michoacanos de Derecho.
- ESTRADA, Julio, editor. La música en México. UNAM. México, 1984. 10 v.
- FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. Editorial Juan Pablos, S.A. México, 1986. 350 págs.
- FERNÁNDEZ de la Cuesta, Ismael. Compendio de musicología. Alianza. Madrid, 1991. 566 págs.
- FLEMING, William. Arte, Música e Ideas. Mc. Graw Hill. México, 1994. 381 págs.
- FUBINI, Enrico. La estética musical desde la antigüedad hasta el siglo XX. Alianza. Madrid, 1992. 521 págs.

- GARCÍA Bacca, Juan David. Filosofía de la música. Anthropos. Barcelona, 1989. 830 págs.
- GARZA, Ramiro. La radio actual: qué es y cómo se realiza. Edamex. México, 1992. 234 págs.
- GROUT, Donald Jay. Historia de la música occidental. Alianza. Madrid, 1994. 917 págs.
- GUARDIA, Ernesto de la. Compendio de historia de la música. Ricordi. Buenos Aires, 1945. 291 págs.
- HAMEL, Fred. Enciclopedia de la música. Grijalbo. Barcelona, 1970. 3 v.
- HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación. Mc. Graw Hill. México, 1991. 505 págs.
- HERRERA y Ogazón, Alba. El arte musical en México; el conservatorio, compositores e intérpretes. DEBA. México, 1997. 227 págs.
- HILLIARD, Róbert L. Writing for television and radio. Wodsworth. Belmont, CA. 1991. 485 págs.
- KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio. CIESPAL, 1980. 459 págs.
- La mujer mexicana en el arte. Bancreser. México, 1987. 209 págs.
- LAVISTA, Mario. Textos en torno a la música. CENIDIM. México, 1990. 174 págs.
- Ley Federal de Radio y T.V. Cuadernos Michoacanos de Derecho.
- LLANO, Seraafina, MORALES, Oscar. La radiodifusión en México. Editorial Regina de los Ángeles, S.A. México. 1985. 233 págs.
- Marco legal de la información social de México. Cuadernos Michoacanos de Derecho. México, 1991. 209 págs.
- MARTÍNEZ Abadía, José. Introducción a la tecnología audiovisual: Televisión, video, radio. Paidós. México. 1995. 238 págs.
- MARTÍNEZ Merling, Raúl. Para comprender el método Estructural-funcionalista, en Perfiles educativos. No. 8. Julio-Agosto, 1986. Págs. 12-16.
- MATTELART, Armand, PICCINI, Mabel. MATTELART, Michèle. Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal. El Cid editor. Argentina, 1976.
- McLEISH, Robert. Radio production a manual for broadcasters. Focal. Oxford. 1994. 294 págs.
- MENDOZA, Vicente T. Panorama de la Música Tradicional de México. UNAM, México, 1984. 257 págs.
- RANDEL, Don Michael. The new Harvard dictionary of music. Belknap Harvard University. 1986. 942 págs.
- REBEIL Corella, Ma. Antonieta. ALVA de la Selva, Alma Rosa. RODRÍGUEZ Zárate, Ignacio. Perfiles del cuadrante. Editorial Trillas. México 1991. 314 págs.
- REESE, Gustave. La música en el Renacimiento. Alianza. Madrid, 1988. 2 v.
- ROA Ortiz, Emmanuel. Comunicación, Información y Derecho. Cuadernos Michoacanos de Derecho.

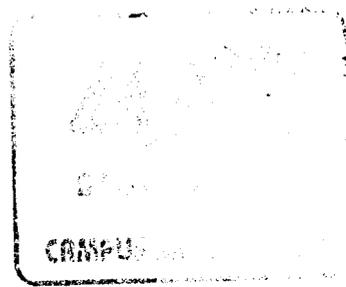
- ROMO Gil Ma. Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Editorial Diana. México. 1991. 120 págs.
- ROWELL, Lewis. Introducción a la Filosofía de la Música. Gedisa editorial. Barcelona, 1990. 246 págs.
- SADIE, Stanley. The norton grove concise encyclopedia of music. W.W. Norton. New York, 1988. 850 págs.
- SALAZAR, Adolfo. Conceptos fundamentales en la historia de la música. Alianza. Madrid, 1991. 254 págs.
- SALDÍVAR, Gabriel. Bibliografía mexicana de musicología y musicografía. CENIDIM. México, 1991. 2 v.
- SEPTIÉN Crespo, Jaime. Comunicación y sociedad. La industria de la radio y la T.V. en México. Tomo I. Edición de Comunicación, servicios y diseño. S.A. de C.V. México, 1991. 200 págs.
- SOLIS Leere, Beatriz (coordinadora). Las industrias culturales. COROSO editores. México, 1992. 180 págs.
- TORRES, Jacinto et al. Música y sociedad. Real Musical. Madrid, 1980. 403 págs.
- TORRE Zermeño, de la. TORRE Hernández, de la. Taller de análisis de la comunicación 2. Mc. Graw Hill. México, 1996. 212 págs.
- WELLESZ, Egon. The new Oxford history of music. Oxford University. New York, 1991. 9 v.

## HEMEROGRÁFICAS

- BAL y Gay, Jesús, director. Revista: Nuestra música. Ediciones mexicanas de música. México, 1946-53.
- BERNAL Jiménez, Miguel, director. Schola Cantorum. Edición. Edición de la Escuela de Música Sacra de Morelia. México, 1940-72.
- Boletín interamericano de música. Unión Panamericana. Secretaría general. Washington. D.C., 1957-68.
- ESCORZA, Juan José, director. Heterofonía. INBA. México, 1984-95.
- LAVISTA, Mario, director. Pauta. Cuadernos de teoría y crítica musical. CNCA. México, 1995. Julio-diciembre.
- PONCE, Manuel M., director. Gaceta musical. CENIDIM. México, 1994.
- PONCE, Manuel M., director. Cultura musical. CENIDIM. México, 1993.

## ELECTRÓNICAS

- <http://www.ibacom.es/empresas/Unicef/queunicef.html>
- [telecomm.net.mx/imer/2000.html](http://telecomm.net.mx/imer/2000.html)
- [telecomm.net.mx/imer/opus.html](http://telecomm.net.mx/imer/opus.html)
- [www.prchat.com/html/radio.html](http://www.prchat.com/html/radio.html)
- [www.radiodifusion.com](http://www.radiodifusion.com)
- [www.mpsnet.com.mx](http://www.mpsnet.com.mx)



# ANEXOS

**El propósito del presente cuestionario es conocer el estado actual de la música clásica, los gustos de usted, sus preferencias y críticas. Por ello le solicitamos contestar las siguientes preguntas.**

**Edad** \_\_\_\_\_ **Sexo** M ( ) F ( ) **Profesión** \_\_\_\_\_

1. **Me agrada la música clásica:**  
Bastante ( ) Regular ( ) Me es indiferente ( ) Poco ( ) Nada ( )
2. **Disfruto de ir a conciertos:**  
Bastante ( ) Regular ( ) Me es indiferente ( ) Poco ( ) Nada ( )
3. **Acerca de compositores, obras y su historia, yo sé:**  
Bastante ( ) Regular ( ) Me es indiferente ( ) Poco ( ) Nada ( )
4. **La formación familiar y social es determinante en el gusto por la música.**  
De acuerdo ( ) No siempre ( ) No sé ( ) En desacuerdo ( )  
Totalmente en desacuerdo ( )
5. **Los programas de radio que transmiten música clásica son:**  
Excelentes ( ) Buenos ( ) Regulares ( ) Aburridos ( ) Malos ( )
6. **Su información acerca de la música que se escucha es:**  
Suficiente ( ) Poca ( ) Confusa ( ) Muy poca ( ) Nula ( )
7. **Sus locutores están:**  
Muy bien preparados ( ) Preparados ( ) Poco preparados ( ) No saben lo que dicen ( )  
No dan información ( )
8. **En general la radio en Morelia es:**  
Excelente ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Poco variada ( )
9. **¿Considera necesaria una estación radiofónica especializada en música clásica?**  
Indispensable ( ) Util ( ) Me es indiferente ( ) No sé ( ) No ( )
10. **¿Ud. cree que dicho proyecto mejoraría el nivel de calidad de la radio moreliana?**  
Bastante ( ) Mucho ( ) No sé ( ) Poco ( ) Nada ( )
11. **La última vez que asistió a un concierto de música clásica fue hace:**  
Menos de un mes ( ) Un mes ( ) 3 meses ( ) 6 meses ( ) Un año ( ) Más de un año ( )
12. **¿De los siguientes géneros musicales ¿cuál o cuáles le agradan más?**  
Ranchera ( ) Folklórica ( ) Rock ( ) Jazz ( ) Grupera ( ) Clásica ( ) Pop ( )
13. **¿De los siguientes programas cuáles transmiten música clásica?**  
Homenaje a los grandes ( ) La música del mundo ( ) Consciencia ( )  
Entre el Danubio y el Volga ( ) Música de órgano ( ) Música y cultura ( )  
Acuarela musical ( )
14. **¿De las siguientes radiodifusoras cuáles transmiten música clásica?**  
Radio 1550 ( ) Radio Nicolaíta ( ) Bonita ( ) Acir ( ) Radio formula ( )
15. **¿Cuál de los siguientes músicos son considerados universalmente como clásicos?**  
Paul Muriat ( ) Antonio Sarrier ( ) Louis Armstrong ( ) Manuel M. Ponce ( )  
Jean Phillip Rameau ( ) Hector Berlioz ( ) Arnold Schoenberg ( )

**Gracias!**

## PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:00	ÓPERA	BARROCO SACRO	POLIFONÍA	BARROCO PROFANO	ÓPERA
7:00	ÓPERA	MÉXICO EN TODAS SUS ÉPOCAS	MÉXICO EN TODAS SUS ÉPOCAS	MÉXICO EN TODAS SUS ÉPOCAS	ÓPERA
8:00	NOTICIAS GENERALES				
8:30	CÁMARA	MEDIEVO	CÁMARA	MEDIEVO	CÁMARA
9:00	PIANO CLÁSICO	PIANO ROMÁNTICO	PIANO CONTEMPORÁNEO	ÓRGANO	BEETHOVEN
10:00	NACIONALISTA	FOLKLOR UNIVERSAL	NACIONALISTA	FOLKLOR UNIVERSAL	NACIONALISTA
11:00	CONCIERTOS	CONCIERTOS	CONCIERTOS	CONCIERTOS	CONCIERTOS
12:00	SOLISTAS DEL MUNDO				
13:00	JAZZ	GREGORIANO	JAZZ	GREGORIANO	JAZZ
14:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL VARIADA				
16:00	MÉXICO	CHARLAS MUSICALES	MÉXICO	CHARLAS MUSICALES	MÉXICO
17:00	NOTICIAS GENERALES				
17:30	TEMAS DE INTERÉS GENERAL				
18:00	MATICES DEL IMPRESIONISMO	MÚSICA DEL CINE	MATICES DEL IMPRESIONISMO	MÚSICA DEL CINE	CLÁSICOS DE SIEMPRE
19:00	MOZART	MOZART	MOZART	MOZART	MOZART
20:00	NOTICIERO CULTURAL				
21:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL VARIADA				
22:00	SIGLO XX	SOLISTAS	SIGLO XX	SOLISTAS	SIGLO XX
23:00	RELAX	RELAX	RELAX	RELAX	RELAX
00:00	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.

## FIN DE SEMANA

HORA	SÁBADO	DOMINGO
6:00	MEDIEVO	ÓPERA
8:00	NOTICIAS GENERALES	NOTICIAS GENERALES
8:30	ENTREVISTA	CÁMARA
9:00	MOZART	BACH
10:00	ROMANTICISMO	CLASICISMO
12:00	DIDÁCTICO	DIDÁCTICO
13:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL VARIADA	PROGRAMACIÓN MUSICAL VARIADA
16:00	TEMAS DE INTERÉS GENERAL	TEMAS DE INTERÉS GENERAL
17:00	NOTICIAS GENERALES	NOTICIAS GENERALES
17:30	MÉXICO	MÉXICO
18:30	PROGRAMACIÓN MUSICAL VARIADA	PROGRAMACIÓN MUSICAL VARIADA
20:00	NOTICIERO CULTURAL	NOTICIERO CULTURAL
21:00	CANTANTES	CANTANTES
22:00	SOLISTAS	MÚSICA DE LA ANTIGÜEDAD
23:00	RELAX	RELAX
00:00	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.	BARRA DE MÚSICA VARIADA HASTA LAS 6:00 HRS.

## **Estaciones que transmiten música clásica en la ciudad de México:**

### **a) IMER**

Sabemos que la ciudad de México, es la más poblada del mundo, y por tanto, posee diversas clases sociales, personas de todo tipo de actividad, gustos, profesiones y oficios. Estas características de la población crean un sinfín de necesidades de todo tipo, tanto físicas como culturales. Ante esta realidad, los medios masivos de comunicación están destinados a satisfacer necesidades como información, entretenimiento, educación, orientación y servicio social, a todo tipo de receptor. La mayoría de las estaciones tienen un público específico; otras son dirigidas a receptores de diversos gustos y preferencias: las estaciones culturales. Las comerciales, son aquellas que se dirigen a un solo tipo de receptor. Lo importante aquí es que tanto una estación cultural como una comercial, emitan su mensaje de la manera más completa: con los elementos mínimos ya mencionados: información, entretenimiento, educación y servicio social.

El IMER (Instituto Mexicano de la Radio) es un organismo poseedor de seis emisoras en el D.F. y doce en el interior del país, tanto de A. M., como de F. M. De las seis mencionadas, una de ellas transmite música clásica de manera especializada, siendo una estación de tipo comercial, la cual podemos ubicar en F.M.

### **b) OPUS 94**

Es una estación que transmite música de concierto, como llaman ellos a la música clásica, de todas las épocas, todos los países y todos los estilos, incluyendo el Jazz. Opus 94 se preocupa por transmitir las mejores versiones e interpretaciones de la música. Lo que hace que Opus 94 sea una estación que transmite cultura, son sus voces al aire, que no son simples locutores, sino un grupo de reconocidos artistas y comentaristas de nuestro país como José Luis Cuevas y Eduardo Lizalde, por mencionar algunos, quienes con sus conocimientos y experiencias, enriquecen de atinados comentarios los programas musicales. Los programas varían, de acuerdo al género o situación; es decir, se programan conciertos en vivo, grabaciones, óperas, música de cámara. Y por supuesto, no pueden faltar los espacios informativos y comerciales.

### **c) RADIO UNAM**

La universidad Nacional Autónoma de México cuenta con su propio foro de expresión: Radio UNAM. Esta emisora opera tanto en A.M. como en F.M., con ambas programaciones un poco distintas una de la otra, pero en esencia la misma. Esta sí es cultural, ya que transmite una gran diversidad de programas de interés general. Sirve de vínculo entre la máxima casa de estudios y la sociedad en general. Los universitarios participan a través de la Radio en las tareas de extensión de la cultura y el quehacer de su universidad. Se investigan nuevos métodos de producción radiofónica para experimentar diversas formas de expresión y difusión didáctica y cultural, lo que la hace una radiodifusora innovadora. Se inclina por la música clásica, sin olvidar el Jazz, la música folklórica y el rock mexicano. Cuenta con espacios noticiosos y programas acerca de distintas ciencias. Transmite en vivo conciertos y los retransmite, recorre todos los géneros clásicos. Cuenta con programas de polémica en la política y en la ciencia. Desde su creación en 1937, Radio Universidad ha pasado por muchos cambios que le han hecho mejorar, y ha estado a cargo de grandes personalidades como Joaquín Gutiérrez Heras, Eduardo Lizalde, etc. La han respaldado en su quehacer el Archivo General de la Nación, la Comisión Nacional de Derechos Humanos, el FONCA, IFE, BBC de Londres, UNICEF, Radio Canadá, Radio Francia, Instituto Italiano de Cultura, musicólogos, compositores, críticos, catedráticos, periodistas, escritores, etc. El valor de Radio UNAM no sólo está en sus años de experiencia, sino también en su gran curriculum y currícula de interventores y colaboradores.

Según su auditorio, en Radio UNAM encontramos buena música, reflexión, análisis y crítica sociales, fuera de lo convencional. Además de excelentes grabaciones, Radio UNAM se encarga de transmitir conciertos en vivo, convirtiendo su transmisión en una verdadera sala de conciertos.

Radio UNAM ha sido acreedora de premio como Premio Nacional de Comunicación, Premio de Periodismo y de información, Reconocimiento Nacional 19 de Septiembre, etc. Como radio cultural, Radio UNAM es el verdadero prototipo de servicio social, información, entretenimiento y ciencia.

Guiones utilizados

para la grabación del programa

“Gozando de la Música”

**GUIÓN PARA IDENTIFICACIÓN  
DE LA ESTACIÓN**

FADE IN

OPERADOR

ENTRA MÚSICA EN PRIMER PLANO.  
(DISCO "FRESH AIR 4" TRACK 5  
1:08-1:13) SE ESTABLECE 5" Y BAJA  
A FONDO.

LOCUTOR

XHVQ. RADIO UVAQ.  
RADIODIFUSORA DE LA  
UNIVERSIDAD VASCO DE  
QUIROGA. "LA VERDADERA  
MÚSICA". 97.7 MHZ. EN LA BANDA  
DE FRECUENCIA MODULADA,  
DESDE SU CAMPUS  
UNIVERSITARIO, UBICADO EN  
CAMINO A JESUS DEL MONTE  
NÚMERO 555, SANTA MARÍA DE  
GUIDO, EN MORELIA, MICHOACÁN.  
RADIO UVAQ, "LA VERDADERA  
MÚSICA"

OPERADOR

SUBE MÚSICA Y SE ESTABLECE 5"  
Y BAJA HASTA DESAPARECER.

FADE OUT.

**GUIÓN PARA RÚBRICA  
DEL PROGRAMA:  
"GOZANDO DE LA MÚSICA"**

FADE IN

OPERADOR

ENTRA MÚSICA EN PRIMER PLANO  
(DISCO "FRESH AIR 4" TRACK 5). SE  
ESTABLECE 5" Y BAJA A FONDO.

LOCUTOR

"GOZANDO DE LA MÚSICA". UN  
PROGRAMA CONDUCIDO POR  
ALEJANDRA ZAVALA PICKETT.  
MÚSICA DE TODOS LOS TIEMPOS,  
ENTREVISTAS, Y EL MEJOR  
AMBIENTE PARA GOZAR DEL ARTE  
DE LOS SONIDOS. "GOZANDO DE  
LA MÚSICA". TODOS LOS LUNES,  
MIÉRCOLES, Y VIERNES, DE 10 A 11  
DE LA MAÑANA, POR ESTA  
EMISORA. "GOZANDO DE LA  
MÚSICA", AQUÍ EN RADIO UVAQ.

OPERADOR

SUBE MÚSICA, SE ESTABLECE 5" Y  
BAJA HASTA DESAPARECER.

FADE OUT

NO.	CONCEPTO	T.P.	T.T.	FUENTE
1	<u>IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN</u>	30"	30"	GRABADO
2	<u>RÚBRICA DEL PROGRAMA</u>	30"	1'	GRABADO
3	BIENVENIDA Y PRESENTACIÓN DE LA PRIMERA PIEZA	3'	4'	LOCUTOR
4	<u>ENTRA PRIMERA PIEZA</u>	2' 31"	6' 31"	DISCO "ADVENTURES IN EARLY MUSIC" TRACK 15
5	PRESENTACIÓN DE LA SEGUNDA PIEZA	1'	7' 31"	LOCUTOR
6	<u>ENTRA SEGUNDA PIEZA</u>	1' 15"	8' 46"	CASSETTE "FAIRE, SWEET AND CRUEL" LADO B TRACK 1
7	PRESENTACIÓN DE LA TERCERA PIEZA	1'	9' 46"	LOCUTOR
8	<u>ENTRA TERCERA PIEZA</u>	1'	10' 46"	CASSETTE "CANCIONES Y DANZAS DE ESPAÑA" LADO A TRACK 1
9	PRESENTACIÓN DE LA CUARTA PIEZA Y DESPEDIDA	2'	12' 46"	LOCUTOR
10	<u>ENTRA CUARTA PIEZA</u>	1' 10"	13' 56"	DISCO "VUELO MÁGICO" TRACK 3
11	<u>RÚBRICA DEL PROGRAMA</u>	30"	14' 26"	GRABADO
12	<u>IDENTIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN</u>	30"	14' 56"	GRABADO