

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Mi experiencia en la radio mexicana desde 1999 hasta 2010

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

ARTURO JAVIER RODRÍGUEZ AGUIRRE

Directora del trabajo recepcional
Dra. Ruth Guzik Glantz

México, D.F. septiembre de 2015.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

DEDICATORIAS	3
AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO 1. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN	10
1.1 La Radio en la primera década del Siglo XXI	10
1.2 Determinismo Tecnológico	12
CAPÍTULO 2. LA FORMACIÓN ACADÉMICA EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO	18
2.1 La Licenciatura en Comunicación y Cultura	19
2.2 Objetivos generales y perfil del egresado	19
2.3 La oferta curricular	20
2.4 Ciclo básico	20
2.4.1 Ejes formativos	20
2.5 Ciclo superior	21
Oficio y profesión del comunicador	21
CAPÍTULO 3. LA FORMACIÓN EN LA PRÁCTICA. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA RADIO COMERCIAL	23
CUADRO CRONOLÓGICO	24
3.1 Radio Noticias 14-40	25
3.1.1 Proyecto Radiofónico: <i>Garage 14-40</i>	25
3.1.2 Principal problemática y retos enfrentados	27
3.1.3 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	29
3.1.4 Proyecto Radiofónico: <i>Elecciones 2000</i>	31
3.1.5 Principal problemática y retos enfrentados	32
3.1.6 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	33



3.2 Radio Capital Toluca	39
3.2.1 Proyecto Radiofónico: <i>Despacho Aduanal</i>	39
3.2.2 Principal problemática y retos enfrentados	39
3.2.3 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	41
CAPÍTULO 4. LA FORMACIÓN EN LA PRÁCTICA. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA RADIO PÚBLICA	43
4.1 Sistema Morelense de Radio y Televisión	44
4.1.1. Proyecto Radiofónico: <i>Vanguardia</i>	44
4.1.2 Principal problemática y retos enfrentados	45
4.1.3 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	45
4.2 Instituto Mexicano de la Radio	46
4.2.1 Proyecto Radiofónico: <i>Sintonía AMIC</i>	46
4.2.1.1 Principal problemática y retos enfrentados	47
4.2.1.2 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	51
4.2.2 Proyecto Radiofónico: <i>Voces en Plenitud</i>	52
4.2.2.1 Principal problemática y retos enfrentados	53
4.2.2.2 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	54
4.2.3 Proyecto Radiofónico: <i>Charlemos de Sexo</i>	54
4.2.3.1 Principal problemática y retos enfrentados	65
4.2.3.2 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida	68
CAPÍTULO 5. ACTIVIDADES ADICIONALES VINCULADAS A LA RADIO	70
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES	71
FUENTES DE CONSULTA	77
ANEXOS	80
FOTOGRAFÍAS	83



DEDICATORIAS

A mi esposa Patricia Maldonado,

La ayuda y el amor que siempre me has proporcionado a lo largo de los años, ha sido muy importante para mí, haz estado conmigo en los momentos y en las situaciones más difíciles, siempre apoyándome y alentándome.

Muchas gracias amor por ser mi consejera, por tu paciencia, tu comprensión, tu bondad, y por ser uno de los principales cimientos de mi vida.

A mi Madre Martha Tomasa Aguirre Hernández (Q.E.P.D.),

Por tu amor, trabajo y sacrificio, en todos los años de tu vida. Gracias a ti me convertí en el hombre que soy. Ha sido un privilegio ser tu hijo.

Gracias Mamá, te extraño mucho.

A mis hijas Lorena y Andrea,

Ustedes me han ofrecido el amor y la calidez de la familia a la cual amo. Han sido para mí un aliento constante para seguir adelante. Las quiero mucho.

A mi padre, el Ing. Francisco Rodríguez Peralta,

Con agradecimiento por tus enseñanzas en la vida.



AGRADECIMIENTOS

A la Dra. Ruth Guzik Glantz por su invaluable apoyo y guía en la elaboración y culminación de este trabajo recepcional y sobre todo, por compartir conmigo su amistad y experiencia.

A la Mtra. Alma Erazo, a la Mtra. Leticia Gallegos Duarte, a la Dra. Aida Analco, al Mtro. Juan Carlos López, al Mtro. Gerardo Ramírez, al Mtro. Javier Arturo Alvarado, por su profesionalismo, su orientación, su apoyo en los momentos más difíciles y su amistad.

Al Mtro. Martín Hernández por sus consejos, correcciones y valiosas sugerencias en materia de radio.

A la comunidad académica y administrativa de la UACM, en especial a la licenciatura de Comunicación y Cultura, que contribuyeron a lo largo de mis estudios.

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, por el apoyo a la impresión y el empastado de este trabajo recepcional.

Al pueblo de la Ciudad de México, por el apoyo para mi formación académica.

Y a dos amigos, Mario Alberto Pérez Hernández y Héctor García Robledo, que gracias a su ayuda y conocimientos han hecho de mi paso por la radio mexicana, una de las experiencias más importantes en mi vida.



INTRODUCCIÓN

La radio, de entre los medios masivos de comunicación, es el medio de mayor penetración en todo el territorio nacional, y el medio de comunicación de mayor influencia en nuestro país (Ipsos-Bimsa, 2006). Prácticamente las personas de todos los niveles socioeconómicos, de todas las edades, sin distinción de credo, raza o sexo, escuchan este medio que cubre la totalidad del territorio nacional.

La radio es un medio de comunicación muy versátil, es el medio por el cual la gente se informa por las mañanas, para iniciar sus actividades cotidianas y sirve como el gran compañero en las labores del día, en él se puede encontrar una programación muy variada, desde música clásica, hasta programas de la farándula, pasando por música grupera, noticieros, programas hablados e incluso consultorios y programas de opinión.

Trabajar en la radio es una de las experiencias más gratificantes que puede tener un comunicador, pues estar en contacto con el día a día de la producción, realización y conducción de programas, así como con el auditorio, da oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la universidad y en cierto sentido, de continuar formándose de manera permanente .

Opté por titularme en la modalidad de titulación vía tesina por experiencia profesional apoyado en cuatro razones: en primer lugar, porque se reúnen los requisitos solicitados por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), para la titulación por esta modalidad.

En segundo lugar, por considerar que la descripción que se hace de la experiencia laboral adquirida, aunada a la práctica así como los conocimientos obtenidos en la radio a la luz de las reflexiones teóricas, conceptuales y operativas que propone la licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), pueden aportar información de utilidad para los estudiantes de la UACM, los profesionales del medio, así como para el campo académico. Este es el eje total de esta tesina.



En tercer lugar; si bien es cierto que existen muchas tesis sobre la radio, pocas de ellas describen las actividades de las personas que hacen desde adentro de la radio, las decisiones que se deben tomar al planear un programa de radio, su diseño, la estructura a utilizar, el personal con que se debe contar, los recursos materiales y humanos a emplear, así como el sentido en que se debe tratar la temática del día.

La transcendencia de la presente tesina radica en describir las actividades realizadas a lo largo de más de diez años de experiencia en la radio, vinculadas con los conocimientos adquiridos en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, al cursar la Licenciatura en Comunicación y Cultura. Hasta la fecha esta visión ha sido poco documentada en la universidad.

Por último, se ha elegido esta modalidad de titulación porque hasta la fecha esta temática no ha sido abordada, ni documentada en la modalidad de titulación por experiencia profesional, en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

A lo largo de la tesina se hace una descripción de la experiencia profesional adquirida entre los años 2000 y 2010 por mi paso en la radio mexicana, tanto en la radio capitalina del Distrito Federal (D.F.), como en la radio del interior de la república, en los estados de Morelos y el Estado de México.

Aquí se detalla la labor realizada, así como una breve descripción del contexto en el que se desarrollaron las actividades, los principales problemas enfrentados en cada proyecto y una descripción de la vinculación con los conocimientos adquiridos y que brinda la universidad, a lo largo de la carrera.

La tesina está compuesta por: una introducción en la que se detalla como está organizada la tesina, cinco capítulos en los que se describen puntualmente las actividades desarrolladas en la Radio Mexicana, los principales problemas presentados, así como los retos superados, concluyendo con la vinculación con la universidad. Posteriormente se presentan las conclusiones de la tesina y se finaliza presentando un apartado con las fuentes consultadas y anexos.



Para contextualizar en el tiempo al lector, se hace en el **Capítulo 1**, denominado ***La Radio como medio de comunicación***, una breve descripción de algunos de los diferentes escenarios en los campos político, social, económico y tecnológico, que se estaban viviendo en nuestro país y en la radio en la primera década del siglo XXI.

A lo largo de este capítulo se hace énfasis en la incorporación de México a la Sociedad de la Información y su impacto en la Radio Mexicana, sus alcances y sus consecuencias. Al final del capítulo se hace una reflexión sobre la dependencia tecnológica y su importancia en la radio.

Más adelante, en el **Capítulo 2**, denominado ***La formación académica en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México***, se describe el Plan curricular de la Carrera de Comunicación y Cultura impartida en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, sus objetivos, el perfil del egresado, las materias que componen el ciclo básico, así como sus ejes formativos. Se mencionan también las materias que se incluyen el ciclo superior y sus ejes formativos. Para concluir se describen de manera general, algunos de los aportes más significativos de la licenciatura en mi vida personal y/o profesional.

Para la mejor distribución del contenido de esta tesina, se decidió dividir en dos capítulos mi paso por la radio mexicana: el **Capítulo 3** dedicado a describir las actividades realizadas en la *Radio Concesionada*, en dos diferentes grupos radiofónicos, uno del Distrito Federal y otro en la ciudad de Toluca, Estado de México.

Posteriormente se presentan en el **Capítulo 4** las actividades realizadas a mi paso por la *Radio Permissionada*, en dos diferentes grupos radiofónicos, uno en la ciudad de Cuernavaca en el Estado de Morelos y otro en la Ciudad de México D.F., para distinguir claramente el diferente tipo de actividades realizadas, pues aunque toda es radio, tienen muchas particularidades que las definen y las distinguen.

Es necesario comentar que en cada proyecto radiofónico se incluye la descripción de actividades, los principales problemas y retos enfrentados, así como la forma en que se vincularon con las materias cursadas en la universidad, de manera individual, es decir los tres elementos en cada proyecto radiofónico para su mejor análisis.



Se consideró que si al final de toda la descripción de los proyectos, se hiciera un solo apartado de los problemas enfrentados y de la vinculación con los aportes de mi trayectoria por la universidad, podría ser confuso de entender y difícil de examinar.

En la distribución de los proyectos, se decidió resaltar sólo los aspectos más relevantes de cada uno de ellos de tal forma que no fuesen repetitivos y se distribuyeran uniformemente tanto los contenidos, como los aspectos vinculatorios con la formación universitaria.

Aunque en todos los casos a lo largo de la tesina se podría ver que muchos contenidos, se encuentran vinculados horizontalmente. La idea era no repetir conceptos, problemáticas, ni puntos de análisis o de relación.

En el **Capítulo 3** intitulado ***La formación en la práctica, descripción de la experiencia profesional en la radio comercial***, se presentan los principales problemas y los retos más importantes enfrentados en la creación y producción de las diferentes series radiofónicas, así como su vinculación con las diferentes materias cursadas y con los conocimientos adquiridos a lo largo de mi paso en la carrera de Comunicación y Cultura de la UACM.

Este capítulo se dividió, en dos subcapítulos:

- ✚ El 3.1 dedicado a las labores desarrolladas en *Grupo Siete Comunicaciones*, en los proyectos *Garage 1440* y en la cobertura de las Elecciones Federales del año 2000.
- ✚ El 3.2 dedicado a la labor realizada en *Radio Capital Toluca*, en el proyecto *Despacho Aduanal*.

Al inicio de este capítulo, posterior a la introducción en la que se hace una descripción de la radio comercial, y con la idea de contextualizar al lector sobre mi quehacer radiofónico en general, se presenta un cuadro cronológico de mi paso en la radio, por los diferentes grupos radiofónicos.



El Capítulo 4 intitulado ***La formación en la práctica, descripción de la experiencia profesional en la radio pública***, inicia con una breve descripción de la radio pública, para luego dar paso a la presentación de los proyectos en los que participé.

Este capítulo, también se dividió en dos subcapítulos:

- ✚ El 4.1 en donde se plasman las labores llevadas a cabo en el Sistema morelense de Radio y Televisión, en la *Estación Universal F.M.*, en donde se obtuvo el certificado de Locutor tipo “A”.
- ✚ El 4.2 conteniendo las tareas realizadas en los proyectos *Sintonía AMIC*, *Voces en Plenitud* y *Charlemos de sexo*, llevados a cabo en el Instituto Mexicano de la Radio.

Siguiendo con la tesina, en el **Capítulo 5** intitulado ***Actividades adicionales vinculadas a la radio***, se presentan una serie de actividades desarrolladas, a lo largo de estos diez años, (pasando por la capacitación, el periodismo escrito y la participación como miembro fundador y posterior Presidente de la Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio.

Cabe señalar que en los programas de radio presentados, muchos conceptos tales como cultura, metodología cuantitativa, ética, etc., son utilizados en cada uno de ellos, pero para no ser reiterativos y no extender en demasía la tesina, sólo se referencian en casos específicos.

El **Capítulo 6** está dedicado a las ***Conclusiones***, ahí se detallan los aportes más importantes de la experiencia adquirida en el medio, vinculados a los conocimientos adquiridos en la licenciatura de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Al final de la tesina se presentan una serie de anexos en los que se incluyen copia de los documentos probatorios de mi paso por los grupos radiofónicos mencionados, fotografías en diferentes momentos, eventos y estaciones de radio, todos ellos elementos probatorios de la actividad realizada en el tiempo referido en la tesina.



CAPÍTULO 1. LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Desde sus orígenes la radio se convirtió en uno de los medio tecnológicos destinados a la comunicación más importantes del mundo, en nuestro país ha sido un medio fundamental para la vinculación de los mexicanos con nuestro entorno y con el mundo. Es posible afirmar que la radio es el medio de comunicación más importante para la difusión de la cultura mexicana y es también creador de cultura.

El papel que ha desarrollado la radio a lo largo del tiempo en la construcción de nuestra cultura ha sido trascendental, este medio ha sido testigo de muchos movimientos sociales, de guerras, de problemas económicos, de cambios políticos importantes, del avance de la sociedad. En esta tesina no se pretende abordar el papel político, económico y social de la radio, pero si se describen de manera somera su estado actual en la primera década del siglo XXI y algunas de sus transformaciones sustantivas a partir de la incorporación a la radio de las tecnologías de la comunicación y la información propias de estas últimas décadas.

1.1 La Radio en la primera década del Siglo XXI

Para contextualizar en el tiempo en el que se obtuvo la experiencia de trabajo, a continuación se hace una breve descripción de diferentes escenarios que se vivían en ese momento en nuestro país.

Cambio en lo político, social y económico en la primera década del siglo XXI

En la primera década del siglo XXI la sociedad mexicana experimentó una profunda transformación social, producto de la alternancia en el régimen político, ya que en diciembre del 2000, tomó posesión como Presidente de la República Mexicana el Lic. Vicente Fox Quesada, político proveniente de las filas del Panismo.

La sociedad veía con optimismo y esperanza este cambio de régimen iniciando una década y el siglo mismo en manos de una supuesta visión modernizadora para el país, dando fin a los setenta años de dominio del Partido Revolucionario Institucional.



Se creía que por fin acabaría el régimen presidencialista, y que la división de fuerzas en las cámaras de diputados y senadores, traerían como consecuencia una serie de debates en los temas torales que el país necesitaba resolver, dejando de lado las posturas dominantes de un solo partido hegemónico.

En materia económica se continuó implementado el sistema Neoliberal, que fortaleció el debilitamiento del Estado y disminuyó el control del Estado en muy diversos procesos. El país se encontraba en una economía estancada de poco crecimiento sostenido, cerca del 3% anual. Con el cambio político, se creía que vendrían años de bonanza económica, pero desafortunadamente, esto no sucedió así, aunque hay que señalar que a lo largo de esos años, se tuvo cierta estabilidad macroeconómica, sin sobresaltos serios que estancaran la economía.

En materia de comunicaciones, el principal cambio que se notó fue la apertura en los medios de comunicación, flexibilizando el control que el antiguo régimen priista había mantenido durante tantos años en el control de los contenidos, sobre todo los informativos.

En el año 2006, se llevaron a cabo nuevas elecciones presidenciales y cambios en la cámara de diputados y en el senado de la república. La sociedad mexicana en su conjunto votó en favor de la continuidad de la supuesta alternancia del poder iniciada en el año 2000, y tras un conflicto pos-electoral, logró tomar posesión el Lic. Felipe Calderón Hinojosa, político de extracción panista, como nuevo Presidente de la República. El Congreso de la República, quedó dividido, obligando a los partidos políticos a tener que negociar cualquier iniciativa que se quisiera aprobar.

En materia macroeconómica, se continuó con el sistema neoliberal, que mantuvo una disciplina fiscal. El promedio sostenido de crecimiento a lo largo de estos años fue de sólo 2.1%, logrando mantener una relativa estabilidad económica

Ante el difícil escenario de inseguridad social, producto de los años de corrupción, cacicazgos, y del apoyo desmedido de parte de la autoridad, en los tres niveles de gobierno a la delincuencia establecida, el gobierno federal, se dio a la tarea de lanzar una guerra frontal en



contra del narcotráfico y del crimen organizado, aumentando el nivel de violencia vivido en todo el territorio nacional, dejando un alto número de muertos, en todo el país. Se calcula que hubo alrededor de 121 mil muertos producto de esta narcoguerra.

En materia de la radio, se continuó en lo general, manteniendo la apertura informativa, de bajo perfil de censura, conservando este logro obtenido desde el inicio del año 2000, en el sexenio del presidente Fox.

1.2 Determinismo Tecnológico

En materia de nuevas tecnologías el gran cambio que se estaba viviendo en nuestro país fue en relación a su creciente incorporación a la Sociedad de la Información.

En todas las esferas de la sociedad las tecnologías digitales se fueron incorporando poco a poco, modificando algunos conceptos como el del tiempo y espacio, e impactando las percepciones sobre la productividad y competitividad.

La radio mexicana siendo el medio de comunicación de mayor alcance en todo el territorio nacional, no podía quedarse atrás, por eso en la 1ª. década del siglo XXI, la radio se encontraba inmersa en una etapa de transición, es decir, finalizando el cambio tecnológico de migración de la comunicación sustentada en señales analógicas a las de carácter digital.

Esta migración se dio como resultado de una serie de debates sobre la importancia de la incorporación de las tecnologías de comunicación e información (TIC) a la radio. La industria radiofónica vio la necesidad de la incorporación del medio a la era digital, para evitar el retraso de la industria y pérdidas en lo económico.

Este debate estuvo apoyado en el enfoque determinista de carácter inevitable, que se da a consecuencia de la modernidad, misma que plantea que este cambio viene acompañado del progreso y de un auge económico, tal y como lo plantea el Dr. John Gray en su artículo “Una ilusión con futuro”, quien dice:



“El meollo de la idea del progreso es la ilusión de que el conocimiento acrecienta la libertad del hombre. La verdad es que simplemente incrementa su poderío.” (Gray, Una ilusión con futuro).

Como señalan Ronderos y Valderrama en relación a la teoría del Determinismo Tecnológico¹:

“...esta corriente, postulada por teóricos, científicos sociales y naturales, ingenieros, y presente en el imaginario colectivo popular, la Tecnología actúa como motor del cambio social. La Tecnología determina la Historia. Esto quiere decir que la implementación de una tecnología específica causa transformaciones sociales, moldea y condiciona las conductas, las costumbres y el funcionamiento general de la sociedad que la acoge.” (Ronderos & Valderrama, 2003).

Por otro lado como dice Leslie White:

“La tecnología es la variable independiente, un cambio en ella determina cambios en los otros dos subsistemas (el sociológico y el ideológico), el factor tecnológico es, por tanto el determinante de un sistema cultural considerado como todo.” (White, 1964).

Esta teoría considera a las nuevas tecnologías como el principal agente de cambio social. La teoría del Determinismo Tecnológico se insertó en nuestro país en el contexto económico neoliberal que se vivía y se continúa viviendo en México y en el mundo. La declaración de principios de la “Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información” celebrada en Ginebra 2003, plantea en su inciso A 8:

“Reconocemos que la educación, el conocimiento, la información y la comunicación son esenciales para el progreso, la iniciativa y el bienestar de los seres humanos. Es más, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) tienen inmensas repercusiones en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas. El rápido progreso de estas tecnologías brinda oportunidades sin precedentes para alcanzar niveles más elevados de desarrollo. La capacidad de las TIC para reducir muchos obstáculos tradicionales, especialmente el tiempo y la distancia, posibilitan, por primera

¹ La Teoría del Determinismo Tecnológico, es conocida con ese nombre a finales del Siglo XX, pero algunos historiadores señalan que su uso procede desde la Ilustración en el siglo XVII.



vez en la historia, el uso del potencial de estas tecnologías en beneficio de millones de personas en todo el mundo.”

“El rápido desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones y la innovación de los sistemas digitales representan una revolución, que ha cambiado fundamentalmente la manera en que la gente piensa, actúa, comunica, trabaja y gana su sustento. La llamada revolución digital ha forjado nuevas modalidades de crear conocimientos, educar a la población y transmitir información. Ha reestructurado la forma en que los países hacen negocios y rigen su economía, se gobiernan y comprometen políticamente. Ha proporcionado la entrega rápida de ayuda humanitaria y asistencia sanitaria, y una nueva visión de protección del medio ambiente. Y hasta ha creado nuevas formas de entretenimiento y ocio. Puesto que el acceso a la información y los conocimientos es un requisito previo para conseguir los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), tiene la capacidad de mejorar el nivel de vida de millones de personas en todo el mundo. Además, una mejor comunicación entre los pueblos permite solucionar los conflictos y alcanzar la paz mundial (World Summit on the Information Society)”. (Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, 2004) .

Esta cumbre mundial organizada por la Organización de las Naciones Unidas y por la Unión Internacional de Telecomunicaciones planteó en general que el desarrollo económico y el progreso de la sociedad se dan gracias a la utilización de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Nuestro país fue influenciado en esa primera década del siglo XXI, directamente por esta teoría del Determinismo Tecnológico y por las políticas establecidas por la “Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información”.

Desafortunadamente para México, este tipo de decisiones sólo fomentaron la dependencia hacia los países hegemónicos, ya que esta tecnología incorporada hacia la radio mexicana es extranjera, diseñada de tal forma que continuamente debe estarse renovando, manteniéndonos como un país periférico y dependiente, tal y como lo señala el Dr. Theotonio Dos Santos en su Teoría de la Dependencia:



“la dependencia es una situación en la cual un cierto grupo de países tienen su economía condicionada por el desarrollo y expansión de otra economía a la cual la propia está sometida. [...] la situación de dependencia conduce a una situación global de los países dependientes que los sitúa en retraso y bajo la explotación de los países dominantes” (Dos Santos, 1971).

Esta teoría nos ubica como un país dependiente sobre todo de Estados Unidos, ya que la tecnología que nuestro país decidió utilizar para implementar la radio digital, es diseñada principalmente en ese país.

Además el Dr. Theotonio Dos Santos señala en su Teoría de la Dependencia que:

“Este sistema se hace progresivamente más interdependiente al nivel internacional, en tanto se desarrolla la tecnología aplicada a la producción y a la comunicación como consecuencia de las revoluciones comercial e industrial”

México teniendo la oportunidad en esta primera década del siglo XXI, de desarrollar su propia tecnología digital o en su caso optar por adquirir tecnología diferente a la de Estados Unidos, pierde esta oportunidad producto de las presiones políticas y en octubre de 2003, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión, empieza a realizar en el Distrito Federal, las primeras pruebas de radiodifusión digital con los sistemas: el Americano *IBOC (In Band of Channel) FM* y el Europeo *Eureka 147*.

Finalmente en el 2008 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, tras varios años de deliberaciones políticas, abre el espectro radiofónico, para que las estaciones de Amplitud Modulada (AM), puedan migrar a la Frecuencia Modulada (FM) y de acuerdo a lo establecido en el Diario Oficial de la Federación, se adopte el sistema americano *IBOC FM*, para la transmisión de Radio Digital.

En materia del desarrollo tecnológico, existen otras teorías que visualizan a la tecnología desde otra perspectiva, como la Teoría del Determinismo Sociológico, que es una teoría contraria a la del Determinismo Tecnológico y que plantea que las fuerzas sociales y culturales son las que realmente determinan el cambio tecnológico.



Producto del debate de estas ideas encontradas, se desarrolló a lo largo de esta primera década del siglo XXI, una nueva teoría integradora de ambas posturas y que es conocida como la Teoría del Constructivismo Social de la Tecnología. Luis Alfonso Chavarro, plantea en el debate sobre el Determinismo Tecnológico, que esta línea de pensamiento ve a las tecnologías como:

“cristalizaciones de relaciones sociales y por tanto, no existen necesariamente determinaciones sino procesos de construcción social de las tecnologías”

Y además señala que:

“...tecnología y sociedad no son categorías excluyentes, que hay influjos bidireccionales y que en algunos casos se pueden mostrar incidencias sociales de la tecnología, no necesariamente impactos o efectos, y, por otro lado también puede demostrarse que los usos sociales han terminado determinando la misma dirección de la tecnología”. (Chávarro, 2006).

Esta teoría está siendo adoptada poco a poco, pues la fuerza de la teoría del Determinismo Tecnológico es vista como producto de la modernidad y su paso arrollador parece no tener fin.

La importancia en contextualizar este rubro de la tecnología, radica en el impacto y la transformación que a lo largo de esa primera década del siglo XXI, ésta imprimió en la radio mexicana, y que derivó en la transformación paulatinamente de radio análoga a radio digital y de la cual he podido ser testigo desde mi participación en diferentes grupos radiofónicos de la radio concesionada y permitida, como se describirá en los siguientes capítulos, además de que nos permite resaltar la influencia exterior en la toma de decisiones de parte de los países hegemónicos, en este caso Estados Unidos, sobre la radio mexicana y evidenciar la postura de México como país periférico y dependiente.

Como menciona el Dr. Néstor García Canclini: El Poder Hegemónico,

“Es la dominación o mantenimiento del poder de un grupo sobre otro. Este dominio o sometimiento se da en el terreno político, ideológico y cultural”. (García Canclini, 2004).



Como colofón a este apartado es importante señalar que el 17 de septiembre de 2012 asistió el entonces Presidente de la República, el Lic. Felipe Calderón Hinojosa al Instituto Mexicano de la Radio (IMER), a inaugurar las primeras nueve señales digitales de radio HD (por sus siglas en inglés *High Definition*) en nuestro país, colocando al Instituto a la vanguardia tecnológica de la radiodifusión nacional. (Instituto Mexicano de la Radio, 2012).

Las emisoras que están transmitiendo su señal de manera digital hasta el mes de mayo de 2015 son *Opus 94.5*; *Reactor 105.7* y *Horizonte 107.9*. En cada una de ellas respectivamente se transmitirán en la misma frecuencia pero en el canal *HD2 la XEB – La B grande de México*, en *Reactor HD 2*, *Radio México Internacional* y en *Horizonte HD 2 Radio Ciudadana*. Ahora en *Opus HD 3* Se transmitirán seminarios y talleres de carácter educativo y los 6 años de educación primaria. En *Reactor HD 3*, diplomados, radionovelas y también los 6 años de educación primaria, pero en diferentes horarios, por último en *Horizonte HD 3*, se transmitirá la Nueva Hora Exacta.

Grupo Imagen quien ya cuenta con autorización de transmitir en HD, aún no ha lanzado sus estaciones de radio de alta definición, por encontrarse a la fecha en etapa de pruebas.



CAPÍTULO 2. LA FORMACIÓN ACADÉMICA EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO



La Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) se funda el 25 enero 2001, con el lema *Nada humano me es ajeno*. La UACM, es una universidad pública y atiende a las necesidades de formación de cuadros de profesionales en beneficio de los habitantes de la Ciudad de México.

El 26 de Abril el 2001, el jefe de gobierno del Distrito Federal, publicó en la gaceta oficial el Decreto de creación de la Universidad de la Ciudad de México, hoy Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Dentro de la oferta académica que ofrece el Colegio de Ciencias y Humanidades, se encuentra la Licenciatura en Comunicación y Cultura.

En lo personal, antes de solicitar mi registro en la UACM, tuve la oportunidad revisar diferentes planes de estudio de distintas instituciones de educación superior ubicadas en la Ciudad de México. El Plan de estudios de la licenciatura de Comunicación y Cultura de la UACM, se me hizo el más adecuado para mis intereses académicos y para mejorar mi desempeño profesional en la radio. A esto se sumó de manera importante la propuesta formativa que ofrece una flexibilidad en los horarios, y la posibilidad de certificar asignaturas sin necesidad de asistir presencialmente, permitiendo que el alumno las acredite basado en conocimientos previamente adquiridos. Por todas estas razones, la UACM resultó ser para mí la mejor alternativa para completar mi formación académica universitaria.



He de señalar que algunos de los ejes y algunas de las materias que ofrece el Plan de estudios me llamaron mucho la atención, tales como los ejes de Comunicación, Metodología de la Investigación, Cultura y de Comunicación Aplicada. Al averiguar que la temática de estas asignaturas y ejes formativos es abordada desde un punto de vista crítico, especialmente en el tratamiento de los medios y que la licenciatura hace un especial énfasis a la cultura, hizo que me acabara de entusiasmar por estudiar en la UACM.

2.1 La Licenciatura en Comunicación y Cultura

La licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM, tiene como línea prioritaria de reflexión la dimensión cultural de la comunicación. Los licenciados en comunicación y cultura están formados para aplicar conocimientos teóricos, metodológicos y prácticos en distintos campos de la comunicación (comunicación alternativa; organizaciones culturales, civiles, políticas, empresariales, religiosas, gubernamentales; industria de los medios masivos, etc.): reciben una formación que les permite también insertarse en los campos de la docencia y la investigación y, por último, también están capacitados para el campo profesional de la gestión y promoción cultural.

2.2 Objetivos generales y perfil del egresado de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México

La licenciatura en Comunicación y Cultura, pretende facilitar el proceso de formación de sujetos con saberes significativos en el ámbito de la comunicación y la cultura que cuenten con conciencia histórica y que puedan interpretar e intervenir en fenómenos de comunicación y cultura; con una perspectiva crítica, científica y humanista; y que comprendan y manejen los signos, códigos, herramientas y lenguajes de los distintos medios de comunicación. (UACM, 2013).

Al finalizar su formación, el licenciado en Comunicación y Cultura será capaz de:

- Comprender la relación entre lenguaje, cultura y comunicación como unidad integral.
- Manejar las técnicas, los códigos y los lenguajes necesarios para desempeñarse como comunicador en los medios de masas.



- Diagnosticar, evaluar, planear y desarrollar programas en comunicación y cultura en distintos ámbitos sociales.
- Analizar los fenómenos socioculturales, los discursos, mensajes y expresiones que sus actores producen.
- Relacionar y aplicar las diversas teorías de la comunicación y de la cultura fenómenos socioculturales concretos.
- Aplicar los diversos métodos y técnicas de investigación de la comunicación y la cultura para intervenir en fenómenos concretos.
- Reflexionar y criticar los desafíos que implique el ejercicio de la comunicación, tanto en su vertiente práctica (trabajo profesional en medios de comunicación) como en su dimensión teórico-conceptual.

2.3 La oferta curricular

La licenciatura en Comunicación y Cultura, está formada por un Ciclo básico (común con las otras licenciaturas que ofrece el Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales) y un Ciclo superior. En total, está estructurada en nueve semestres.

2.4 Ciclo básico

Las licenciaturas de la UACM en el campo de las Humanidades y Ciencias Sociales, están estructuradas por tres ejes formativos, tres asignaturas en tres niveles consecutivos, más tres materias optativas y el aprendizaje de un idioma a lo largo de tres semestres. Las materias optativas corresponden a la licenciatura de elección de los estudiantes y al cursarlas los estudiantes se van acercando gradualmente a su campo profesional de interés. En el caso de la licenciatura en Comunicación y Cultura las asignaturas optativas son: *Análisis cultural*, *Introducción a la comunicación*, y el *Taller de lenguaje comunicación y cultura*.

2.4.1 Ejes formativos:

- Estudios sociales e históricos I, II y III.
- Cultura científica y humanística I, II y III.
- Lenguaje y pensamiento I, II y III.



- Materias optativas.
- Idioma I, II y III.

2.5 Ciclo superior

El Ciclo superior de la licenciatura en Comunicación y Cultura, tiene una duración de cinco semestres y se compone de los siguientes ejes:

- Comunicación: ofrecen las teorías y los espacios conceptuales más importantes para el estudio de los fenómenos de comunicación.
- Cultura: ofrecen las principales teorías de la cultura para que el egresado desempeñe sus actividades profesionales asumiendo a la cultura como un campo de disputa de los significados de la realidad, de la historia y de los procesos sociales.
- Metodología: proporciona a los estudiantes los métodos, técnicas e instrumentos para el diseño y elaboración de investigaciones en el ámbito de la comunicación y la cultura, tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa.
- Comunicación aplicada: ofrecen diferentes cursos teórico prácticos que permitirán al estudiante adquirir habilidades para desarrollarse en distintos campos laborales y profesionales en comunicación y cultura.
- Práctica en medios: este eje proporciona al estudiante los conocimientos y habilidades necesarios para un desempeño crítico y creativo como profesional de los medios de difusión masiva y busca fomentar el desarrollo de aptitudes creativas en la producción de mensajes mediáticos, así como el conocimiento y las habilidades necesarias para el manejo técnico del equipo instrumental.

Oficio y profesión del comunicador

Al recibir la formación académica completa, que se imparte en la carrera de comunicación y cultura, uno puede desarrollarse como profesionista en los medios ya que ha recibido una educación científica y de carácter humanista. Lo trascendente de la preparación académica, consiste en el desarrollo de habilidades de investigación, reflexión y análisis, para poder resolver los problemas de comunicación a los que uno se enfrenta, así como a las necesidades comunicativas de la sociedad.



Como menciona Jorge Fernández Pérez:

“Las profesiones actuales se estructuraron con base en una segmentación de la producción del conocimiento y de su propio ejercicio ante la necesidad de regular y reglamentar las formas de ejercicio de las habilidades profesionales, buscando legalizar lo escolar como la única forma válida de tener acceso al conocimiento. Las profesiones han sido consideradas como estructuras sociales autónomas en el sentido de que se encuentran formalmente establecidas y legitimadas, no sólo por el conjunto de formas y sistemas de organización social históricamente constituidos.” (Fernández Pérez, 2001).

A diferencia de un oficio, en donde la práctica es rutinaria, con procesos naturalizados, el profesional o profesionista sabe que además cuenta con la formación académica para tomar decisiones considerando los elementos pertinentes a su práctica contextual, combinada con los conocimientos teóricos y metodológicos adquiridos por su paso en la Universidad.

De ahí la importancia de recibir una Educación universitaria, para convertirse uno en un profesional.



CAPÍTULO 3. LA FORMACIÓN EN LA PRÁCTICA.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA RADIO COMERCIAL

La radio mexicana como medio de comunicación masivo, se encuentra sujeta a lo que establecen la *Ley Federal de Telecomunicaciones y de Radiodifusión* y el reglamento que de ella emana.

Esta Ley Federal de Telecomunicaciones y de Radiodifusión establece en el Capítulo III, “De las Concesiones sobre el Espectro Radioeléctrico y los Recursos Orbitales” en la Sección I, “Disposiciones Generales” en su Artículo 76, en los incisos I y II, que en México existen dos tipos de concesiones, las de uso Comercial y las de uso Público.

Este Artículo 76 establece que las concesiones para uso comercial son las que le:

“Confiere el derecho a personas físicas o morales para usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico de uso determinado y para la ocupación y explotación de recursos orbitales, con fines de lucro” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2014).

Estas estaciones comerciales venden su tiempo aire, por medio del mensaje comercial, para sobrevivir económicamente. Su dos principales funciones son: la de informar y la de entretener.

Niklas Luhmann señala sobre la oferta de los medios de comunicación de masas que:

“El medio pone a disposición un campo inmenso (que al mismo tiempo es selectivo) de posibilidades, desde el cual se pueden seleccionar las formas que están enlazadas a contenidos determinados y temporales. Y justamente aquí es donde se encuentran las aportaciones propias de los campos programáticos: noticias/reportajes, publicidad y entretenimiento”. (Luhmann, 2000).



Estas estaciones comerciales, independientemente del género, o del formato en que transmitan, a lo que destinan su tiempo es a la venta de productos, a la prestación de servicios o a la prestación de bienes.

En México existen un total de 1148 estaciones de radio comerciales, de las cuales 675 transmiten en AM y 388 en FM, 85 estaciones transmiten en formato combo. (González, 2010).

***Cuadro cronológico de actividades propias realizadas en la radio
(pública y comercial) en el periodo 1998 – 2010***

Grupo Radiofónico	Ciudad	Estacion	Nombre Del Proyecto	Fechas
Sistema Morelense de Radio y Televisión	Cuernavaca, Morelos	Universal F.M.	Vanguardia	1998
Grupo Siete Comunicaciones	México D.F.	Radio Noticias 14-40	Garage 14-40 Elecciones 2000	Julio 1999 a Marzo 2001
Grupo Mac	Toluca, Estado de México	Radio Capital	Despacho Aduanal	Septiembre 2001 a Mayo 2002
Instituto Mexicano de la Radio	México D.F.	La Radio de los Ciudadanos	Sintonía AMIC	1° Abril 2003 a Julio 2005
Instituto Mexicano de la Radio	México D.F.	La Radio de los Ciudadanos	Voces en Plenitud	Octubre 2004 a Abril 2005
Instituto Mexicano de la Radio	México D.F.	Radio Ciudadana	Charlemos de Sexo	Abril 2007 a Abril 2010



3.1 Radio Noticias 14-40



3.1.1 Proyecto Radiofónico: *Garage 14-40*

Desde julio de 1999 y hasta marzo del 2001, tuve oportunidad de participar como productor general del programa *Garage 14-40*, que se transmitió en la Ciudad de México, por la XEEST - Radio Noticias 14-40, a través de la frecuencia 1440 de AM, con una periodicidad semanal (los sábados por la tarde) y con una hora de duración.

Garage 14-40 era un programa de servicio especializado en auxiliar a los automovilistas sobre todo tipo de problemas mecánicos que un coche pudiera presentar, el programa estaba dirigido a los y las automovilistas que circulan por la Ciudad de México.²

En el tiempo en que estuve en *Garage 14-40*, estuve realizando actividades como:

- ❖ **Productor;** en casi 100 programas, de los cuales 92 de ellos fueron en vivo, y sólo seis grabados. Es necesario señalar que en estos programas, las llamadas del auditorio, se transmitían en vivo. La realización del programa en vivo estuvo a mi cargo³.
- ❖ **Coordinador de invitados.** Para darle mejor información al auditorio en cada programa era invitado un especialista en el tema a tratar, responsabilidad que recayó en mi persona a lo largo del 98% de las emisiones.
- ❖ **Musicalizador.** Como parte de la labor desempeñada, para darle continuidad y ritmo al programa era necesario musicalizar los cuatro bloques en que estaba dividido el programa. Semana a semana tuve la oportunidad de musicalizar cada programa.
- ❖ **Coordinador de locaciones.** Si bien es cierto que la radio se realiza desde instalaciones fijas, adecuadas para su transmisión, libre de ruidos extraños, y de personas que interrumpan la emisión, la necesidad de vincular al medio

² Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 2 de esta tesina.

³ Copia del Reconocimiento como productor se incorpora como el anexo # 3 de esta tesina.



con el auditorio nos llevó a realizar controles remotos, desde talleres en los que se realizan las reparaciones de los automóviles, y desde la sala de exposiciones del *World Trade Center (WTC)*, por lo cual tuve que buscar espacios tales como - talleres - salas de exposición y salas de exhibición, para realizar controles remotos.

- ❖ **Coordinador de controles remotos.** A lo largo de los casi dos años de transmisiones tuve la oportunidad de encabezar cuatro controles remotos en diferentes talleres mecánico automotriz y en centros de exposición en la Ciudad de México, coordinando la labor del equipo en cabina (*asistente de producción, operador, locutor de cabina y telefonista*), del equipo en control remoto (*operador de control remoto, dos conductores del programa, un especialista, asistente de producción y producción en general*) y en ocasiones también coordinando la labor de los reporteros que se encontraban distribuidos a lo largo de las salas de exhibición de la exposición, para que pasaran su reporte al aire sobre las actividades que se estaban llevando a cabo en el evento denominado “Auto Show”.
- ❖ **Reportero.** En diferentes ocasiones tuve la encomienda de cubrir diferentes eventos (conferencias de prensa, eventos, exposiciones, presentaciones de autos, inauguraciones, convenios, cursos de capacitación, etc.) para brindarle al auditorio información oportuna sobre los eventos que se estaban generando en torno al mundo del automóvil⁴.
- ❖ **Elaboración y Grabación de cápsulas informativas.** Como parte de la labor importante del productor está la grabación del noticiero, de cápsulas informativas, y del vestido del programa; redacté el noticiero informativo, las cápsulas informativas y realicé el manejo de las voces de locutores de cabina de la estación para darle la intencionalidad requerida, buscando en todo momento que los mensaje y la información fueran transmitidos de la mejor calidad posible.

⁴ Copia de la acreditación como reportero se incorpora como el anexo # 4 de esta tesina.



- ❖ **Locutor de apoyo realizando cápsulas informativas.** En algunas ocasiones tuve que participar como locutor de apoyo en las actividades propias del programa, ya sea para transmitir boletines de último momento, o como lector de noticias.
- ❖ **Estadísticas – Rating.** Al ser 14-40 una estación comercial, vigilar constantemente el nivel de audiencia del programa (rating), para establecer el costo por millar y obtener el mayor beneficio para los anunciantes en nuestro espacio radiofónico, fue parte de mi labor realizada dentro del programa.
- ❖ **Ventas.** Diseñé la carpeta de ventas del programa, incluyendo órdenes de inserción y material de apoyo para su comercialización, además de acudir a diferentes entrevistas con el fin de obtener patrocinios.

3.1.2 Principal problemática y retos enfrentados

En este proyecto de radio hablada en una estación concesionada en el que me desempeñé como productor, me enfrenté a muy diversos retos, siendo los más importantes tres de ellos:

Problemas tecnológicos

Este programa se transmitió de 1999 al año 2001, en esa época, Radio Noticias 14-40, estación base del Grupo Siete Comunicaciones, se encontraba en pleno cambio tecnológico, entre el sistema analógico y el digital. Los avances en el medio obligaron a la estación a involucrarse en ese cambio, transformando los procedimientos tanto de grabación, como de transmisión.

Este tipo de cambios originó también transformaciones en los procedimientos de acceso a las cabinas, al manejo de audio y a los formatos de grabación de cápsulas, reportajes, etc.

Esta migración fue compleja, pues para adaptarse a los cambios, se tuvo la necesidad de capacitarse en el uso de esta nueva tecnología, tanto en el manejo de paquetería de software especializado para la grabación, de audios, así como en el uso del hardware de los aparatos en la cabina de transmisión, y así poder mantener el ritmo de producción y de transmisión a la par del ritmo general de la radio.



Ventas – Ratings

Radio noticias 14-40, es una estación concesionada, por lo tanto depende económicamente de los recursos que provienen de la venta de publicidad. Dentro de la participación directa en Garage 14-40, tuve la responsabilidad de promover la venta de los diferentes espacios publicitarios del programa, por lo tanto, hubo la necesidad de capacitarse en el manejo de diferentes temas vinculados a estas actividades, tales como: mercadotecnia, publicidad, spots promocionales y publicitarios, tipos de campaña, y sus procesos de realización, interpretación de las mediciones de auditorio (rating⁵), valor punto de rating⁶, para a su vez calcular el costo por millar y poder darle una pauta de publicidad en radio, con un panorama claro a los anunciantes, de las oportunidades comerciales que tendrían al anunciarse en el programa.

Para poder apoyar adecuadamente a los anunciantes en sus campañas publicitarias y para comercializar el programa, se tuvo que diseñar la carpeta de ventas del propio programa, a partir de los lineamientos establecidos por la estación.

En la radio comercial, una de las principales preocupaciones es saber cuánta gente nos escucha y qué beneficio recibe el auditorio de nuestro programa, pues el radioescucha de hoy es muy selectivo y consume la radio de manera muy activa.

Controles remotos

En términos de producción los cuatro controles remotos que tuve la oportunidad de coordinar, fueron el reto más complejo que se tuvo que enfrentar y resolver, pues cada uno representó un problema diferente dadas las características propias de un programa de servicio para los automovilistas.

Entre los desafíos que había que enfrentar y resolver estaban: conseguir la locación, realizar los trámites administrativos en la estación para obtener el apoyo del equipo técnico para el control remoto, aunado al equipo electrónico de transmisión remota, el manejo de la promoción previa en cabina, así como en el lugar de la transmisión, capacitar y coordinar a los equipos de producción y conducción en cabina, así como a los conductores, al especialista del

⁵ Porcentaje de radioescuchas que escuchan alguna estación dentro de una población específica (personas y tiempo). III Seminario de capacitación organizado por la A.R.V.M. el 29 de Mayo de 1999, México D.F.

⁶ Se refiere al 1% de la población y es el valor proporcional de la población para determinar el número estimado de personas en base al rating.



programa y en su caso, a los reporteros repartidos en el lugar de la transmisión, coordinar la participación de auditorio en vivo y finalmente la realización de la transmisión del programa fuera de cabina en un taller de automóviles trabajando, o en el lugar de la exposición.

El 1er. control remoto se llevó a cabo desde un taller mecánico, el cual tuvo una serie de deficiencias producto de la poca previsión como productor del mismo, si bien es cierto que ya había participado en otro control remoto, la falta de planeación de algunos aspectos, limitaron la asistencia del auditorio en forma masiva al evento.

Esta experiencia, permitió previo análisis de las omisiones y de los errores cometidos, plantear soluciones que hicieron que para el segundo control remoto, también llevado a cabo en una llantera, se solventaran estos puntos con suficiente tiempo, dando como respuesta una mejor realización y una mayor asistencia del auditorio al evento.

Para el 3er. y 4° control remoto, llevados a cabo ahora desde la sala de exposiciones del WTC, en un evento denominado *el Auto Show*, los controles remotos salieron muy bien, incluso en ese momento se contó con la participación de un reportero en otra parte del edificio, que envió información en vivo, con la participación de asistentes al evento.

Un control remoto en radio es desde mi opinión la segunda actividad radiofónica más compleja de realizar en radio, sólo después de la producción de las coberturas nacionales de elecciones federales, actividades que requieren de mucho esfuerzo y dedicación.

3.1.3 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

En el Plan curricular de la carrera, existen dos materias fundamentales para todo estudiante de Comunicación y Cultura, que desee participar en la radio y son: *Medio Radiofónico* y *La radio: medio de expresión*, materias del eje de Producción Audiovisual dentro del ciclo superior, en las que se le dan a conocer al alumno, los principios básicos de este medio, su lenguaje, los diferentes géneros existentes, así como los diferentes formatos que se utilizan.

La aplicación del conocimiento adquirido en estas materias, normalmente se ve reflejado desde el diseño del proyecto, la grabación de los programas pilotos, la producción, la realización en vivo, e incluso sirven a la hora de hacer controles remotos, que son probablemente uno de los principales retos que un productor de radio tiene que sortear.



Como lo señala Mario Alberto Pérez:

“Control remoto es toda aquella transmisión que se realiza desde el lugar de los acontecimientos. La importancia en el ámbito de la comunicación social radica en que permite al radioescucha estar enterado directamente de los sucesos políticos, económicos y sociales, además del tipo histórico, cultural y deportivo. Por sí mismo el control remoto manifiesta las características básicas que hacen de la radio el medio de mayor penetración”. (Pérez M. A., 1998).

La coordinación de controles remotos implica una gran inversión de tiempo, para su planeación, su preparación, así como su realización el propio día de la transmisión, ya que es el momento de mayor contacto con el auditorio, pues es cuando el proceso de comunicación de este medio masivo se cierra, al estar vinculado directamente con las personas que día a día nos escuchan al otro lado del receptor.

La práctica que el alumno recibe en las materias de radio en la universidad para poder crear y producir contenidos en el medio es muy útil. La oportunidad de obtener vivencias y conocimientos en cabinas, además de poder conocer y utilizar los diferentes equipos técnicos con que cuenta la UACM, le facilitan mucho al alumno trabajar en el medio, permitiéndole resolver los diferentes problemas comunicacionales a los que se pueda enfrentar.

Las materias del eje de Comunicación, en donde se estudian y analizan las diferentes teorías de comunicación, sus perspectivas y sus herramientas de investigación, contribuyen de manera sustancial al estudiante, pues en términos prácticos, le permiten seleccionar los diferentes instrumentos de investigación, para realizar o solicitar estudios ya sea de apoyo al diseño del proyecto radiofónico, o de medición de audiencias, o para detallar el perfil del auditorio, o para determinar el uso que el radioescucha le da a la radio, la intención de compra que tiene, o para determinar las gratificaciones que las personas reciben al escuchar los programas de radio, entre otros.

La vinculación que las materias de radio, tienen con otras materias del eje de metodología, en este caso: *Metodología Cuantitativa, Metodología Cualitativa, La investigación de la producción los discursos y la recepción de los medios de comunicación*, así como las materias, del eje de comunicación, son fundamentales, en el quehacer diario de la radio.



El aporte que le brinda al estudiante cursar la materia de *Metodología Cuantitativa*, es el de adquirir algunas herramientas para entender y analizar las mediciones de audiencias (ratings), es muy valioso, ya que no sólo le permite analizar la información, sino que le permite entender el diseño del instrumento, su aplicación y el proceso de la captura de información, dándole una visión global, para la interpretación de los resultados.

Cursar la materia de *Publicidad y propaganda*, del eje de comunicación aplicada, es muy conveniente, ya que le permite al estudiante obtener conocimientos y desarrollar habilidades sobre la publicidad y la propaganda, entender su lenguaje y manejar las herramientas de esta área de la comunicación.



3.1.4 Proyecto: Elecciones 2000

Dentro del esfuerzo informativo realizado por Grupo Siete Comunicaciones en su conjunto, tomando como base a Radio Noticias 14-40, con motivo del inicio del proceso de selección de candidatos, y más adelante con el proceso de las elecciones presidenciales, de diputados, senadores, diputados y asambleístas locales, Grupo Siete enlazó a sus siete estaciones de radio distribuidas en el país, incluyendo sus dos estaciones de televisión del norte de la República, para dar cobertura nacional a este tan importante acontecimiento.

En noviembre de 1999 colaboré como reportero especial, en la transmisión de la elección interna del candidato del PRI a la Presidencia de la República, cubriendo la casa de campaña del Lic. Francisco Labastida Ochoa y la votación interna del PRI, para elegir, al candidato presidencial y al candidato a Jefe de Gobierno⁷.

En los comicios electorales del 2 de Julio del 2000, colaboré como reportero especial, en Cadena Nacional de Noticias, de Grupo Siete, cubriendo la Casa de Campaña del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas, también diversos eventos como el “Meeting” en Ciudad Universitaria, el cierre de campaña en el Zócalo Capitalino, la Casa de Campaña el día de la elección, el

⁷ Copia de la acreditación ante el IFE se incorpora como el anexo # 5 de esta tesina



momento de la votación del Ing. y su esposa y la declaración final en base a los resultados obtenidos⁸.

También se tuvo la oportunidad de cubrir como reportero especial el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación la noche de la elección y días posteriores⁹.

En este Proyecto “Elecciones 2000”, de Grupo Siete Comunicaciones, se participó en la cobertura especial que este grupo de medios realizó y se tuvo la oportunidad de colaborar como reportero, y cubrir diferentes aspectos del trabajo periodístico, enfrentando el quehacer cotidiano del periodista de a pie, del reportero radiofónico de calle.

3.1.5 Principal problemática y retos enfrentados

Coordinarse con el numeroso equipo de reporteros, con los conductores de los diferentes espacios informativos, ya sea locales o de otras plazas de la República, así como con la producción general del evento, en los enlaces nacionales, para informar al auditorio, de acuerdo a la cantidad de información que va surgiendo en una jornada electoral, es una actividad muy interesante, ya que requiere en gran medida de la preparación del reportero, así como de entender los ritmos que la producción está marcando en la transmisión en vivo.

Dar la información de manera veraz y objetiva al auditorio, para que entienda los acontecimientos que van pasando a lo largo de las jornadas electorales, es una labor muy gratificante, pero compleja en tanto que se ponen en juego la Ética informativa o periodística y los conocimientos de producción radiofónica.

Cubrir fuentes informativas específicas, en este caso casas de campaña, lugares de votación, hogares de los candidatos, oficinas de prensa, partidos políticos, tribunales electorales, etc., es apasionante, pero requiere de todas las habilidades del reportero que acude a cubrir esos sitios, para conseguir la nota, dar su visión de los hechos y de lo que ahí acontece.

⁸ *Copia de la acreditación ante el PRD se incorporan como el anexo # 6 de esta tesina y copia del anuncio comercial en la Revista Proceso en donde se me menciona como reportero especial, se incorpora como el anexo # 7 de esta tesina.*

⁹ *Copia de la acreditación en el Tribunal Electoral, se incorpora como el anexo # 8 de esta tesina.*



3.1.6. Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

La UACM, busca formar profesionales en la comunicación y la cultura, enseñando diferentes herramientas para resolver los problemas con que se enfrenta, pero en muchos casos el alumno debe recurrir a la experiencia empírica, en la resolución de problemas de todo tipo, desde problemas técnicos, de relaciones interpersonales, de manejo de personal, de fallas en los aparatos de transmisión en vivo, y hasta problemas de interpretación de resultados de investigación.

A lo largo de la carrera de Comunicación y Cultura, sobre todo en el eje de comunicación aplicada, se imparten las materias de: *Periodismo escrito géneros informativos* y de *Periodismo literario y de investigación*, así como las materias de *Medio radiofónico* y *La radio: medio de expresión*, mismas que son fundamentales para todo aquellos comunicólogos que desean incorporarse al periodismo, y sobre todo a los medios de comunicación, en este caso la radio. En estas materias se enseñan los fundamentos del manejo de la Radio como medio de comunicación y del ejercicio periodístico y sus técnicas. Estas materias son fundamentales para aquellos comunicólogos que deseen trabajar en el radio y sobre todo de noticias.

En las materias de Periodismo, el estudiante se acerca al lenguaje periodístico, sus diferentes géneros y reflexiona sobre la importancia que tiene la construcción de la realidad de parte del periodista, entendiendo la responsabilidad social que el periodista tiene. En estas materias también se busca que desarrolle sus habilidades creativas para presentar la información, pero que también desarrolle una postura crítica en el periodismo.

La formación que da la UACM, le permite a uno adecuar los conocimientos ahí adquiridos, para adaptarse al medio en que uno trabaja, ya sea público o privado, tanto en su inmediatez, como en la forma de estructurar la información.

Al trabajar como reportero uno se convierte en el principal proveedor de información para el medio que uno representa en este caso la radio. El trabajo del reportero es la base fundamental de toda empresa periodística y al cubrir un evento o una noticia y se convierte en los ojos y oídos que le informan al auditorio sobre los acontecimientos que se están desarrollando en el lugar de los hechos.



Tal y como lo señala Mario Alberto Pérez:

“Se debe poseer una gran capacidad intelectual para leer entre líneas, para leer los ojos, los labios de quien entrevista, para ir más allá de la noticia y obtener resultados; y también para plasmarlos en un guión breve, pero lleno de sonidos y palabras atractivas que convezan al oyente” (Pérez M. A., 1998).

La capacidad de análisis que uno desarrolla a lo largo de la formación universitaria, es fundamental para interpretar los acontecimientos y darlos a conocer al auditorio con objetividad y veracidad sobre lo ahí sucedido. Así lo menciona el periodista Carlos Marín en su *Manual de Periodismo*:

“La ventaja de una formación universitaria es que el futuro reportero egresa cuando menos con las nociones elementales de filosofía, lógica, ética, derecho, economía, sociología, literatura, historia del arte, gramática, redacción, géneros periodísticos y otros conocimientos, que se reflejarán cuando se incorpore a una redacción de prensa, televisión o radio” (Marín, 2010).

Otra materia que forma parte de la formación universitaria en la carrera de Comunicación y Cultura que se imparte en la UACM, dentro del eje de Comunicación Aplicada, y que influye directamente en el quehacer periodístico es la materia de *Ética y Comunicación*, ya que al momento de redactar la nota informativa uno debe valorar el tratamiento que se le dará a la información.

Desde la forma de obtener la noticia, evitando el robo de información, o *chacaleo* como se le conoce en el medio, así como evitar plagios, la omisión intencional de datos, o la redacción de notas para obtener algún beneficio personal o económico (chayote) de alguna fuente informativa específica.

La ética juega un papel, fundamental en la visión de todo periodista y en este caso del periodista radiofónico, al presentar los hechos como su verdad informativa. No hay que olvidar que la inmediatez de la radio, a diferencia de otros medios, juega también un papel fundamental en el manejo de la información, pero no por el hecho de la inmediatez misma se debe dejar de lado la valoración analítica de la información que se deberá de transmitir. Hay una serie de reflexiones que pueden hacerse en relación a la ética del comunicador:



La Ética según Raúl Gutiérrez Sáenz es la:

“Ciencia que estudia la bondad o maldad de los actos humanos.” (Gutiérrez Sáenz, 2007).

Entendiendo a la Ética como lo plantea Aristóteles en su texto la Ética Nicomaquea:

“El hombre feliz es el que vive bien y obra bien, porque virtualmente hemos definido la felicidad, como una especie de vida dichosa y de conducta recta”. (Aristóteles, 1981)

Todo periodista, debe actuar con “Ética profesional y actuar en relación a su deber como periodista”. En muchos casos bajo los códigos deontológicos de las empresas en las que uno trabaja o participa. A esto Kant lo llama actuar bajo El imperativo Categórico:

“El hombre debe actuar por sí mismo, de acuerdo con el deber emanado de su propia razón, sin aceptar coacciones o motivaciones o subordinaciones externas a él mismo”. (Fraile, El formalismo a priori de Kant., 2005).

Los códigos Deontológicos son:

“La ética está vinculada a la moral y establece lo que es bueno, malo, permitido o deseado respecto a una acción o una decisión. El concepto proviene del griego ethikos, que significa “carácter”. Un código, por su parte, es una combinación de signos que tiene un determinado valor dentro de un sistema establecido. En el derecho, se conoce como código al conjunto de normas que regulan una materia determinada”. (Definición DE).

Así el manejo de la información oportuno, con veracidad, para informar al auditorio debería ser la meta de todo profesional del periodismo, ya sea reportero, columnista, editorialista, etc., pero también debería ser la meta para cualquier comunicólogo que participa en los diferentes campos de la comunicación.

Como lo señalara Friedrich Nietzsche:



“...el hombre quiere la verdad. Desea las consecuencias agradables de la verdad, las que propician la vida” (Saucedo, Scherer, & et.al., 2000).

La verdad debería estar en todo acto de comunicación. Si no, no se da la comunicación. La veracidad es la expresión del pensamiento, las creencias y los sentimientos.

Cada comunicólogo y en este caso cada reportero, locutor, productor, cada jefe de noticias conductor de programas de radio, debe sostener por sí mismo el sentido del discurso, con cierta postura crítica, pero a partir de una madurez intelectual.

Combinada con la información, esa madurez intelectual, debe ser usada para informar al auditorio e intentar mejorar la sociedad en que vivimos. Por ello el periodista debe ser prudente en el manejo de la información, lo cual es según Aristóteles:¹⁰

“La prudencia es una virtud esencialmente práctica, cuya función consiste en deliberar bien para obrar bien.” (Fraile, Ética., 2005).

Dentro de las clases de prudencia, Aristóteles distingue tres, las cuales son: a) Individual, b) Económica y c) Política; en el periodismo se debe hacer énfasis en la prudencia individual, ya que esta se refiere a la dirección de la conducta del individuo.

El periodista, debe actuar con conciencia a la hora de informar, evitando engañar al auditorio, debe sacar conclusiones objetivas de los hechos por él observados e investigados, y siempre bajo el concepto del mayor bien.

Según Kant el hombre tiene conciencia moral, cuando sabe que es lo bueno y lo hace. Por eso cada informador debe controlarse y actuar con rectitud.

En general podemos decir, el periodista debe actuar con responsabilidad profesional, como lo señala Alex Grijelmo en su libro, El estilo del periodista:

¹⁰ Fraile Guillermo. “Ética”. Capítulo XXVII, 2005, Madrid, Pág 529.



“Un periodista no debe dejarse llevar nunca con sus enfados personales. Así por ejemplo, los redactores del periódico no deben hacer el vacío a un personaje porque han tenido problemas con él para obtener determinada noticia. El derecho a la información es sobre todo del lector, no del periodista”. (Grijelmo, 2003).

De acuerdo con la Teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas, el periodista a la hora de informar, debe poner en juego la relación entre los protagonistas, (sujetos cognitivos) y el mundo de los sucesos y hechos, es decir el mundo de la socialidad.

“La acción comunicativa o la interacción, es el conjunto de los vínculos sociales basados sobre fundamentos de distintas clases que legitiman y de algún modo racionalizan el sistema social vigente” (Abbagnano & Giovanni, 2000).

En el momento de informar en un medio de comunicación, se pone en juego en la información que el periodista ofrece, la reproducción simbólica del mundo de la vida, para Habermas:

“El sistema es el estado, son su aparato y su organización económica y el mundo de la vida es, el conjunto de valores que cada uno de nosotros, individualmente o comunitariamente, vive de modo inmediato, espontáneo y natural. [...] El conflicto principal de nuestro tiempo, en las sociedades capitalísticas avanzadas y democráticas, no es pues un conflicto de clases, sino un conflicto derivado del proceso del sistema en relación con los mundos de la vida” (Abbagnano & Giovanni, 2000).

La producción de la información actual, es producto de la modernidad, donde el relativismo de los valores a partir de la visión de los sofistas, parece ser más importante que el actuar conforme a la razón y la búsqueda de la verdad, como lo planteara Aristóteles.

La valoración que el egresado de la licenciatura de Comunicación y Cultura de la UACM, debe hacer en su actuar como periodista, rigiéndose con rigor ético profesional, es algo que se encuentra vinculado con materias de los ejes de Comunicación aplicada y de la Práctica



en medios. En este caso *Ética y Comunicación, Periodismo escrito: géneros informativos y Periodismo literario y de investigación*.

La conjugación de las materias de: *Medio radiofónico y Radio: Medio de expresión*, con las materias de *Periodismo escrito: géneros informativos*, y *Periodismo literario y de investigación*, complementada con *Ética y Comunicación*, son herramientas que todo comunicólogo debe tener en su formación como periodista. Ello le permitirá hacer un mejor periodismo y contribuir a hacer una mejor radio.

Tener un código de ética o apegarse al código deontológico, de los diferentes medios en que uno colabora, es fundamental para todo periodista, la importancia del papel que ellos juegan, en el periodismo es algo de lo que se estudia en la materia de ética y comunicación.

Como lo señala Raymundo Rivapalacio en su libro *Manual para un nuevo periodismo. Vicios y virtudes de la prensa escrita mexicana* (Rivapalacio, 2005):

“Código de Ética. Principios generales. Para que el presente código de ética pueda aplicarse lo más ampliamente posible, es importante que tenga como pilares la integridad y el sentido común de aquellos a quienes va dirigido”.

Existen diferentes tipos de periodistas, egresados de muy diferentes campos del conocimiento, pero un comunicólogo que logra combinar esta serie de materias, adquiere conocimientos y habilidades fundamentales, para un mejor desarrollo y ejercicio profesional.

Participar en un equipo informativo que cubre un evento de esta magnitud, en cadena nacional, es un reto interesante y complejo que le permite a uno el crecimiento profesional, que pone en juego los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de la carrera y requiere de los valores y de la ética para participar en ello.

De ahí que desde mi opinión la materia de *Ética y Comunicación* debe ser una materia obligada en el Plan de estudios de la carrera, y no nada más una materia opcional.



3.2 Radio Capital Toluca



3.2.1 Proyecto Radiofónico: *Despacho Aduanal*

Desde septiembre del 2001, y hasta mayo del 2002, fui el Productor general del programa de radio *Despacho Aduanal* que se transmitió por la XECH, Radio Capital en el 1490 de AM en la ciudad de Toluca, Edo. de México, los sábados de 10 a 11 de la mañana.

Despacho Aduanal era un programa de servicio dedicado a promover el comercio Internacional. Ahí pude realizar diferentes actividades entre ellas:

- ❖ ***Diseño del Proyecto.*** En este proyecto encabecé desde el diseño del proyecto, la idea creativa, la grabación del programa cero (demo), y la búsqueda del espacio de transmisión en el espectro radiofónico, del Estado de México
- ❖ ***Diseño del Vestido.*** Para la mejor comprensión del proyecto y de la forma en que se haría regularmente el programa, diseñé, todo el vestido del programa y de las secciones que participarían, también se seleccionó la voz institucional así como a los conductores del programa.
- ❖ ***Productor.*** En los seis meses que duró este programa, todas las emisiones y programas se realizaron en vivo y se canalizaron adecuadamente todas las llamadas que el auditorio hizo. La realización del programa en vivo estuvo a mi cargo¹¹.
- ❖ ***Coordinador de invitados.*** Me encargué personalmente de la selección de los especialistas, para invitarlos a participar en el programa.
- ❖ ***Musicalizador.*** Semana a semana musicalicé cada programa.
- ❖ ***Reportero.*** Me encargué también de la redacción del noticiero del programa, así como cubrir diferentes eventos (conferencias de prensa, eventos, exposiciones, convenios, etc.) para brindarle al auditorio información oportuna sobre los eventos que se estaban generando en torno al Comercio Internacional y al mundo de la Economía¹².

¹¹ Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 9 de esta tesina.

¹² Copia de Acreditación en Radio Capital, se incorpora como anexo # 10 de esta tesina.



- ❖ **Grabación de cápsulas informativas.** Coordinación y creación de diversas capsulas informativas, desde su redacción, su grabación, su postproducción y su transmisión¹³.
- ❖ **Locutor de apoyo realizando cápsulas informativas.** En algunas ocasiones tuve que participar como locutor en la grabación de las cápsulas informativas.
- ❖ **Estadísticas – Rating.** Siendo Radio Capital una estación comercial perteneciente a Grupo MAC, la importancia del nivel de audiencia del programa (rating) juega un papel importante, por lo que parte de mi labor realizada, fue la mantener cierto nivel de rating, para atraer patrocinadores.
- ❖ **Ventas.** En este programa también diseñé una carpeta de ventas del programa, incluyendo órdenes de inserción y material de apoyo para su comercialización, además de acudir a diferentes entrevistas con el fin de obtener patrocinios¹⁴.

3.2.2 Principal problemática y retos enfrentados

Al incorporarse uno como productor a una nueva estación de radio, lo primero que uno debe hacer es conocer los procedimientos internos de trabajo. Ahí uno tiene que ver la forma de adecuarse al ritmo y estilo propio de la estación. El modo de producción en la radio de provincia, en particular en esta estación ubicada en la Ciudad de Toluca, Estado de México, no era tan dinámico como el que se vivía en las estaciones de la Ciudad de México, por lo que lo lleva a uno a la reflexión seria, sobre la adaptación del programa de acuerdo con el estilo propio de la estación y de la población a la que van dirigidos sus productos.

En esa época Radio Capital se encontraba abandonando la era analógica e iniciando la digitalización tanto de sus formas de producción y transmisión. Este cambio tecnológico seguía representando un reto, brindándole a uno la necesidad de mantenerse actualizado, sobre todo en el manejo de software especializado.

¹³ Copia del audio de una cápsula del programa se incorpora como el anexo # 11 de esta tesina.

¹⁴ Copia de la carpeta de ventas del programa se incorpora como el anexo # 12 de esta tesina.



Comercialización y Ventas:

Uno como productor externo, debía asumir la responsabilidad de comercializar el programa, siendo esta una labor anexa a las actividades propias de la producción como tal.

Las formas de comercialización de los espacios dentro del programa “Despacho Aduanal”, también generaron un nuevo reto, pues las políticas comerciales de esta estación resultaron diferentes a lo antes aprendido, ya que este grupo multimedia, (Grupo Mac), contaba con otros recursos propios adicionales que le permitían a uno negociar de forma ampliada los espacios publicitarios, así como mayor flexibilidad para la retransmisión del programa en otras plazas del país, además de otros espacios comerciales producto de la convergencia mediática.

Esto ocasionó la necesidad de crear una carpeta de ventas, adecuada a las oportunidades publicitarias que se le podían ofrecer a los anunciantes.

En términos de producción y conducción el reto se amplió, ya que el programa debía ser diseñado, conducido y dirigido a nuestro público meta, pero también se debería pensar en la posibilidad de su re-transmisión en una diferente Plaza, en diferente tiempo y fecha.

Esta posibilidad que las nuevas tecnologías empezaban a darle a uno, incentivaban la creatividad de la producción y transmisión de estos contenidos especializados, gracias a la convergencia mediática.

3.2.3 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

Unos de los conceptos más importantes que uno aprende en la Carrera de Comunicación y Cultura de la UACM, es a investigar, analizar, y a reflexionar. Estos conceptos le permiten a uno resolver los diferentes problemas comunicativos a los que se enfrenta en la empresa o institución en la que trabaja.

Esto le da una ventaja epistemológica al egresado, pues sus conocimientos le permiten desarrollar sus habilidades al máximo, imprimiéndole un sentido crítico.



Haber podido participar como productor de este programa de radio especializado en el comercio Internacional en el tercer estado de la república, que genera el mayor volumen de exportaciones del País, (Promexico, Inversión y Comercio, 2013) haber podido convivir con especialistas del ramo y haber conseguido entrevistar a ideólogos de la globalización y del Neo liberalismo, me permitió ubicar el sitio exacto que ocupa nuestro país, en la escala mundial.

La reflexión realizada producto del contenido aprendido en diferentes materias cursadas a lo largo de la carrera, así como la lectura de varios textos especializados a partir del plan de estudios, me dieron la oportunidad de comprender la forma en que México es visto desde el exterior y bajo la óptica de los países del 1er. mundo.

Mi participación en este tipo de programas, me permitió confirmar que nuestra nación es vista como un país económicamente dependiente, ubicado en la periferia, y cuyo principal objetivo, es el de ser proveedor de recursos naturales y de productos maquilados a bajos costos, hacia los países hegemónicos y claro, también México es visto como un sitio turístico de recreación y esparcimiento.



CAPÍTULO 4. LA FORMACIÓN EN LA PRÁCTICA. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA RADIO PÚBLICA

La radio permitida – radio pública, tiene una misión específica en la sociedad, tal como lo señala Luis Ernesto Pi Orozco:

“Tiene como misión general el aprovechamiento de la comunicación radiofónica para fines sociales de servicio público, bajo esquemas de pluralidad y equilibrio, y con fundamento en los valores de la identidad nacional, la cultura y la historia universales”.
(Pi Orozco, 2001).

Como lo hemos mencionado al inicio del capítulo anterior, la radio debe cumplir con al menos dos funciones sociales ante la sociedad, la de informarla y de entretenerla, pero si a esas dos funciones le agregáramos la de educar como ha escrito Mario Kaplum:

“ la radio tiene tres funciones que cumplir – informar, educar, entretener”. (Kaplum, 1978).

La Radio se redimensiona muchísimo más, mejorando sustancialmente, su labor en beneficio de la población, esto en gran medida hace que se ubique como el medio de comunicación de mayor apoyo a la sociedad.

La radio pública juega un papel fundamental en la sociedad mexicana, ya que al ser un radio no comercial, no busca ganar mercado en el sentido comercial, ni busca acaparar grandes audiencias, su misión reside en ser accesible para toda la población que quiera escuchar un diferente tipo de contenidos, más plurales, que sean emitidos por voces distintas a las ya tradicionales, para recibir información especializada y fundamentada sobre temas torales de la agenda nacional.

La radio pública, sirve para divulgar conocimientos, los avances en los diferentes campos de la ciencia, así como puente de enlace entre las diversas cosmovisiones que integran la cultura de nuestro país.



También sirve la radio pública, como contrapeso a las estaciones concesionadas, sirve como base de emisión de mensajes, campañas sociales, y es usada para difundir estrategias del gobierno federal, ante problemas de magnitud nacional, como fue el caso de la emergencia ocurrida por el Virus del AH1N1, que se vivió en nuestro país en el año de 2009, emergencia en que todas las estaciones del país, se enlazaron en torno a las emisiones que se hicieron desde el IMER.

De ahí que el estado mexicano tiene una responsabilidad fundamental, importantísima e ineludible, que es la de mantener a la radio pública como una alternativa social de comunicación, y preservar a la radio permisionada como una radio de servicio público de beneficio para la sociedad.

4.1 Sistema Morelense de Radio y Televisión



4.1.1 Proyecto Radiofónico *Vanguardia*

En el año de 1998, tomé un curso de locución en Centro de Creatividad y Desarrollo en Comunicación (CCDC) y más tarde participé en la serie radiofónica llamada “Vanguardia”, una producción del mismo Centro de Creatividad y Desarrollo en Comunicación.

Este programa se transmitía los domingos a las 10 de la mañana, por la estación Universal Stereo a través de la frecuencia del 102.9 de Frecuencia Modulada, en la Ciudad de Cuernavaca, Morelos, estación perteneciente al Sistema Morelense de Radio y Televisión, del Gobierno del Estado de Morelos.

Ahí tuve la oportunidad de realizar prácticas profesionales como locutor, obteniendo la carta que avala mi experiencia frente al micrófono, misma que sirvió para solicitar el certificado de Locutor Categoría “A”, para Radio y Televisión. La Secretaría de Educación Pública me otorgó el certificado de No. 22704¹⁵.

¹⁵ *Copia del Certificado se incorpora como el anexo #1 de esta tesina.*



4.1.2 Principal problemática y retos enfrentados

Aprender y manejar las diferentes técnicas para trabajar la voz, la respiración, a leer en voz alta con el estilo propio de la radio así como entender el lenguaje propio del medio, aprender a, conducir un programa, a manejar el ritmo del mismo, aprender sobre cómo atender llamadas del público en vivo, así como a mantener interesado al auditorio en el contenido de la emisión, fueron parte de los principales retos a los que se tuvo que enfrentar uno al estar frente a un micrófono en un programa que se transmite en vivo.

Entender claramente la responsabilidad que el comunicador tiene frente a su auditorio, a la hora de transmitir los mensajes, es una visión que todo locutor debe tener siempre en mente, pues la radio como medio de comunicación, de acuerdo a los datos de las diferentes casas encuestadoras, es el medio electrónico de mayor credibilidad y la información que se emite debe llegarle al radio escucha de manera clara y precisa.

4.1.3 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

El contenido visto en las tres materias del ciclo básico del eje formativo de Lenguaje y pensamiento, son materias directamente relacionadas con la labor que se desarrolla frente al micrófono, pues en ellas se aprende la importancia del lenguaje como base del pensamiento y su capacidad como regulador social. En esas materias también se adquiere una actitud de responsabilidad frente a la escritura, los textos, los discursos y al conocimiento en general. También se desarrolla la capacidad del alumno para estructurar su pensamiento, generar ideas, argumentar oralmente y por escrito. La importancia en que el alumno aprenda el desarrollo de textos críticos, y argumentativos, se vuelve necesario a la hora de redactar capsulas, noticias, etc. Estas materias juegan un papel muy importante, para todo comunicólogo en general, pero sobre todo para aquellos que se incorporan a los medios masivos.

Por su parte, el eje de Práctica en medios, y particularmente las materias *Medio radiofónico* y *La radio: medio de expresión*, como ya antes se había señalado, le brindan al estudiante de Comunicación y Cultura la oportunidad de aprender en las cabinas de radio, parte de la labor cotidiana a la que se enfrenta un locutor de radio.



Aunque algunos aspectos como la dicción, ejercicios de respiración, neologismos, señales de cabina, son contenidos que por lo reducido del tiempo, en la planeación curricular de la materia, son vistos someramente.

La capacidad de análisis que se desarrolla a lo largo de la licenciatura, le permite al estudiante de comunicación, detectar las áreas de conocimiento que necesita ampliar, y en su caso capacitarse en relación a ellas, invitándolo a que por otras vías alternas a la Universidad misma, profundice en el aprendizaje de esas técnicas.

4.2 Instituto Mexicano de la Radio 2003 – 2010



4.2.1 Proyecto Radiofónico: *Sintonía AMIC*

En el año 2002, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), emite la 1ª. Convocatoria para presentar Proyectos Radiofónicos, para integrar la barra programática de su nueva estación denominada “La Radio de los Ciudadanos”, la XEQK, que transmitiría a través de la frecuencia del 1350 de AM, en la Ciudad de México D.F.

El Comité Directivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), decide presentar un Proyecto Radiofónico de la asociación, con el objetivo de divulgar la investigación que se está realizando en todos los campos del conocimiento de la Comunicación en México, y me invitan a participar como productor general del programa, encabezando la parte técnica de esta propuesta.

El proyecto presentado fue aceptado e inició sus transmisiones el mismo día que se inauguró la nueva estación. El programa de una hora de duración, se transmitiría los martes de 20 a 21 horas. Ahí realice las siguientes actividades:

- ❖ ***Diseño del Proyecto.*** En este proyecto encabecé el diseño de la estructura del programa, la idea creativa y la grabación del programa cero (demo)¹⁶.

¹⁶ Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 13 de esta tesina.



- ❖ **Diseño del Vestido.** Diseñé el vestido del programa y de las secciones que se desarrollaron, también seleccioné a la conducción del programa y a las voces de apoyo.
- ❖ **Productor.** Estuve como productor al frente de 100 programas, de los cuales casi en su totalidad fueron en vivo y sólo 5 fueron grabados. La realización del programa en vivo estuvo a mi cargo¹⁷.
- ❖ **Musicalizador.** La AMIC, por medio de mi recomendación, compró y pagó en exclusiva derechos sobre una librería musical, misma que sirvió para crear la imagen sonora institucional de la asociación. También musicalicé la mayoría de los programas transmitidos semana a semana.
- ❖ **Reportero.** Por las características propias del programa y de la participación de los miembros de la AMIC, pude cubrir eventos académicos en diferentes universidades e incluso asistir a sus Encuentros Nacionales y producir varias entrevistas¹⁸.
- ❖ **Grabaciones de cápsulas informativas.** Como gran parte del peso del programa recaía en las entrevistas a los socios de la AMIC, se realizaron pocas cápsulas, pero tuve la oportunidad de producirlas todas ellas.

4.2.1.1 Principales problemas enfrentados

El reto inicial fue diseñar un programa de radio, que le permitiera a esta importantísima asociación de investigadores de la comunicación dar voz a los diferentes miembros que integran esa asociación, así como difundir y divulgar los proyectos de investigación en materia de comunicación que estaban desarrollando.

Dar a conocer al auditorio y a la sociedad misma la realidad social, política e ideológica, en la que los medios de comunicación se estaban desarrollando, para comprender y para entender el uso ideológico y económico que se dan a los medios de comunicación, fue parte de la labor realizada en el programa, por lo que diseñar, crear y realizar en vivo un programa, atractivo para el auditorio, de utilidad, realmente fue algo complicado.

¹⁷ Copia de la constancia como productor se incorpora como anexo # 14 de esta tesina.

¹⁸ Copia de la constancia de participación se incorpora como el anexo # 15 de esta tesina.



Para la producción y realización en vivo de este programa tan especializado y con la participación de los principales investigadores de los diferentes campos del conocimiento en materia de comunicación, hubo necesidad de recurrir a toda la experiencia adquirida por el paso en diferentes medios. Este programa estuvo sujeto a un escrutinio mayor y fue realizado con muchísima más pulcritud que a otros programas de radio. El equipo de producción se tuvo que integrar en casi su totalidad, con miembros de la AMIC, salvo un servidor.

Conciliar los diferentes puntos de vista en materia de producción de los distintos miembros integrantes del equipo para cubrir con los objetivos planteados por la Presidencia de AMIC, fue otro tipo de complicación que hubo de resolverse.

Otra problemática enfrentada, fue hacer entender a los diferentes miembros de AMIC, en muchos casos investigadores del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), invitados al programa, que manejaran el contenido de su participación, en un lenguaje y contexto tal que el radioescucha pudiera entender, pues al acudir a este espacio radiofónico, muchos de los reconocidos investigadores, hablaban al micrófono más hacia sus colegas, que hacia el radioescucha común, haciendo muy difícil de entender el contenido que ellos comentaban y compartían. Con ello no se buscaba limitar el contenido, sólo se buscaba utilizar un lenguaje entendible para el auditorio.

A lo largo de los 100 programas que duró mi participación como productor del mismo, se tuvo la necesidad de acudir a los congresos nacionales organizados por la AMIC, para obtener diversas entrevistas realizadas por la conducción del programa, y así poderle darle voz a investigadores a los que por sus horarios y la distancia de su lugar de residencia, les era difícil participar en el programa en vivo. La organización de la logística propia, fue un reto más a cubrir.

La Presidencia de la AMIC, también nos encargó que se difundieran dentro del programa, los diferentes eventos académicos en materia de comunicación, que se realizarían a lo largo del país, por lo que se tuvo que armar una red de corresponsales nacionales, de entre los socios de la Asociación, para cubrir los eventos más relevantes de todo México, y para dar salida a esta información se creó una sección denominada Agenda AMIC. La coordinación de esta sección fue un reto interesante y complejo, pero que generó buenos frutos.



Para dar paso a la información más relevante en materia de comunicación, se armó una sección denominada Noticiero Media Semana, en donde se dieron a conocer las noticias más importantes acontecidas a lo largo de la semana. Estas noticias fueron comentadas por la conducción e invitados del programa.

Para dar mayor participación a los diferentes miembros de la asociación y que siendo especialistas en diferentes campos de la investigación de la comunicación, pudieran explicarle al auditorio la problemática que se presentaba, se creó una sección especializada llamada Columna AMIC, ahí los investigadores dieron a conocer sus opiniones en relación a los temas que iban marcando la agenda nacional en materia de comunicación. Conciliar las agendas de participación y lograr poner al aire esas voces especializadas, fue un desafío muy interesante.

Problemas de posicionamiento del programa

El IMER, como el grupo radiofónico de radio pública más importante de la República Mexicana, también estuvo inmerso en el cambio tecnológico que todo el país y el mundo en general estaba realizando, lo cual implicó también una serie de cambios de programación en sus estaciones.

Transmitir el programa en la frecuencia 1150 de AM, con 5,000 watts de potencia, desde la Ciudad de México, fue un problema, pues esta frecuencia durante muchos años, transmitió la Hora Exacta, pero a partir del 1° de Abril de 2003 pasó a ser “La Radio de los Ciudadanos”, por lo que crear un nuevo auditorio, para este programa en dicha estación fue muy complicado. Los esfuerzos de difusión de la estación encabezada por Don Héctor García Robledo, fueron muy intensos, loables y la labor desempeñada para posicionar a la nueva estación dentro del cuadrante fue una labor titánica. Este proyecto radiofónico del IMER, se creó para dar un espacio de comunicación a voces diferentes a las ya tradicionales, para que dieran a conocer diferentes opiniones sobre los temas más importantes para la sociedad, además de tratar temas de interés social relegados por los medios comerciales.



Sintonía AMIC, inició sus transmisiones el mismo día que entró al aire la Estación “La Radio de los Ciudadanos”, por lo que construir un nuevo auditorio, en una estación que iniciaba el mismo día que el programa, en una frecuencia de baja potencia, identificada por muchos años, como la Hora Exacta, fue un reto muy pesado y complejo.

Hubo la necesidad de diseñar un plan de acción específico para el caso y de crear canales de comunicación novedosos y diferentes para lograr posicionar el programa.

Captar y mantener a un nuevo auditorio interesado en esta temática, sin utilizar los mismos mecanismos que la radio comercial, requirió del ingenio y la creatividad de la producción.

Poder haber contribuido sustancialmente durante casi dos años en este proyecto fue una labor gratificante.

Problemas tecnológicos

En esta época, en la radio se tenía muy en mente la posibilidad de transmitir en forma simultánea, enviando la señal de radio vía internet, e incluso se llegaba a pensar que posiblemente esta vía sustituiría a la radio misma.

Es importante señalar que aunque la radio no será desplazada por la Internet, si existe la necesidad de acoplar y modernizar los procesos de producción, por la convergencia mediática, como bien lo ha expresado el Dr. Giovanni Sartori en su libro *Homo Videns, la sociedad teledirigida*:

“Así como la radio no ha sido anulada por el televisor, no hay razón para suponer que la televisión será anulada por Internet. Ya que estos instrumentos ofrecen productos diferentes, está claro que pueden estar el uno al lado del otro”. (Sartori, 1998).

En la época en la que se desarrolló este programa, se empezó a incorporar la transmisión de información enviada vía internet, a la realización del programa, tal es el caso de algunas cápsulas informativas, así como notas periodísticas elaboradas por los corresponsales del programa desde el interior del país.



4.2.1.2 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

El IMER, cuenta con un código de ética, mismo al que uno se compromete a cumplir al incorporarse un nuevo proyecto de radio, como ya lo hemos mencionado, el conocimiento de las implicaciones que tiene, se relacionan directamente con la materia de ética y comunicación.

Los conocimientos que se adquieren en las materias impartidas en todos los ejes de la licenciatura confluyeron en el diseño y producción de este proyecto.

La UACM dentro de su programa de formación, promueve la lectura de una enorme cantidad de textos, muchos de ellos creados por los propios investigadores que fueron invitados al programa radiofónico que aquí se describe, por lo que su lectura permitió apoyar a la realización del propio programa.

En términos de la formación académica, varias de las herramientas adquiridas, así como de los conocimientos aprendidos, entran en juego para plantear los pasos a seguir en el momento de realizar en vivo el programa, entender los conceptos que los investigadores manejarían en el programa y poder dirigirlos a lo largo de su participación, detectando el momento en que el lenguaje utilizado se volvía de muy alta especialidad fueron algunas de las habilidades más importantes que se adquirieron tanto en materias del ciclo básico, como del ciclo superior.

La solidez de los conocimientos que se adquieren en la formación universitaria, lo ponen a uno a prueba a la hora de trabajar con estos teóricos, pues la producción del mismo debe escuchar sus consejos y adecuar la realización del programa mismo, basado en las necesidades de la estación, así como del modelo comunicativo utilizado en el proyecto.

La vinculación directa con el eje de comunicación, del ciclo superior de la licenciatura en Comunicación y Cultura, en el que a lo largo de cuatro semestres se ven las diferentes teorías de la comunicación, es relevante para diseñar un proyecto de radio de esta naturaleza.



En lo tecnológico, hubo la necesidad de mantenerse actualizado, en manejo de software de edición, para mantener el más alto nivel de producción posible. Estas tareas estuvieron vinculadas con las materias de práctica en medios, de radio y de periodismo.

El poder trabajar en un proyecto radiofónico tan especializado, es un privilegio, sobre todo porque ahí uno puede conocer y convivir con la mayoría de los grandes investigadores mexicanos de la comunicación.

4.2.2 Proyecto Radiofónico: Voces en Plenitud



Octubre del 2004 – Abril del 2005

En el año 2004, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), emite su 2ª. Convocatoria para presentar Proyectos Radiofónicos, para renovar la barra programática de “La Radio de los Ciudadanos”, la XEQK, que transmitiría a través de la frecuencia del 1350 de AM, en la Ciudad de México D.F.

Siendo yo el Presidente de la Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio (AMCIR), promuevo en el Consejo Directivo, la participación de la Asociación con un Proyecto Radiofónico¹⁹.

El tema elegido por el Consejo Directivo fue un programa dirigido a personas de la Tercera Edad denominado “Voces en Plenitud”

El proyecto fue seleccionado e inició sus transmisiones en Octubre del 2004, por la XEQK “La Radio de los Ciudadanos”, a través de la frecuencia del 1350 de AM, en la Ciudad de México D.F. los sábados de 19 a 20 hrs.

Mi participación en este proyecto fue en dos sentidos, en Producción y en Conducción.

¹⁹ *Copia de la constancia de participación se incorpora como el anexo # 16 de esta tesina.*



- ❖ **Diseño del Proyecto.** Diseñé el proyecto a participar en el concurso de selección de programas organizado por “La Radio de los Ciudadanos”, su estructura y encabezé la grabación del programa cero (demo).
- ❖ **Diseño del Vestido.** Participé en equipo que diseñó el vestido del programa y de sus secciones²⁰.
- ❖ **Conductor del Programa:** Desde su inicio fui el conductor principal del Programa, cargo que desempeñé a lo largo de seis meses.

4.2.2.1 Principal problemática y retos enfrentados

Teniendo ya la experiencia de conocer la estación, fue más fácil diseñar este nuevo proyecto, sin embargo dada la temática tan específica, y lo poco abordado del tema en la radio nacional, diseñar este proyecto, requirió mucha atención y cuidado.

El horario vespertino de los sábados y la atracción del auditorio con este tipo de temática, se vuelve muy complejo.

La baja potencia de la señal y la imagen anterior de la frecuencia (como ya se señaló antes, esta había sido la estación de la Hora Nacional), influyeron mucho en el tipo de auditorio y en el tipo de radioescucha que sintonizaba el programa.

El esfuerzo de trabajar con muchas personas integrantes de un equipo de producción, es muy fuerte, pues al ser un programa de la Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio A.C. (AMCIR), se permitió la participación de muchos socios que opinaban, y discutían algunos temas que muchas de las veces eran de poca calidad y solo consumían tiempo.

Tratar de conciliar la visión del mundo actual con personas de 3ª. edad y hablar sobre temática exclusiva para ellos, que les aportara ayuda, y en cierta forma les diera compañía, se planteó como el principal reto.

²⁰ *Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 17 de esta tesina.*



4.2.2 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

En gran parte de la sociedad, las personas de la tercera edad, son un grupo particularmente abandonado y olvidado, por lo que lo aprendido en algunas materias del ciclo básico y del ciclo superior del eje de cultura, desde mi óptica fue fundamental para conceptualizar muchos de los puntos básicos, para el diseño de este programa de radio dirigido a un sector tan específico de la población y poder atender las necesidades de información que se necesitaban cubrir.

La formación dentro de la licenciatura me permitió adquirir conocimientos y herramientas que ayudaron a sensibilizarme, sobre la problemática que vive el país, para así desde nuestras posibilidades en los medios de comunicación, coadyuvar a tratar de resolver problemas de diferente índole, dejados de lado o rezagados en la agenda nacional, como es el caso de la atención a personas de la tercera edad.

La capacidad de investigación, de análisis y de planeación que se fomenta a lo largo de la participación de los alumnos en la licenciatura en Comunicación y Cultura, se convierten en herramientas muy útiles, a la hora de resolver los problemas de comunicación, que la vida cotidiana presenta. De ahí que la formación recibida fue de utilidad para intervenir en fenómenos socioculturales, como el de este proyecto de radio.

4.2.3 Proyecto Radiofónico: Charlemos de Sexo

Abril 2007 – Abril 2010



En el año 2006, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), emite su 4^a. Convocatoria para presentar Proyectos Radiofónicos, para renovar la barra programática de “La Radio Ciudadana” la XEDTL, a través de la frecuencia del 660 de AM, en la Ciudad de México, D.F.

Aprovechando el carácter público de la Radio Ciudadana, y de las características de la Convocatoria, que abría espacios para la incorporación de este tipo de temática y gracias a la experiencia adquirida en los anteriores proyectos dentro del IMER, decido participar en esta 4^a. Convocatoria, como un proyecto ciudadano.



Este proyecto sería un programa de servicio que trataría sobre Sexualidad, y la problemática que rodea al mundo de la sexualidad, a veces de la mano de la censura y del tabú. Un programa dirigido a hombres y mujeres de entre los 15 y los 35 años de edad.

Fundamentación y Justificación de la temática:

Ante una sociedad en plena transformación y evolución surge la necesidad de dialogar en los medios sobre los cambios que se están desarrollando y dar voz a las personas, para que opinen ante las nuevas temáticas sociales, de ahí que para coadyuvar al diálogo sobre los cambios que en materia de sexualidad se estaban dando, se pensó en crear un nuevo programa de radio, que abordara esta temática, dando voz al auditorio. Este proyecto presentó diversos problemas desde su diseño, hasta su realización semana a semana debido a lo complicado de la temática misma. La sociedad mexicana, sigue siendo una sociedad muy conservadora, por lo que hablar de sexualidad y de los tópicos que la rodean, es muy delicado.

Si bien es cierto que en el Distrito Federal existe mucha más apertura que en otros estados de la República, no podemos dejar de lado que la señal de la Radio Ciudadana, estación del IMER, que transmite con 50, 000 WATTS de potencia, cubre la Ciudad de México, Estado de México, Puebla, Morelos, Hidalgo, Querétaro, Tlaxcala, Guerrero, Veracruz y Oaxaca, y llega a estados y ciudades, del interior de la República, con una gran diversidad cultural, en donde la sexualidad en muchos casos es considerada tabú.

La sociedad mexicana, se encontraba en una etapa muy activa en muchos sentidos, y en materia de sexualidad, la sociedad no se quedó atrás, por eso se consideró necesario crear este programa que aportó un espacio libre, para el análisis, y la reflexión sobre un tema tan relevante, e integral para las personas. Como lo dijera el dramaturgo Publio Terencio Afer en “El Atormentador de sí mismo” y que por cierto es el lema de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México:

“Hombre soy, nada humano me es ajeno”. (latin.dechile.net).



Con la idea de manejar una serie de conceptos, se creó un pequeño pero efectivo código deontológico del programa, basado en el propio código del IMER²¹, al que todos los miembros del equipo de producción y conducción estuvimos sujetos, durante el tiempo que duró “Charlemos de Sexo”.

Dentro de la problemática principal en este proyecto, se encontró la de tratar de romper la barrera cultural existente, y la manera en que la sociedad ve y actúa en torno a la sexualidad, tratando de acabar con algunos tabúes, estableciendo un diálogo abierto y permanente con el radioescucha, pues en gran parte de la sociedad, hablar de sexualidad, es complicado y poco frecuente.

La cultura es una construcción ideológica que hacemos los seres humanos. Es la forma en que vemos y nos relacionamos con el mundo.

Como lo señala Clifford Geertz:

“La cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas, en virtud de las cuales la gente se maneja”.

“La cultura es vista como una acción humana simbólica”. (Geertz, 2003)

Para Jorge González:

“La cultura debe ser entendida como una dimensión de análisis de todas las prácticas sociales; es – de acuerdo con una expresión similar de Greimas – la sociedad total, observada desde la dinámica de construcción y constante reelaboración histórica y cotidiana de la significación”. (González, 1994).

A mediados del siglo XX es que se opone la cultura a la sociedad. Sobre esto Pierre Bordieu señala:

“La sociedad es concebida como el conjunto de estructuras más o menos objetivas que organizan la distribución de los medios de producción y el poder entre los individuos y los grupos sociales y que determinan las prácticas sociales, económicas y políticas”. (García Canclini, 2004).

²¹ Copia del Código Deontológico del IMER, se incorpora como el anexo # 18.



Canalizar la información sobre los debates que la sociedad del Distrito Federal llevó a cabo, sobre las diferentes posturas de los actores sociales, las modificaciones de ley, así como diferentes temas que la sociedad estaba manejando vinculados de diversas formas a la sexualidad, tales como la interrupción legal del embarazo, el matrimonio entre personas del mismo sexo, la adopción de hijos por parte de parejas homosexuales, la iniciativa por legalizar la prostitución, fue una tarea importante y retadora, entrevistar a los principales actores de estas iniciativas, a los protagonistas de los hechos, con un sentido informativo, más que de opinión, sin sesgar el contenido y sin editorializar, fue otro de los grandes retos enfrentados en el desarrollo de este programa radiofónico.

Ante este cúmulo de temas poco debatidos, la gente se encontraba buscando espacios de diálogo sobre estos temas, para informarse y formarse una opinión al respecto.

En este escenario de gran necesidad de información, se pensó en crear un proyecto de radio que ayudara al ciudadano a tomar una posición y emitir su punto de vista, ante los cambios que se proponían.

Se seleccionó a la radio, como medio masivo, para dar discursos al aire libre, tipo discursos en plazas públicas, como lo describe Elías Canetti, en su libro *Masa y Poder* (Canetti, 2005).

Basados en ello, es que se pensó en crear el programa “Charlemos de Sexo... y algo más”.

Para ayudar al análisis de la temática propuesta, se pensó que Charlemos de Sexo, fuera un programa hablado y dialogado, usando formato de radio revista, utilizando diferentes secciones para dar paso a la información, dirigido a hombres y mujeres jóvenes de entre los 15 y 35 años de edad, de nivel socioeconómico C y D, y se consideró que debería ser un programa:

- ✓ Más objetivo que moralizador
- ✓ Más práctico que académico
- ✓ Mucho más sincero y directo, que vago y elusivo
- ✓ Más moderno y menos anticuado
- ✓ Más claro e interesante, que profundo y aburrido



Este programa radiofónico partió de la idea de que occidente²² ha utilizado al sexo, como uno de los elementos para mantener a nuestra sociedad subalterna - dominada, como lo señala Max Weber en su libro Economía y sociedad:

“Debe entenderse por “dominación”, como la probabilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado, para mandatos específicos.” (Weber, 2014).

Lo cual es apoyado por los grupos sociales y las instituciones a las que pertenecemos, como la familia, la religión, la escuela, etc. y por la influencia de la industria cultural²³.

Como lo señala Michel Foucault:

“La instancia de la regla. El poder, esencialmente, sería lo que dicta al sexo su ley.”

“...el sexo es colocado por aquél bajo un régimen binario: lícito e ilícito, permitido y prohibido. Lo que quiere decir, en segundo lugar, que el poder prescribe al sexo un “orden” que a la vez funciona como forma de inteligibilidad: el sexo se descifra a partir de su relación con la ley.”

“El ciclo de lo prohibido: no te acercarás, no tocarás, no consumirás, no experimentarás placer, no hablarás, no aparecerás; en definitiva, no existirás, salvo en la sombra y el secreto. El poder no aplicaría al sexo más que una ley de prohibición.” (Foucault, 2001).

El proyecto planteó desde un inicio ser un programa de contracultura y combatir la teoría de la opinión pública utilizada en muchos medios, que plantea en términos generales que *A menor información, menor capacidad de opinión*, la idea general era ayudar al radioescucha a obtener información sobre estos temas tan delicados.

²² Occidente es lo opuesto a oriente y no se puede entender a occidente sin oriente. Occidente niega en su conformación la voz de los otros. La razón está en Occidente - Europa, el pensamiento moderno y de avanzada está ahí. Occidente se apropia de la razón por sí misma.

²³ La industria cultural es un concepto que se refiere a la capacidad de la economía capitalista, para producir bienes culturales en forma masiva. Es el sector de la economía que se desarrolla en torno a los bienes culturales tales como el arte, el diseño, la arquitectura, el entretenimiento, y la publicidad. Este concepto fue creado por Theodor Adorno y Max Horkheimer, miembros de la Escuela de Frankfurt, y fue publicado en su libro "Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos".



Este programa fue diseñado para ayudar al ciudadano común a contrarrestar las técnicas culturales utilizadas sobre la sexualidad y orientarlo a diseñar tácticas de acción en relación al mundo de la sexualidad. Como lo menciona Michel De Certeau en su libro *La invención de lo cotidiano*:

“Las técnicas culturales son técnicas que disfrazan la reproducción económica bajo cubiertas ficticias de sorpresa, de verdad o de comunicación. Son utilizadas por los burgueses para dominar al proletariado, en su forma de pensar y de actuar orientados en muchos casos hacia el consumo”.

“La táctica es vista como la contra hegemonía. La táctica como la cultura popular, distinta a la cultura que plantean los poderes hegemónicos”. (De Certeau, 1996).

Naturalizamos muchos elementos culturales, lo que naturalizamos, posteriormente nos parece común y ya no lo cuestionamos.

La selección del tipo de lenguaje a utilizar en el programa, fue un problema que requirió de bastante tiempo de análisis, pues como bien sabemos la construcción de la cultura atraviesa por el lenguaje.

Como lo señalara Jürgen Habermas:

“El lenguaje es también un instrumento de dominio y de poder social. Sirve para legitimar la organización de las relaciones de poder y por lo tanto es también ideológico.” (Abbagnano & Furnero, Historia de la Psicología, 2000).

El discurso sobre el ejercicio de la sexualidad ha sido creado desde occidente, y éste nos dice qué somos, cómo somos y cómo debemos pensar. Occidente nos ha dicho por mucho tiempo, cómo actuar e incluso cómo sentir. En México no se ha podido construir un discurso propio mexicano, en materia de sexualidad.



Ciertos medios, en especial la radio, abrieron los micrófonos a una sexóloga española (Anabel Ochoa) para que nos dijera cómo actuar bajo una tela fantasmal de supuesta apertura en torno a la sexualidad. Pero en realidad lo único que hizo fue reproducir el discurso eurocentrista²⁴ de los poderes hegemónicos manteniendo subalterno²⁵ y oprimido al radioescucha mexicano, en un debate personal y constante por la libertad del ejercicio de su sexualidad.

Como lo da a entender Sigmund Freud, en su texto *El malestar en la cultura*:

“La cultura reprime la libido y la encausa, el malestar con la cultura, es ante la represión del deseo, pues en la cultura, los deseos deben ser encausados y moldeados. La cultura busca crear en el ser humano una conciencia, que lo reprima.” (Freud, 2006).

De ahí que el principal reto del programa, consistió en romper y replantear ese discurso europeizante dominante, basándonos en una idea plasmada por Frantz Fanon en su libro *Los condenados de la tierra* que dice:

“Decidamos no imitar a Europa y orientemos nuestros músculos y nuestros cerebros en una dirección en una dirección nueva. Tratemos de inventar al hombre total que Europa ha sido capaz de hacer triunfar.” (Fanon, 2001).

Para occidente, los subalternos o dominados, no tenemos mucho que decir, y menos en temas tabúes como la sexualidad, pues para eso somos dominados y casi no contamos para nada.

Como lo señala Enrique Dussel:

²⁴ La epistemología está en occidente. Occidente niega en su conformación de la voz de los otros. Europa como el centro del mundo establece con América, Asia y África la construcción del otro, a través de la colonización epistemológica. El yo no existe en tanto no reconozco al otro. Si se niega al otro automáticamente se niega a uno mismo. El etnocentrismo europeo moderno es el único que puede pretender identificarse con la universalidad -mundialistas.

La crítica al eurocentrismo, es un elemento central de las teorías poscoloniales y uno de los pilares de la filosofía de la liberación desarrollada por el Dr. Enrique Dussel.

²⁵ En el momento en que las personas reconocen que Europa o Estados Unidos, es creador del conocimiento (en este caso en materia sexual), en ese momento la gente pasa a ser subalterna.

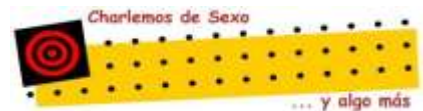


“Se supera la razón emancipadora como razón liberadora, cuando se descubre el eurocentrismo, de la razón ilustrada, cuando se defina la falacia desarrollista, del proceso de modernización hegemónico. Esto es posible, aún para la razón de la ilustración, cuando éticamente se descubre la dignidad del otro (de la cultura, del otro sexo y género, etcétera); cuando se declara inocente a las víctimas desde la afirmación de su alteridad como identidad en la exterioridad como personas que han sido negadas por la modernidad.” (Dussel, 2000).

Para romper con la dependencia en esta materia, se consideró que deberíamos ser corresponsables, para así poder re-pensar las formas de relacionarnos y entender las necesidades de los otros.

Por eso se planteó en este proyecto difundir: ¿Qué opina la gente común al respecto, sobre los diferentes tópicos de la sexualidad? ¿Qué nos dicen voces mexicanas distintas a las ya tradicionales, que hablan sobre estos temas? ¿Qué nos dicen las instituciones?, ¿Se podrá construir un discurso nuestro? ¿Podremos dejar de pensar como occidente desea? O ¿Deberemos seguir pensando como ellos quieren, utilizando sólo a la sexualidad con una visión solo de reproducción de la especie, y no del goce pleno de la sexualidad, en libertad, para mantenernos produciendo riqueza en favor de ellos? ¿Deberemos seguir objetivando a la mujer, limitándola en un papel de ser humano de segunda?

Para dar paso a la información de una manera ágil y sencilla, presenté un programa de revista, integrado con varias secciones, siendo la entrevista a especialistas, el eje toral del programa²⁶.



El proyecto radiofónico fue seleccionado por el comité evaluador y entró al aire el miércoles 16 de mayo del 2007. Las actividades realizadas fueron:

²⁶ Copia de la constancia de participación en el programa se incorpora como el anexo # 19 de esta tesina.



- ❖ **Diseño del Proyecto.** Diseñé todo el proyecto, seleccioné las voces a participar como conductores, y voces de apoyo, y me encargué de la grabación del programa cero (demo).
- ❖ **Diseño del Vestido.** Diseñé el vestido del programa y las secciones que se desarrollaron.
- ❖ **Productor.** En los casi tres años que duró el programa, de los 148 programas transmitidos, sólo 10 programas fueron grabados, todos los demás fueron en vivo. La coordinación general del programa y parte importante de la producción estuvo a mi cargo; la realización del programa no estuvo a mi cargo²⁷.
- ❖ **Coordinador de invitados.** Para darle mejor información al auditorio en cada programa era invitado un especialista en el tema a tratar, responsabilidad que recayó en mi persona en la mayoría de los casos.
- ❖ **Musicalizador.** Como parte de la labor desempeñada y para darle continuidad y ritmo al programa era necesario musicalizar los cuatro bloques en que estaba dividido el programa. Semana a semana tuve la oportunidad de musicalizar cada programa. También seleccioné la librería de apoyo, que serviría de base para el tema institucional y para las diferentes secciones, por tal motivo pagué los derechos exclusivos para el país.
- ❖ **Coordinador de locaciones.** Con el fin de vincular al programa con el auditorio y de realizar transmisiones en vivo desde algunos lugares distantes a la cabina, tuve que buscar espacios adecuados (cabinas de grabación - salas de exposición), para realizar las diferentes grabaciones y los enlaces remotos.
- ❖ **Coordinador de enlaces remotos.** Tuve la oportunidad de encabezar cuatro enlaces remotos en exposiciones relacionadas con el programa en la Ciudad de México, coordinando la labor del equipo en cabina (*asistente de producción, operador, co-conductor del programa - locutor de cabina y telefonista*), del equipo en enlace remoto (*conductor y co-conductora del programa, entrevistados y asistente de producción*).

²⁷ Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 20 de esta tesina.



- ❖ **Grabación de programas con auditorio en vivo.** Como parte de la vinculación del programa con el auditorio, tuve la fortuna de encabezar tres grabaciones del programa en estudios del IMER, con auditorio. También participé en el festejo del 2° Aniversario del programa, con presencia del auditorio²⁸.
- ❖ **Reportero.** En diferentes ocasiones tuve que cubrir diferentes eventos (conferencias de prensa, exposiciones, presentaciones de libros, sondeos, inauguraciones, etc.) para brindarle al auditorio información y opiniones oportunas sobre temas relacionados con el programa.
- ❖ **Cobertura Especial.** Tuve la oportunidad de hacer seguimiento y cubrir periódicamente la entrada en vigor de las reformas al *Código Civil y al Código de Procedimientos Civiles del Distrito Federal*, que hiciera la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF) y que permitieron a partir del 4 de Marzo del 2010 el matrimonio entre personas del mismo sexo. Entrevisté en cabina a la primera pareja de mujeres en casarse, días antes del suceso; también acudí como reportero, al edificio del Antiguo del Palacio del Ayuntamiento, sede del gobierno del DF, el día en que se casaron las primeras cinco parejas del mismo sexo, escribí una crónica del hecho histórico²⁹ y volví a entrevistar en cabina días después a la primera pareja³⁰.
- ❖ **Grabación de cápsulas.** Como parte de la labor realizada, se realizó la grabación de cápsulas informativas, edición de los sondeos, de reportajes, grabación de spots de campañas sociales, y del vestido del programa, por lo que tuve que redactar cápsulas, preguntas de los sondeos, reportajes, y el noticiero informativo, así como manejar las voces de apoyo. Es importante señalar que se realizaron casi noventa sondeos a lo largo del tiempo que duró el programa.

²⁸ Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 21 de esta tesina.

²⁹ La crónica se puede consultar vía internet en el sitio: Charlemos de Sexo en:
<http://www.charlemosdesexo.com.mx/page18.php>

³⁰ Copia de fotografías del evento se incorporan como el anexo # 22 de esta tesina.



- ❖ **Campañas sociales.** Dentro del programa, se creó una campaña social de concientización hacia el auditorio sobre el uso de prevención de infecciones de transmisión de enfermedades sexuales y de prevención del embarazo, por lo que tuve la oportunidad de encabezar el trabajo de esa campaña³¹.
- ❖ **Conducción del programa.** En casi la totalidad de las emisiones del programa en vivo y grabado (145 de 148), tuve la oportunidad de ser el conductor principal del programa³², realizando entrevistas, recibiendo llamadas del auditorio en vivo, enlazando secciones, etc.
- ❖ **Convergencia mediática.** Desde sus inicios el programa estuvo vinculado a un sitio de internet, www.charlemosdesexo.com.mx mismo que sigue vigente. Esa vinculación mediática (Radio – Internet) permitió darle una dinámica diferente al programa. En muchas ocasiones el auditorio interactuó por ese medio en directo con la conducción del programa, a la hora de la transmisión en vivo, independientemente de las otras vías de comunicación (teléfono, mensajes de texto, correo tradicional). Al sitio se subía material solicitado por el auditorio, se respondían mensajes (inmediatos y a lo largo de la semana) y en muchas ocasiones por ser un programa de servicio, se canalizaban los problemas presentados por el auditorio, con los especialistas (médicos, sexólogos, psicólogos) para su atención.
- ❖ **Prácticas profesionales.** Como parte de la labor realizada en el programa, estuvo la de invitar a colaborar estudiantes universitarios de comunicación, para que realizaran prácticas profesionales en Radio. Invité personalmente a tres estudiantes de la UACM a participar en el proyecto durante seis meses. Estuvieron participando Berenice Reyes, Ricardo López y Jetzabel Carrasco. Esta última estudiante, al finalizar sus seis meses, se quedó participando por año y medio más como parte integrante del equipo, con el cargo de asistente de producción³³.

³¹ Copia del audio de la campaña social de salud del programa se incorpora como el anexo # 23 de esta tesina.

³² Copia del audio del programa se incorpora como el anexo # 24 de esta tesina.

³³ Copia de audio en que participan los estudiantes se incorporan como los anexos # 25 de esta tesina.



4.2.3.1 Principales problemas y retos enfrentados

Parte de la estrategia que se siguió, fue la de buscar apropiarnos del conocimiento en materia de sexualidad, pero desde el punto de vista de los mexicanos y para ello se invitó permanentemente a expertos sexólogos mexicanos, para entrevistarlos sobre esta temática y así ponerlos al servicio del radioescucha. Lo que se proponía era propiciarle al radioescucha la reflexión, sobre el ejercicio propio de su sexualidad y sobre la problemática social en torno al mundo de la sexualidad.

Utilizar la radio, como medio para intentar romper esta dependencia, fue un acierto, ya que todo se puede explicar por medio del lenguaje, pues como bien se sabe, la cultura atraviesa por el discurso - lenguaje, ya que todos tenemos lenguaje y somos seres simbólicos.

Dadas las características del programa, también se tuvo mucho cuidado en la integración del equipo de conductores y del equipo de producción, pues se requirió de personas cuyo perfil profesional fuera acorde con las necesidades particulares de este proyecto.

Por ello el equipo de conductores estuvo integrado por un conductor principal, (locutor hombre con experiencia en manejo de programas en vivo) y dos co-conductores (locutor hombre con experiencia, de voz juvenil y una mujer - psicóloga – locutora de voz juvenil) más el locutor de cabina en turno, (mayoritariamente fue una mujer de voz juvenil).

El equipo de producción estuvo integrado por una Productora General (Psicóloga) un Productor - Realizador en vivo (Lic. en Comunicación), un Jefe de Información (locutor con experiencia) y un asistente de producción.

Cabe señalar que se invitaron a los tres diferentes estudiantes antes mencionados de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM, Plantel San Lorenzo Tezonco, para que apoyaran en el programa³⁴ como asistentes de producción-reporteros y así darles oportunidad de obtener experiencia profesional en radio.

³⁴ Fotografías de los alumnos de la UACM, invitados al programa, están incluidas en los anexos fotográficos de esta tesina.



Para resolver el problema de la canalización de la información, se decidió utilizar la entrevista, la crónica de hechos, la narración de acontecimientos, los sondeos y las mesas de análisis, para que el auditorio radiofónico pudiera formarse una opinión sobre estos temas, y conociera sobre la realidad de lo que estaba aconteciendo en torno a la sexualidad. A este trabajo lo llamamos “Periodismo Sexual”.

Hacer este periodismo sexual³⁵, como aquí lo denominamos, no es común, pues se requiere de mucha delicadeza al acercarse al auditorio y mucha ética, para salir a buscar y registrar lo que pasa en la intimidad de las personas. El periodismo sexual, es un área del periodismo compleja y novedosa, ya que existen muchos mitos y tabúes tanto sociales, como culturales, que limitan a las personas a hablar sobre estos temas, incluso a veces este tema se coloca de la mano de la represión.

La diferencia entre comunicación e información es la retroalimentación, por eso en este programa de radio, se buscó por diferentes mecanismos establecer comunicación directa con el auditorio, aprovechando los medios tradicionales (correo, teléfono) así como nuevos medios tecnológicos, (en este caso el correo electrónico, mensajes de voz, mensajes escritos vía internet y el uso de un sitio web), para mantener comunicación directa con los especialistas del programa y con el equipo de producción.

Los sondeos de opinión en la calle, así como los enlaces telefónicos desde la calle, con el auditorio, vía un reportero para escuchar la opinión de viva voz de los radioescuchas fueron elementos utilizados para buscar la retroalimentación al programa, pues como todos sabemos en la comunicación de masas no hay retroalimentación.

Esto nos planteó un problema adicional, pues se tuvo que armar una estructura especial de atención al auditorio, que solicitaba apoyo para intentar resolver sus problemas, por lo que hubo de crearse mecanismos de ayuda para canalizar adecuadamente sus inquietudes.

También se tuvo que crear un mecanismo de atención especial para todas aquellas personas que deseaban pasar al aire y preguntarle a los especialistas en vivo sobre determinada

³⁵ Periodismo sexual, es un área del periodismo poco conocido. El periodista sexual, se encarga de cubrir todo lo relacionado al mundo de la sexualidad. En el proyecto Charlemos de Sexo, contribuimos a abrir brecha en ese sentido en México.



problemática, o para expresar su opinión sobre algunos de los temas tratados, ya que el anonimato tuvo que jugar un papel fundamental.

Hacer atractivo y confiable para el radioescucha comunicarse por las diferentes vías con el programa, (teléfono, correo electrónico, mensajes SMS, asistencia a cabina, asistencia a programas grabados) para atender sus mensajes o llamadas, sin filtrarlos fue materia de larga reflexión. Ningún mensaje enviado por los radioescuchas fueron filtrados, esa fue una decisión compleja, pero que siempre se respetó.

Para estar cerca del auditorio y compartir sus opiniones y comentarios, se crearon una serie de sondeos, sobre temas en específicos, conseguir las opiniones de las personas y armar los sondeos fue otro de los problemas enfrentados.

Así mismo, para acudir a ciertos eventos en torno al mundo de la sexualidad, se armaron controles remotos, transmitiendo la señal en vivo desde el lugar de los hechos. Otro reto fue realizar transmisiones en vivo, desde algunos lugares en los que se estaban llevando a cabo eventos, para enlazarlos y mantener actualizado al auditorio, sobre los acontecimientos en tiempo real.

Hacer un programa de radio para hablar sobre sexualidad, tiene su problemática muy particular, a veces de la mano de los tabús sociales existentes sobre el tema. Siguiendo con la línea de pensamiento de mantener una radio viva y participativa con los radioescuchas, obtener cierta retroalimentación, se planteó realizar varios programas especiales con auditorio presencial en cabina.

Por supuesto que esta se convirtió en una problemática adicional, que surgió con la evolución del programa y que se tuvo que resolver, tanto por las características propias del IMER, como por la logística que implica la grabación de programas con auditorio en vivo.

Desde un principio el diseño del programa, se pensó que por el contenido propio del programa, y por los diferentes temas a tratar, se podrían tener problemas de censura, pero afortunadamente, tanto en el IMER, como con la gerencia de la estación encabezada por Don Héctor García Robledo, no se tuvo ningún tipo de restricción, ni censura.



En materia tecnológica, también se presentaron diferentes problemas, ya que se iniciaba muy fuerte la etapa de la convergencia mediática en el IMER y eso hizo que a lo largo de los casi tres años que duró el programa, se tuviera que estar constantemente adecuando uno, a los avances en esta materia.

4.2.3.2 Vinculación entre la formación universitaria y la experiencia adquirida

Probablemente este programa de radio, ha sido el que más estuvo vinculado con diferentes materias y conceptos aprendidos a lo largo de mi participación en la carrera. Es por esto que le dedico además mayor atención y definiciones más profundas.

Puedo afirmar que para el diseño de este proyecto, se vieron reflejadas desde el inicio consideraciones teóricas, aprendidas a lo largo de mi participación como estudiante en la universidad, conjugadas con las vivencias y experiencias adquiridas por mi paso en la radio mexicana.

El impacto de las materias del eje de Cultura: *Ensayismo latinoamericano y transdisciplinariedad, Estudios poscoloniales y subalternidad en América latina, Estudios culturales en comunicación, Crítica a la Ilustración y cultura y Poder*, fueron fundamentales, para la concepción de este proyecto radiofónico. Estas materias vinculadas transversalmente con diversas materias de los ejes de: Comunicación, Metodología, Comunicación aplicada y del eje de Práctica en medios, como *Periodismo, escrito y Periodismo literario*, dieron como resultado un producto comunicativo de un significativo impacto y de muy buena aceptación, por parte del auditorio.

Quiero señalar que para conocer como era el auditorio, así como para lograr identificar para qué utiliza el radioescucha la radio y sobre todo para averiguar cómo utilizaba la información que obtuvo del programa, se utilizaron diversas herramientas de investigación emanadas de las diferentes teorías de la comunicación y sus formas de investigación, en este proyecto se utilizó específicamente una serie de herramientas propuestas en la Teoría de Usos y gratificaciones, por que como señala Alan Rubin:



“los individuos seleccionan y usan diferencialmente los medios de comunicación para gratificar o satisfacer las necesidades que experimentan.” (Rubin, 1986).

Es decir las personas son las que seleccionan lo que necesitan del medio, revirtiendo el concepto de ¿Qué hacen los medios masivos con las personas?, por el de ¿Qué hacen las personas con los medios masivos? Todo esto desde una perspectiva funcionalista³⁶.

Para la obtención de información directa, se recurrió al método cuantitativo de investigación; para la recolección de datos se usó la técnica de aplicación de encuestas.

Para poder hacer el análisis de la recepción, se utilizó la metodología Cualitativa, recurriendo a la técnica del grupo focal, en donde a un determinado conjunto de personas, se les presentó el programa de radio y posteriormente se hizo un grupo de discusión colectiva a partir de una guía de tópicos.

La influencia de mi paso por la universidad, para diseñar este producto comunicativo -proyecto radiofónico-, fue muy notorio, desde el diseño, hasta la realización de los ciento cuarenta y siete programas.



³⁶ Esta teoría considera claramente que la pertenencia a diferentes clases sociales, grupos étnicos, diferentes niveles de educación, religiones y sexo pueden hacer que los efectos de los mensajes emitidos por los medios masivos, sean diferentes. Esta teoría se ha venido utilizando desde la década de los años 40 del siglo pasado, en Estados Unidos por la investigadora Herzog, quien hizo un estudio sobre ¿Por qué las amas de casa escuchaban radionovelas? En América Latina se han realizado muy pocas investigaciones desde este enfoque teórico. En nuestro país se ha estudiado muy poco desde esta corriente de pensamiento, siendo tal vez el texto de Fernández Collado, Baptista y Elkes, el más representativo.



CAPÍTULO 5. ACTIVIDADES ADICIONALES VINCULADAS A LA RADIO

A lo largo de mi paso por la radio y con el fin de capacitarme, formarme y mantenerme actualizado, he tomado diversos cursos de radio, destacando los organizados por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Ciudad de México, la Cámara de Diputados y el Instituto Mexicano de la Radio. También en el año 2002 tomé varios módulos de un diplomado en Radio impartido en el Instituto Helénico³⁷.

Cabe señalar que dentro del tiempo en que duró la transmisión del programa “Despacho Aduanal”, tuve la oportunidad de participar como Columnista de la sección “Rumbo” de *El Diario el Hogar de la Verdad* en la ciudad de Toluca, Edo. de México, en una columna dedicada al Comercio Internacional.

También a lo largo de este tiempo he asistido a diversos Congresos de Comunicación, en distintas partes del país y del extranjero, tanto como asistente, como ponente³⁸.

He participado en dos concursos en la categoría Radio de la Segunda Bienal Latinoamericana de Radio y participé en el Primer y Segundo Encuentro Internacional de Profesores y Capacitadores Radiofónicos³⁹.

Soy miembro Fundador de la Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio A.C., en donde fui Secretario del Consejo Directivo, Vicepresidente y finalmente Presidente de la Asociación del 2003 a 2005⁴⁰.

Actualmente participo como Productor del programa “Espacio Empresarial 620” que se transmite todos los lunes a las 15:00 hrs. por XEN – Radio 620, por la frecuencia 620 – AM, estación perteneciente a la Gran Cadena RASA.

³⁷ Copia de las constancias respectivas se incorporan como el anexo # 26 de esta tesina.

³⁸ Copia de las constancias respectivas se incorporan como el anexo # 27 de esta tesina.

³⁹ Copia de las constancias respectivas se incorporan como el anexo # 28 de esta tesina.

⁴⁰ Copia de las constancias respectivas se incorporan como el anexo # 29 de esta tesina.



CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

Es importante comentar que en este trabajo se presentan las actividades más representativas, de mi participación en la radio a lo largo de diez años. Aquí no se menciona mi participación modesta en otros proyectos radiofónicos, ni se señalan las horas de práctica en cabinas de grabación, el tiempo de monitoreo de programas de radio, el tiempo de spoteo de música, en fin una gran cantidad de tiempo invertido en capacitación, que me sirvió como base para poder involucrarme en estos proyectos.

Hay conductores, locutores, periodistas radiofónicos muy buenos que nunca tuvieron un curso de radio, o tomaron ninguna materia universitaria, y que han sido un éxito en la radio, es decir que nacieron en el medio, que ahí aprendieron, crecieron y se desarrollaron, pero en la radio actual, es necesario estar preparado, capacitarse constantemente y sobre todo cursar una carrera universitaria en Comunicación, pues el cúmulo de conocimientos que se aprenden, le permiten a uno ayudar a crear una mejor radio, más completa, más participativa, más crítica, más propositiva y sobre todo con sentido social. Las herramientas que uno adquiere en el transcurso de la carrera, le permiten al estudiante asumir una posición crítica y propositiva, sobre los tópicos de la agenda nacional en materia de comunicación.

La universidad le da al alumno la oportunidad de conocer el ambiente en el que se desarrolla una emisión de radio utilizando la técnica aprender haciendo. La reflexión sobre la importancia de manejar lo más pulcro posible el uso del lenguaje, la redacción de contenidos, el manejo de voz, el manejo de tiempos, para transmitir en este medio de la mejor manera el mensaje que se desea enviar al auditorio.

Con el contenido de las materias de los diferentes cursos impartidos en la carrera, el estudiante aprende las diferentes teorías de la comunicación, su aplicación, su vinculación con la radio, entiende que es la cultura, aprende a distinguir el manejo del lenguaje, así como a identificar que el discurso es usado como instrumento de la subalternidad, para así, al estar frente a un medio tan importante como la radio, poder asumir una postura diferente, desarrollando su labor de una mejor manera, en beneficio del radioescucha y de la sociedad misma.



Para identificar las carencias o fortalezas de un proyecto radiofónico, el aporte que le brinda al estudiante de la carrera, el uso combinado de los conocimientos adquiridos en las diferentes materias de la currícula de la carrera, le ayudan a ejercer de una mejor manera su función como comunicador y profesional del medio, pero sobre todo le permite resolver los problemas comunicativos detectados.

En la elaboración de productos comunicativos se ponen en juego los conocimientos adquiridos en la transversalidad de las materias cursadas, permitiéndole a uno trabajar en el campo profesional, de una mejor manera, conjugando la experiencia adquirida *in situ*.

La interacción entre los diferentes ejes de la carrera, se ven reflejados con el trabajo que uno como profesionista desempeña cotidianamente frente a este medio tan maravilloso.

Aprender en la universidad y entender la posición que tenemos como comunicadores colonizados, nos sirve para asumir una postura crítica, anti hegemónica e intentar plantear un camino en los medios, en mi caso en la radio, conceptualmente distinto.

Asumir esta postura crítica, a partir de los conocimientos adquiridos en la UACM, le permite al egresado argumentar sólidamente, proponer cambios y resolver problemas comunicativos, pues el planteamiento epistemológico, fortalece los conocimientos mismos.

Estudiar una carrera universitaria, le permite al alumno convertirse en un profesional del área, ya que las herramientas y conocimientos teóricos adquiridos, le avalan para resolver problemas comunicativos y ayudar a mejorar la sociedad. Un profesional de la comunicación, pasa a ser parte del capital humano de una nación.

La profesionalización del trabajador de los medios, también permite que la incorporación a los medios sea de personas egresadas de universidades, para no permitir que personas ajenas a nuestra disciplina, se incorporen a los medios haciendo en este caso producción, sin haber estudiado comunicación, desplazando a los egresados de comunicación.



En relación a los retos que enfrenta la radio mexicana en la actualidad, es necesario comentar la evolución que la radio ha tenido a lo largo de estos diez años ha sido muy notoria. En muchos casos afectando los diferentes campos que integran el mundo de la radio.

Los diferentes roles que desempeñan los profesionales del medio han crecido en complejidad, pues ahora se han adquirido más funciones, de las que tradicionalmente se desempeñaba.

En materia tecnológica, haber sido testigo de la evolución tecnológica durante mi paso por la radio hablada en estos diez años, ha sido un privilegio personal, pero gracias a lo aprendido en la universidad y en diversos cursos de actualización, la adaptación a estos tiempos postmodernos, ha sido más fácil.

Ahora el avance en las formas y procedimientos de producción y realización de la radio, es mucho más dinámico, mucha gente valiosa del medio, ha sido desplazada, por la incapacidad de adaptación y por sus limitaciones académicas. Para hacer radio actualmente es necesario estar abierto a los cambios, analizarlos y proponer nuevas formas de aproximación al medio.

Conceptualmente la radio actual, hoy se tiene que pensar de diferente forma, debiendo considerar su expresión multicultural, pues ahora el discurso emitido, puede llegar a destinos y a lugares que antes no se podían, (gracias a las retransmisiones por internet) tanto dentro del territorio nacional, como en el extranjero. La aldea global, hoy en día es cada vez más una realidad.

Al estudiante se le tiene que enseñar la importancia de la convergencia mediática, pues en muchos casos a la hora de producir y realizar un programa en vivo, entran en juego otros medios de comunicación y sus lógicas, como es el caso de internet, redes sociales, e incluso la televisión misma.



También he podido constatar cómo algunos elementos de interacción con el auditorio buscando cierta retroalimentación, han ido desapareciendo (correo tradicional por carta, uso de telegramas, llamadas telefónicas). Otros medios de comunicación con la radio, han surgido y prácticamente han desaparecido en breve tiempo, tal es el caso de los mensajes MSM y los correos electrónicos.

Las redes sociales han emergido, por su inmediatez, su muy fácil acceso y su uso, como el medio de comunicación más ágil, para interactuar con el auditorio, incluso en un programa en vivo, de manera instantánea, hace que la producción, tenga que considerar estas nuevas formas de comunicación para estar en contacto con el radioescucha.

Algunas consideraciones en relación al plan de estudios de la universidad

El modelo constructivista, que utiliza la universidad, en mi caso fue muy adecuado permitiéndome en parte la apropiación del conocimiento de manera personal, siendo más provechoso gracias al apoyo y orientación de distintos profesores, así como con la ayuda de varios compañeros. El modelo educativo de la UACM en mi caso resultó muy provechoso ampliando en gran manera mis horizontes académicos.

En lo personal yo tuve la oportunidad de cursar una serie de materias del mismo eje con prácticamente un mismo profesor/a, lo cual desde la experiencia vivida, resulta ser muy provechoso y un beneficioso para el estudiante y me atrevo humildemente a recomendarlo.

Otra consideración, sería incluir la materia de Ética y Comunicación, no como materia optativa, sino como materia obligatoria, pues desde mi óptica le podría aportar mucho al alumno en su formación, dado que la vertiginosidad con la que ahora se maneja la información y la necesidad por comunicar más rápido al auditorio, de una manera casi inmediata los hechos, el profesional de los medios debe contar en su formación universitaria, con valores éticos que le permitan realizar su labor para informar con veracidad y objetividad.



Tras el paso durante varios años en el medio y tras el paso por la universidad, he podido detectar que aún falta mucha investigación en materia de radio, lo cual me lleva a querer capacitarme más y poder participar en proyectos de investigación y por qué no, tal vez algún día encabezar alguno de ellos.

Finalmente: es necesario ubicar a la radio actual mexicana, como una radio postmoderna, que plantea libertad, diversidad, tolerancia, lo cual en realidad quiere decir, que en la radio actual se puede hablar de todo. La censura que anteriormente de parte del gobierno, ha sido minimizada, desde el principio de la primera década del siglo XXI.

El auditorio ha evolucionado, teniendo una postura mucho más participativa y en muchos casos más crítica, pues con los avances tecnológicos, la cantidad de información que recibe y procesa, le permiten opinar más sobre su entorno social.

Las capacidades que un estudiante puede desarrollar gracias a los contenidos aprendidos y a su capacidad de investigación, de análisis, de reflexión y de realización son infinitas, pues las herramientas que el aprendizaje universitario le da a uno, es muy completo permitiéndole resolver problemas comunicativos en diferentes campos del conocimiento y dentro del terreno laboral.

La tecnología evoluciona vertiginosamente, manteniéndonos dependientes de los países hegemónicos, paulatinamente la Radio digital entra en operación, desplazando a la tradicional Radio A.M. los procesos de producción, han evolucionado, la convergencia mediática, es cada vez más frecuente, la participación del auditorio, es mucho más activa y demanda más contenidos, el auditorio está cada vez está más enterado, es más crítico y más selectivo, las redes sociales se encuentran jugando un papel preponderante en las formas de comunicación con el auditorio.

Los radioescuchas actualmente quieren en la radio hablada: informarse, aprender, saber qué sucede en su entorno, entretenerse y estar enterados de lo que pasa en el mundo globalizado, cambiante y complejo.



Por eso es que la labor de los profesionales en el medio radiofónico debe ser creativa y propositiva, deben actualizarse constantemente, para utilizar todas sus habilidades y conocimientos, para hacer una radio más poderosa, más participativa, más plural, novedosa, actual, una radio viva, dirigida a las personas de ambos sexos, buscando la participación del auditorio, pero sobre todo una radio con contenido, con sentido social y que ayude por medio del discurso al mejoramiento de la sociedad.

Hacer una radio activa, vigente, ética y moderna, que le permita al radioescucha explorar nuevos pensamientos, sentimientos e ideas, es el reto que me deja la combinación de la formación académica universitaria, con la experiencia adquirida en el trabajo constante dentro del medio.

Estudiar la Licenciatura de Comunicación y Cultura en la UACM, me ha permitido hacer un alto en el camino para entender una serie de procesos y conceptos que antes naturalizados, no cuestionaba, y así, tomar conciencia de la labor que desarrollo, para asumir un papel como agente de cambio.



FUENTES DE CONSULTA

- Abbagnano, N., & Furnero, G. (2000). *Historia de la Psicología*. Barcelona, España: Hora.
- Abbagnano, N., & Giovanni, F. (2000). *Historia de la Filosofía*. Barcelona, España: Hora.
- Aristóteles. (1981). *Ética Nicomaquea* (9a. ed.). Col Política, México D.F.: Porrúa Hermanos, Sepan cuántos...
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión . (2014). *Ley Federal de Telecomunicaciones y de Radiodifusión. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio del 2014.* . Recuperado el 18 de Septiembre de 2014, de Secretaría de Comunicaciones y Transportes:
<http://www.sct.gob.mx/comunicaciones/ley-federal-de-telecomunicaciones-y-radiodifusion/>
- Canetti, E. (2005). *Masa y Poder*. España: Alianza Editorial.
- Chávarro, L. (2006). "El debate sobre el determinismo tecnológico: de impacto a influencia mutua". *Sistemas y Telemática Núm. 4 pp. 121 - 143*. Recuperado el 9 de Febrero de 2014, de Revista Sistemas & Telemática:
https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/sistemas_telematica/article/view/943/968
- Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, Ginebra 2003-Tunez 2005. (2004). *Declaración de principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Construir la sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio. 12 de mayo 2004, Organización de las Naciones Unidas-Unión Internacional de Telecomunicac.* Recuperado el Noviembre de 2013, de World Summit on the Information Society:
http://www.itu.int/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=es&id=1161|0
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Definición DE. (s.f.). "Definición de Código de Ética". *Definición De*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2014, de <http://definicion.de/codigo-de-etica/>
- Dos Santos, T. (1971). *El nuevo carácter de la dependencia*. Buenos Aires: S Ediciones.
- Dussel, E. (2000). Europa, modernidad y eurocentrismo. En E. Lander (comp.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas*, (págs. 50-60). Buenos Aires: Clacso.
- Fanon, F. (2001). *Los condenados de la Tierra*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Fernández Pérez, J. (2001). "Elementos que consolidan al concepto profesión. Notas para su reflexión". *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. Vol. 3, No. 1, 2001. pp. 23-39



- Foucault, M. (2001). *Historia de la Sexualidad 2, La voluntad de saber*. México D.F.: Siglo XXI.
- Fraile, G. (2005). El formalismo a priori de Kant. En G. Fraile, *Introducción a la Ética* (págs. 155-160). Madrid, España: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Fraile, G. (2005). Ética. En G. Fraile, *Historia de la Filosofía I Grecia y Roma* (págs. 515-535). Madrid, España: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Freud, S. (2006). *El malestar en la cultura*. México D.F.: Alianza Editorial.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados; Mapas de la interculturalidad. Culturas Híbridas, Poderes Oblicuos*. Barcelona, España: Gedisa.
- García Canclini, N. (2004). La cultura extraviada en sus definiciones. En *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa.
- González, J. (1994). *Los frentes culturales. Las arenas del sentido*. México D.F., México: Consejo Nacional para las Culturas y las Artes.
- Gray, J. (s.f.). *Una ilusión con futuro*. Recuperado el 7 de Marzo de 2014, de Portal de Letras Libres: <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/una-ilusion-con-futuro>
- Gray, J. (2004). "Una ilusión con futuro". *Letras Libres*. Nov. 2004 . Recuperado el 7 de Marzo de 2014, de Portal de Letras Libres: <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/una-ilusion-con-futuro>
- Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. México D.F.: Santillana Ediciones, Col. Generales.
- Gutiérrez Sáenz, R. (2007). *Introducción a la Ética*. México D.F.: Esfinge.
- Instituto Mexicano de la Radio. (2012). *Comunicado de prensa*. Recuperado el 21 de Junio de 2013, de www.imer.gob.mx: <http://www.imer.gob.mx/imerdigital/comunicadoprensa.html>
- Ipsos-Bimsa. (2006). *La percepción de la Radio en México, Asociación de Radiodifusores del Valle de México, AC*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de Asociación de Radiodifusores del Valle de México: <http://laradioenmexico/description/use-laradio/percepcion-de-la-radio>
- Kaplum, M. (1978). *Producción de Programas de Radio*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Kiosco Medios y Comunicación. (2014). *La radio en México*. Obtenido de www.kioscomedios.wordpress.com: <http://kioscomedios.wordpress.com/2010/08/01/la-radio-en-mexico-y-en-la-laguna-referencias-cuantitativas/>
- latin.dechile.net. (s.f.). "Publio Terencio, Comediógrafo 190-159 AC". Recuperado el 25 de Agosto de 2014, de [www.latin.dechile.net](http://latin.dechile.net): <http://latin.dechile.net/?Terencio>



- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos - Universidad Iberoamericana.
- Marín, C. (2010). *Manual de Periodismo*. México D.F.: Random House Mondadori.
- Pérez, M. A. (1998). *Prácticas Radiofónicas. Manual del Productor*. México D.F.: Porrúa Hermanos.
- Pérez, M. A. (1998). *Prácticas Radiofónicas. Manual del Productor*. México D.F.: Porrúa Hermanos.
- Pi Orozco, L. E. (2001). *Dimensiones de la radio pública en México*. México D.F.: Fundación Manuel Buendía.
- Promexico, Inversión y Comercio. (2013). *Reportes de Inversión - Comercio. Promexico. Inversión y Comercio*. Recuperado el 20 de Marzo de 2014, de www.promexico.gob.mx: http://www.promexico.gob.mx/es_mx/promexico/Reportes_Inversion_Comercio_2013?year=2013
- Rivapalacio, R. (2005). *Manual para un nuevo periodismo. Vicios y virtudes de la prensa escrita mexicana*. México D.F.: Random House Mandadori.
- Ronderos, P., & Valderrama, A. (2003). El Futuro de la tecnología: una aproximación desde la historiografía. *Revista iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*. Núm. 5. enero-abril de 2003.
- Rubin, A. (1986). *Uses, gratifications, and media effects*. New Jersey, U.S.A.: LEA Hillsdale.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns, la sociedad teledirigida*. España: Taurus.
- Saucedo, A., Scherer, B., & et.al. (2000). "Friederich Nietzsche. Sobre la verdad y la mentira" en Friederich Nietzsche. 1900-2000. *La jornada semanal*, Núm. 301. 10 de diciembre de 2000, pp.3-6.
- UACM. (2013). *Plan de Estudios, Licenciatura de Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2013, de www.uacm.edu.mx: <http://www.uacm.edu.mx/uacm/es-es/colegios/colegiodehumanidadesycienciassociales/licenciaturaschy/cs/comunicaci%C3%B3ncultura.aspx#79711126-plan-de-estudios>
- Weber, M. (2014). *Economía y sociedad*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- White, L. (1964). *La ciencia de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.



ANEXOS

Se presenta copia del acta de cotejo de comprobantes originales de la trayectoria laboral y profesional.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

UACM

México, D.F. a 13 de mayo del 2015

**Acta de cotejo de comprobantes originales de la
trayectoria laboral y profesional del estudiante
Arturo Javier Rodríguez Aguirre**

El día 13 de mayo del 2015, en el aula A-004 del Plantel San Lorenzo Tezonco de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México se dieron cita cuatro de los cinco miembros del Comité de Titulación del Estudiante Arturo Javier Rodríguez Aguirre conformado por un representante de cada uno de los ejes formativos de la Licenciatura en Comunicación y Cultura elegidos por el estudiante y que está conformado de la siguiente manera:

Dra. Ruth Guzik Glantz – Directora – Eje de Metodología.

Mtra. Leticia Gallegos Duarte – Lectora – Eje de Comunicación Aplicada

Mtro. Martín Hernández González – Lector – Eje de Práctica en Medios

Mtro. Juan Carlos López Martínez – Lector – Eje de Comunicación.

Cabe anotar que la Mtra. Alma Erazo Ordaz – Lectora – Eje de Cultura no estuvo presente por estar radicando en Lisboa durante su periodo de año sabático.

A la reunión de cotejo asistió también la TSUI, Valentina Piña González, responsable del Área de Titulación y representante de la Coordinación de Certificación y de Registro.

La reunión de trabajo tuvo como objeto realizar el cotejo de los documentos y grabaciones de audio originales propios de la trayectoria laboral y profesional descrita en el trabajo recepcional de Arturo Javier Rodríguez Aguirre titulado *Mi experiencia en la Radio Mexicana desde 1999 hasta el 2010* con el que el sustentante aspira a obtener el grado de Licenciado en Comunicación y Cultura por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Una vez revisados y cotejados cada uno de los documentos y productos de audio enlistados en este mismo documento, los profesores y la funcionaria firmantes declaran que estos son válidos y suficientes para acreditar la trayectoria laboral y profesional del estudiante desde 1999 y hasta el 2010, siendo las 13:30 horas del día 13 de mayo del 2015.



Listado de documentos y audio cotejados:

Documentos:

1. Reconocimiento como productor del programa Garage 1440 – D.F.
2. Acreditación como reportero de Radio Noticias 1440 – D.F.
3. Acreditación ante el PRI cobertura actividades Lic. Francisco Labastida Ochoa
4. Constancia de participación en la cobertura electoral del 2 y 3 de Julio del 2000
5. Acreditación ante el IFE, Jornada Electoral Federal 2000
6. Constancia de Participación en el Programa "40 horas por la democracia" de Radio noticias 1440 A.M.
7. Anuncio Publicitario en la Jornada del Programa "40 horas por la democracia" de Radio noticias 1440 A.M.
8. Carta Acreditación ante el PRD, para cobertura del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas.
9. Acreditación de Prensa en casa de campaña de la Alianza por México - PRD.
10. Acreditación en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
11. Acreditación en Radio Capital 1490 AM Toluca
12. Carátula de la carpeta de Ventas Programa Despacho Aduanal de Radio Capital 1490 AM Toluca (Se cotejó la carpeta completa)
13. Certificado de Locutor tipo "A"
14. Constancia como Productor del Programa "Sintonía AMIC"
15. Constancia de Participación a 1er y 2do diálogos de Investigadores de AMIC. Constancia al 1er Coloquio Franco – Mexicano de Investigadores de la comunicación
16. Constancia como Vicepresidente de la Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio A.C.
17. Constancia como Coordinador General y Conductor Principal del programa Charlemos de Sexo en Radio Ciudadana.
18. Constancia de acreditación como reportero en Radio Ciudadana, del IMER.
19. Constancia de participación en el módulo de Radio Hablada dentro del 2do Seminario de actualización para profesores de radio de las escuelas de Comunicación del Valle de México, organizado por ARVM y el Tec. de Monterrey
20. Constancia de participación en el módulo de Marketing y Publicidad dentro del 3er Seminario de capacitación para profesores de la Especialidad de Radio de las Escuelas de Comunicación del Valle de México, organizado por ARVM y el Tec. de Monterrey
21. Constancia de participación en la II Conferencia Internacional, Los Medios Públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México, organizado por la Cámara de Diputados.
22. Constancia de participación en la 2era Conferencia Internacional Medios de comunicación y Procesos electorales. Un compromiso para el futuro, organizado por la Cámara de Diputados.
23. Constancia de participación en el Taller "El árbol de la Radio" , organizado por el I.M.E.R.
24. Constancia de participación en el ciclo de conferencias introductorias, del programa de capacitación de la Radio Ciudadana – IMER
25. Constancia de participación en el diplomado de "Actualización Profesional en Radio"
26. Constancia de Participación en el 1er Foro de Investigadores de la Radio AMCIR – FCPyS – UNAM.

LSD

R

X

R

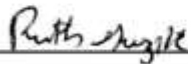
R



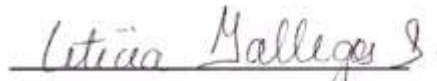
27. Constancia de Participación en el 2do Foro de Investigadores de la Radio AMCIR – Universidad La Salle.
28. Constancia de Participación en el 3er Foro de Investigadores de la Radio AMCIR – Tec. De Monterrey campus Estado de México.
29. Constancia de asistencia al segundo congreso internacional “Los Medios Públicos de cara a la Democracia.
30. Constancia de participación en el 3° European Communication Conference “ECREA 2010” in Hamburg, Germany.
31. Constancia de participación en la 5th International Conference on Education and New Learning Technologies en Barcelona España.
32. Constancia de participación en la Segunda Bienal Latinoamericana de Radio.
33. Constancia de participación en la Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio A.C.

Audio:

1. *Copia del audio del programa Garage 1440.*
2. *Copia del audio del programa Despacho Aduanal*
3. *Copia del audio de una capsula del programa Despacho Aduanal*
4. *Copia del audio del programa Sintonía AMIC*
5. *Copia del audio del programa “Voces en Plenitud”*
6. *Copia del audio del programa Charlemos de Sexo*
7. *Copia del Audio del programa Charlemos de Sexo, con auditorio en vivo.*
8. Audio Capsula Charlemos de Sexo
9. Audio Sondeo Charlemos de Sexo
10. Audio Campaña Social Charlemos de Sexo
11. Audio testimonio estudiante UACM participando en Charlemos de Sexo



Dra. Ruth Guzik Glantz
Directora



Mtra. Leticia Gallegos Duarte
Lectora



Mtro. Martín Hernández González
Lector



Mtro. Juan Carlos López Martínez
Lector



TSUI. Valentina Piña González
Responsable de Titulación de la CCyR

ccp. Mtra. Maribel Albiter. Coordinadora de Certificación y de Registro.
Ccp. Mtro. Octavio Serra Bustamante. Enlace de la Academia de Comunicación y Cultura.
ccp. C. Arturo Javier Rodríguez Aguirre.



FOTOGRAFÍAS

UNIVERSAL F.M.

CUERNAVACA, MORELOS



RADIO NOTICIAS 14-40 A.M.

MÉXICO D.F.



**RADIO CAPITAL
TOLUCA, ESTADO DE MEXICO**



**RADIO DE LOS CIUDADANOS
MÉXICO D.F.**

SINTONÍA AMIC



VOCES EN PLENITUD



CHARLEMOS DE SEXO





Compañeros de la UACM haciendo prácticas profesionales en el programa “Charlemos de Sexo” transmitido en la Radio Ciudadana.

